Akademia Ignatianum w Krakowie
Wydział Filozoficzny

Danuta Smołucha

Kulturowa przestrzeń internetu. Kształtowanie e-wizerunku Kościoła katolickiego na przykładzie funkcjonowania w nowych mediach kultu Matki Bożej z Guadalupe

Praca doktorska napisana
pod kierunkiem
promotora
prof. dr. hab. Dariusza Rotta
i promotora pomocniczego
dr Katarzyny Walotek-Ściańskiej

Pisanie pracy zostało zakończone:

Kraków 2015

WSTĘP ... 3

Stan badań i perspektywy badawcze ... 8

Hipotezy, założenia i metody badawcze ... 27

ROZDZIAŁ 1. KULTUROWA PRZESTRZEŃ INTERNETU ... 35

1.1 Kultura internetu – rys historyczny ... 45

1.2 Przestrzeń społeczna internetu ... 52

1.3 Wartości kulturowe nowych mediów ... 60

ROZDZIAŁ 2. RELIGIA W MEDIACH ... 65

2.1 Dzieje religii w internecie ... 71

2.2 Religia, media, kultura ... 78

2.3 Cyberkościoły – od rozrywki do nowych przestrzeni religijnych ... 80

2.4 Praktyki pobożnościowe w przestrzeni internetu ... 89

ROZDZIAŁ 3. KOŚCIÓŁ KATOLICKI W MEDIACH ... 95

3.1 Stosunek Kościoła katolickiego do mediów ... 104

3.2 Nowe media w duszpasterstwie ... 127

3.3 Internet – (nie)sakramentalna przestrzeń ... 138

3.4 Internet jako pielgrzymkowa przestrzeń ... 143

3.5 Kościół w sieciach społecznościowych ... 151

3.6 Kościół w sieci – problem wiarygodności ... 163

3.7 Internet miejscem kościelnego marketingu ... 170

3.8 Religia a kultura popularna ... 178

ROZDZIAŁ 4. KULT MATKI BOŻEJ Z GUADALUPE ... 190

4.1 Pobożność maryjna a tożsamość etniczna ... 191

4.2 Rozwój meksykańskiego sanktuarium ... 200

4.3 Wizerunek Maryi na płaszczu Indianina ... 204

4.4 Historia pielgrzymowania do Guadalupe ... 206

4.5 Kult Matki Bożej z Guadalupe na świecie ... 210

4.6 Kult Maryi z Guadalupe – pytania i wątpliwości ... 213

ROZDZIAŁ 5. WIZERUNEK MADONNY Z GUADALUPE W INTERNECIE ... 223

5.1 Zarys kulturowego obrazu meksykańskiego społeczeństwa ... 223

5.2 Kult Maryi z Guadalupe na stronach WWW ... 230

5.3 INTERNET – SIEĆ OBJAWIEŃ I WIZJONERÓW 245
5.4 MEKSYKAŃSKA MADONNA W MEDIACH SPOŁECZNOŚCIOWYCH 253
5.5 MEKSYKAŃSKIE SANKTUARIUM W INTERNECIE 260
5.6 SANKTUARIUM W GUADALUPE NA STRONACH TURYSTYCZNYCH I PIELGRZYMKOWYCH BIUR PODRÓŻY 272
5.7 „POBOŻNE ŁAŃCUSZKI" 277

WNIOSKI KOŃCOWE 280

BIBLIOGRAFIA 287

SPIS ILUSTRACJI, WYKRESÓW I TABEL 317

Wstęp

Wiek XXI nazywany jest wiekiem informacji. Jesteśmy świadkami eksplozji nowych technologii multimedialnych powstałych ze skrzyżowania interpersonalnej i masowej komunikacji[1]. Gwałtowny rozwój mediów elektronicznych w ostatnich dziesięcioleciach pociągnął za sobą radykalną zmianę w metodach komunikowania i przekazu informacji. W sposób zasadniczy przekształcił proces jej tworzenia, uzyskiwania, rozpowszechniania i wykorzystania[2]. W trzecim tysiącleciu, które rozpoczęło się zaledwie kilkanaście lat temu, zostało stworzonych więcej informacji niż w całej dotychczasowej historii świata[3]. Wraz z rozwojem nowych technologii i wyłaniania się z nich nowoczesnych mediów komunikacyjnych postępuje dynamika zmian, jakie dokonują się we współczesnej kulturze medialnej.

Nowe media komunikacyjne zmieniają sytuację medialną z dawnej, w której wiadomości zbierało się, na nową, której istotą jest polowanie na wiadomość[4]. Oprócz przenoszenia informacji, znaczenie mediów leży w ich funkcjach kulturowych, ich zdolności do tworzenia i utrzymania społeczności, regulacji stosunków pomiędzy jednostką a społeczeństwem, w którym funkcjonuje. Technologie komunikacyjne stworzyły nową kulturę, nowy typ relacji, radykalnie wpłynęły na każdą dziedzinę życia człowieka[5]. Truizmem już dziś jest stwierdzenie, że technologia, która nas otacza, stała się integralnym elementem ludzkiego życia. Rola mediów

[1] T. Goban Klas, *Zarys historii i rozwoju mediów od malowideł naskalnych do multimediów*, Kraków 2001, s. 105; J. van Dijk, *Społeczne aspekty nowych mediów. Analiza społeczeństwa sieci*, tłum. J. Konieczny, Warszawa 2010, s. 9-10, 36, 334.

[2] J. Kang, *Information Privacy in Cyberspace Transactions*, „Stanford Law Review", 50/4, 1998, s. 1195.

[3] B. Murley, *The Mediahood of All Receivers: New Media, New 'Church' and New Challenges*, tekst referatu wygłoszonego na konferencji „After Evangelicalism", Michigan 2005, http://www.academia.edu/176994/The_Mediahood_of_All_Receivers_New_Media_New_Church_and_New_Challenges [dostęp 16.07.2014].

[4] E. McLuhan, *Kościół i nowe media*, tłum. P. Tarasiewicz, [w:] *Media katolickie: szanse i zagrożenia, II międzynarodowy kongres, 20-21 listopada 2009 r.*, red. K. Bieliński, Toruń 2010, s. 18.

[5] S. Hjarvard, *The Mediatization of Religion. A Theory of the Media as an Agent of Religious Change*, Referat wygłoszony na 5. Międzynarodowej Konferencji na temat Mediów, Religii i Kultury: *Mediating Religion in the Context of Multicultural Tension*, Uppsala 2006 r., s. 10, http://www.oikosnet-europe.eu/oldintranet/Archives/Meetings/Annual_Conferences/Sigtuna_2006/Download/The%20mediatization%20of%20religion.pdf [dostęp 21.12.2013]; Zob. także A. G. Roman, *Building Digital Bridges Considerations for ministry in the Emerging Communication Landscape*, [w:] *Communicatio Socialis. Challenge of Theology and Ministry in the Church*, red. H. Rolfes, A. Zukowski, Kassel 2007, s. 196.

w życiu społecznym i kulturowym społeczeństw nie podlega już dziś dyskusji, w krajach wysoko rozwiniętych każdy człowiek pozostaje w kręgu ich działania. Za ich przyczyną dokonało się *przejście od homo sapiens do homo communicans*[6].

Techniczne innowacje z jednej strony przyczyniają się, z drugiej natomiast – są skutkiem przemian społecznych. W wyniku ich rozwoju powstają nowe zawody i nowe sposoby działania. Działalność człowieka zdominowana jest przez zaawansowane systemy technologiczne, które obfitując w niezwykłe bogactwo narzędzi i treści pomagają w pracy, wspomagają naukę, oferują rozrywkę[7]. Pozwalają one na podejmowanie wielu działań, które do niedawna wymagały fizycznego przemieszczania się, odwiedzania biur, siedzib firm i instytucji. Internet[8] umożliwia współczesnemu człowiekowi przebywanie, choć tylko wirtualne, w wielu miejscach jednocześnie[9].

Nowe media[10] są przestrzenią, w której współcześni ludzie budują społeczności, nawiązują dialog, dzielą się poglądami. Współczesne przekazy medialne tworzone są w oparciu

[6] M. Dziewiecki, *Ewangelizacja w kulturze ponowoczesnej i medialnej*, „Kultura – Media – Teologia", 1/1, 2010, s. 52; Jedno z interesujących studium na temat roli komunikacji w życiu człowieka przeprowadził Stanisław Puppel. Zob. S. Puppel, *A communication manifesto (evolving)*, „Scripta Neophilologica Posnaniensia", 13, 2013, s. 91-99.

[7] P. Wallace, *Psychologia internetu*, tłum. T. Hornowski, Poznań 2001, s. 305-306; Zob. także A. Radomski, *Humanistyka w świecie informacjonalizmu*, Lublin 2014, s. 12.

[8] Od wielu lat trwają spory dotyczące zapisu pojęcia „internet", czy powinno być ono zapisywane z dużej, czy z małej litery. Opinie wśród znawców tematu są podzielone. Zwolennicy użycia dużej litery rozpoczynającej zapis pojęcia uznają, że podyktowane jest to faktem, iż chodzi o zapis nazwy własnej. Zwolennicy użycia małej litery wychodzą z założenia, że chodzi o narzędzie podobne do telefonu czy telegrafu, a zatem użycie dużej litery jest nieuzasadnione. Niektórzy badacze uznają, że nawet w obrębie jednej pracy dopuszczalne jest użycie obu zapisów w zależności od kontekstu. Według tej opcji internet traktowany jako dostęp do sieci i jej usług, powinien być pisany z małej litery. Internet jako ogólnoświatowa sieć komputerowa, której istnienie pociąga za sobą kulturowe i społeczne konsekwencje, może zapisywane być z dużej litery dla podkreślenia wagi pojęcia. W niniejszej pracy stosowana będzie pisownia wyrazu internet małą literą, wielka litera rozpoczynająca zapis pojęcia zostanie pozostawiona w cytatach i tytułach zawierających taki zapis.

[9] E. McLuhan, *Kościół i nowe media*, s. 23.

[10] Pojęcie *medium* ze względu na stały rozwój technik medialnych i komunikacyjnych należy do klasy pojęć stale wymagających redefinicji. Tomasz Goban-Klas pojęcie medium odnosi do wszystkich ośrodków utrwalania informacji w czasie lub przekazywania jej w przestrzeni. Zob. T. Goban-Klas, P. Sienkiewicz, *Społeczeństwo informacyjne. Szanse, zagrożenia, wyzwania*, , Kraków 1999, s. 11-12; Termin *nowe media* podobnie jak *medium* nie posiada jednoznacznej definicji, ponieważ to, które medium uważane jest za nowe zależy od punktu odniesienia. Problem wynika też z niejednoznaczności terminu *medium*. Każde medium komunikacyjne w fazie powstania

o technologie cyfrowe i zdecydowana ich większość archiwizowana jest i dostępna wyłącznie w zdigitalizowanej formie. Do tej postaci, opartej na zero-jedynkowym kodzie[11], zostały skonwertowane analogowe zdobycze ludzkiego umysłu wytwory dziedzictwa kulturowego, wśród nich literatura, muzyka, sztuka.

Intensywny rozwój technik tworzenia, rozpowszechniania i przetwarzania informacji doprowadza do głębokich przemian gospodarczych, społecznych i kulturowych. Konsekwencją owych przemian jest powstanie nowej struktury gospodarczo-społecznej, zwanej społeczeństwem informacyjnym[12]. W kontekście użytkowników sieci internetowej, zawiązujące się wspólnoty tworzą tak zwane społeczeństwo sieciowe, w odniesieniu do użytkowników nowych mediów mówi się o społeczeństwie medialnym. Wszystkie przywołane powyżej określenia społeczeństwa

---

i rozpoczęcia funkcjonowania było nowe i nie istnieją obiektywne kryteria określające, kiedy miałoby utracić status nowego medium. Jedna z definicji określa nowe media jako *nowe cyfrowe technologie, takie jak: internet, telefony komórkowe czy cyfrowe aparaty fotograficzne*. M. Filiciak, M. Danielewicz, M. Halawa, P. Mazurek, A. Nowotny, Raport Centrum Badań nad Kulturą Popularną SWPS. *Młodzi i media. Nowe media a uczestnictwo w kulturze*, Warszawa 2010, s. 6; Jeden z czołowych medioznawców Lev Manovich wyróżnił pięć czynników decydujących o uznaniu medium za nowe. Są to: reprezentacja numeryczna, modularność, automatyzacja, wariacyjność i transkodowanie kulturowe. Podał także uproszczoną definicję, według której nowe media to media analogowe skonwertowane do postaci cyfrowej nośników informacji typu płyty DVD, CD, Blu-Ray. L. Manovich, *Język nowych mediów*, Warszawa 2006, s. 91-118; Obecnie zachodzą trzy procesy, które każą spojrzeć na media w nowy sposób. Są to deinstytucjonalizacja komunikowania, dematerializacja informacji oraz dezintermediacja. Deinstytucjonalizacja komunikowania ma miejsce wówczas, gdy osoby dysponujące środkami technicznymi i umiejętnościamiami uczestniczą w dystrybucji informacji z ominięciem systemów instytucjonalnych. Dematerializacja informacji oznacza brak powiązania z fizycznym nośnikiem. Dezintermediacja to wykluczenie pośredników z procesu przekazu informacji. Wspomniane cechy doskonale wpisują się w media wyrosłe na bazie internetu. Por. K. Jakubowicz, *Nowa ekologia mediów. Konwergencja a metamorfoza*, Warszawa 2011, s. 56-59; W niniejszej pracy pojęcie *nowe media* będzie stosowane zarówno do sfery technologicznej, czyli do urządzeń, służących komunikacji i dostęp do informacji, jak i do usług, takich jak strony www, przekazy multimedialne, gry komputerowe, oraz wszystkich metod i form innowacyjnego sposobu tworzenia i rozpowszechniania treści: wirtualnej rzeczywistości, portali społecznościowych, blogosfery, memów internetowych, itp.

[11] Przykładowo słowo „kultura" w cyfrowym zapisie ma postać: 01101011011101010110110001110100011 11010 101110010 01100001. Za pomocą ciągów zer i jedynek zapisany jest na komputerowym nośniku każdy ucyfrowiony tekst, obraz, dźwięk, fotografia i film. Na temat cyfrowej natury elektronicznego zapisu zob. także A. Radomski, *Humanistyka w świecie informacjonalizmu*, Lublin 2014, s. 11.

[12] R. Kluszczyński, *Społeczeństwo informacyjne. Cyberkultura. Sztuka multimediów*, Łódź 2001, s. 22-23; Pojęcie *społeczeństwo informacyjne* doczekało się już co najmniej kilkudziesięciu definicji. Wiele opracowań pojęcia zob. J. S. Nowak, *Społeczeństwo informacyjne – geneza i definicje*, [w:] *Społeczeństwo informacyjne. Krok naprzód, dwa kroki wstecz*, red. P. Sienkiewicz, J. S. Nowak, Katowice 2008, s. 25 i n.

mają wspólny mianownik, którym jest wysoki stopień udziału w ich życiu nowoczesnych technologii. Coraz mniej przystaje do współczesnego stylu życia funkcjonujący do niedawna podział na rzeczywistość realną i wirtualną. Zwiększenie dostępu do łączy internetowych o dużej prędkości w krajach rozwiniętych, wykorzystanie mobilnych urządzeń i popularność aplikacji działających w środowisku internetu 2.0[13] zmieniły charakter użytkowania internetu. Powstała nowa rzeczywistość, stworzona przez technologie elektroniczne, cybernetyczne, informatyczne i telekomunikacyjne, którą w literaturze przedmiotu nazywa się informacjonalizmem, cyfrowym światem albo rzeczywistością 2.0[14].

W dyskursie podejmowanym przez medioznawców nie ma zgody co do charakteru i natury nowych mediów, których funkcjonowanie oparte jest na rozproszonej sieci. Jedni uznają internet tylko za kolejne medium, które przedstawia stare treści w nowej formie, inni doceniają go jako swoiste środowisko komunikacyjne o ogromnych możliwościach, ale też traktują go jako model nowoczesnego społeczeństwa[15]. To nie tylko narzędzie komunikacji, lecz środowisko posiadające moc kształtowania sposobu pojmowania świata przez człowieka. Dostęp do internetu jest dziś jednym z głównych czynników napędzających przemiany społeczne przyczyniającym się nie tylko do przemian, ale także do społecznej i kulturowej homogenizacji[16].

O wpływie technologii na przemiany cywilizacyjne i kulturowe wiele już zostało powiedziane i napisane, ale opinie odnoszące się do jakości przemian nadal są podzielone. Jeden z najwybitniejszych teoretyków mediów i komunikacji, propagator teorii determinizmu technologicznego, Marshall McLuhan dowodził, że wynalazki techniczne nieuchronnie prowadzą do zmian kulturowych. Myśl McLuhana nie była nowatorska, rozwijał on teorię, którą już wiele lat wcześniej sformułował kanadyjski ekonomista Harold Innis. On jako pierwszy postawił na

[13] *Internet 2.0* – termin spopularyzowany przez Tima O'Reilly'ego i Johna Battelle w 2004 r. – jest to sposób projektowania stron internetowych w oparciu o dwustronność komunikacji. Daje on możliwość użytkownikom zamieszczania na stronach treści przez nich generowanych. Przystępny opis pojęcia zob. T. O'Reilly, *What Is Web 2.0. Design Patterns and Business Models for the Next Generation of Software*, http://mediaedu.typepad.com/info_society/files/web2.pdf [dostęp 3.11.2014].

[14] A. Radomski, *Humanistyka w świecie informacjonalizmu*, s. 10, 13; Zob. także A. Spadaro, *Cyberteologia. Chrześcijaństwo w dobie Internetu*, tłum. M. Masny, Kraków 2013, s. 79; P. E. Teusner, *New Thoughts on the Status of the Religious Cyborg*, „Journal of Technology, Theology, and Religion", 2/1, 2010, http://techandreligion.com/Resources/Teusner%20JTTR.pdf [dostęp 12.12.2015].

[15] Z. Bauer, *Dziennikarstwo wobec nowych mediów. Historia, teoria, praktyka*, Kraków 2009, s. 298-299.

[16] S. Burilović, Ž. Tanjić, *Kršćanstvo i internet – izazov za teologiju*?, „Crkva u svijetu", 48, 2013, s. 88; Zob. także K. Kopecka-Piech, *Mobilne media miejskie*, „Studia Medioznawcze", 50/3, 2012, s. 111.

podstawie obserwacji tezę, według której nowe kanały komunikacyjne wpływają na niemal każdą sferę życia, a zatem rozszerzenie obszaru komunikacji pociąga za sobą zmiany społeczne i kulturowe[17]. Prawdziwość tej tezy nigdy nie była aż tak dobrze widoczna, jak obecnie, w czasach ekspansji nowoczesnych mediów komunikacyjnych.

* * *

W zdominowanym przez media świecie pełni swoją posługę duszpasterską[18] także Kościół katolicki. Nowe technologie komunikacyjne niosą możliwości dotarcia nie tylko do praktykujących wiernych, lecz także dają szansę dotarcia do nowych odbiorców, agnostyków, ateistów – wszystkich, którzy nie uczestniczą w życiu Kościoła, nie sięgają po katolicką prasę, są natomiast aktywnymi użytkownikami sieci komputerowej i korzystają z nowych mediów[19].

Kościół na wiele sposobów zaistniał już w internecie w ważny, pożyteczny i ciekawy sposób. Wciąż jednak jest wiele możliwości działania na polu, które można wykorzystać do szeroko pojętej posługi duszpasterskiej. Kryją się tu ogromne możliwości promowania katolickich wartości, stylu życia, wielowiekowej historii i tradycji. Poprzez media Kościół przedstawia i uzasadnia swoje stanowisko w niezwykle istotnych kwestiach moralnych i etycznych; wyraża swój sprzeciw wobec eutanazji, aborcji, zawieraniu małżeństw homoseksualnych. Internet jest miejscem, w którym rodzi się wiele wartościowych oddolnych inicjatyw. Tu wierni wyrażają solidarność, empatię i duchową łączność z prześladowanymi chrześcijanami w odległych regionach świata, ofiarami wojen i kataklizmów[20]. Internet jest

[17] M. Szpunar, *Nowe-stare medium. Internet między tworzeniem nowych modeli komunikacyjnych a reprodukowaniem schematów komunikowania masowego,* Warszawa 2012, s. 36; Zob. także S. Obirek, *Uskrzydlony umysł. Antropologia słowa Waltera Onga*, Warszawa 2010, s. 100-101; Por. K. Lundby, *Theoretical Framework from approaching religion and new media*, [w:] *Digital Religion. Understanding Religious Practice in New Media Worlds*, red. H. A. Campbell, s. 228-229.

[18] Duszpasterstwo w njiniejszej pracy rozumiane jest zgodnie z definicją sformułowaną w encyklopedii katolickiej. Jest to zorganizowana działalność zbawcza Kościoła, polegająca na służbie wobec człowieka przez głoszenie słowa Bożego, sprawowanie ofiary i sakramentów oraz interpersonalne kontakty religijne, a także oparta na chrześcijańskim świadectwie życia. *Encyklopedia katolicka*, t. 4, red. R. Łukaszyk, L. Bieńkowski, F. Gryglewicz, opr. hasła R. Niparko, Lublin 1989, s. 390.

[19] P. Maciaszek, *Nowa ewangelizacja przez nowe media*, „Kultura – Media – Teologia", 11, 2012, s. 10.

[20] T. Peters, *Changing the Word. New Media Activism,* [w:] *The Church and New Media. Blogging Converts, Online Activists, and Bishops who Tweets,* red. B. Vogt, Huntington 2011, s. 171, 173.

doskonałym narzędziem w szeroko zakrojonej działalności apologetycznej, które to zadanie z powodzeniem mogą spełniać wierni, będący użytkownikami sieci społecznościowych[21], autorami blogów[22] i mikroblogów. Te popularne obecnie media mogą, a nawet powinny służyć również przekazywaniu wartości, które pielęgnuje tradycja chrześcijańska[23].

Stan badań i perspektywy badawcze

Prawie do końca XX w. religia i media były postrzegane jako dwie odrębne rzeczywistości. Przy rozdziale pomiędzy sacrum a profanum, media nie były uznawane za istotny temat przy badaniach związanych z religią i teologią, podobnie problematyka religijna nie była istotna dla osób, które były zaangażowane w badania mediów[24]. Jak pisał Steward Hoover religia była w owym czasie „martwym polem" w medioznawczych badaniach[25]. Okazało się jednak, że wiele zachodzących zjawisk związanych z zaistnieniem religii w mediach nie da się wyjaśnić przy zachowaniu rozdziału pomiędzy obydwoma pojęciami, a pojawiające się trudności badawcze wykazały potrzebę utworzenia nowej dziedziny badań, będącej efektem interdyscyplinarnych poszukiwań naukowych[26]. Problematyka relacji pomiędzy instytucjami kościelnymi różnych

[21] Sieci społecznościowe (z j. ang. *social networking*), inaczej zwane serwisami społecznościowymi są obecnie najbardziej popularną formą mediów społecznościowych. Media społecznościowe (z j. ang. *Social Media*) do dzisiaj nie doczekały się ujednoliconego zdefiniowania i można spodziewać się, że nie nastąpi to w najbliższym czasie. Powodem jest ich dynamika powstawania i popularyzacji. W niniejszej pracy w kręgu zainteresowania pozostaną te, które mają znaczenie z punktu widzenia tematyki pracy, a zatem portale społecznościowe (tu: *Facebook*, jako obecnie najpopularniejszy), blogi, mikroblogi, *YouTube*, *Wikipedia*, wirtualne światy (tu: *Second Life*), memy internetowe itp.

[22] Blog (Web log) jest to rodzaj dziennika prowadzony na stronie internetowej, który odzwierciedla osobowość autora. Zawiera uzupełniane codziennie, lub niemal codziennie wiadomości i opinie. J. Van Dijk, *Społeczne aspekty nowych mediów...*, s. 238.

[23] W. Broński, *Nowa ewangelizacja w służbie przekazu prawd wiary chrześcijańskiej*, „Studia Pastoralne", 9, 2013, s. 135.

[24] P. Horsfield, *Introduction*, [w:] *Belief in media. Cultural perspectives on Media and Christianity*, red. P. Horsfield, M. Hess, A.M. Medrano, Burlington 2004, s. 3.

[25] S. M. Hoover, *Media and the Construction of the Religious Public Sphere*, [w:] *Rethinking Media, Religion, and Culture*, red. S. M. Hoover, K. Lundby, London 1997, s. 283.

[26] J. H. Mahan, *Religion and Media*, „Religion Compass", 6/1, 2012, s. 15.

wyznań a wiernymi jest zbyt skomplikowana, aby badać i analizować ją tylko z jednego punktu widzenia[27].

Religia i media stanowią dwie potężne siły kształtujące kulturę[28] człowieka współczesnego i wywierające ogromny wpływ na jego życie. Media cyfrowe tworzą nowe przestrzenie, w których można realizować potrzeby religijne, a przy tym stały się ważnym, jeśli nie podstawowym, źródłem informacji religijnej. Wspomagają działalność instytucji kościelnych, a proces wnikania mediów w świętą sferę religii staje się obecnie coraz wyraźniejszy[29]. Media i duchowość to dwie rzeczywistości współczesnego świata, które potrzebują siebie nawzajem, splatają się ze sobą, a także wzajemnie się wspierają. Jak pisze Wojciech Misztal, d*uchowość potrzebuje mediów a media potrzebują duchowości i razem mogą one zdziałać wiele dobrego*[30].

* * *

Niemal od początku swojego istnienia internet stał się przedmiotem naukowych badań. Zaistniał jako nowe medium w momencie, gdy wzajemne relacje religii i mediów zaczęły być analizowane w kontekście kulturowym, w odejściu od instrumentalnej roli mediów określanej

[27] J. Strampickal, *Interdyscyplinary Approach in Inevitable and a Major Challenge in Communication Studies*, [w:] *Communicatio Socialis. Challenge of Theology and Ministry in the Church*, red. H. Rolfes, A. Zukowski, Kassel 2007, s. 148.

[28] *Mianem «kultury» w sensie ogólnym oznacza się wszystko, czym człowiek doskonali i rozwija wielorakie uzdolnienia swego ducha i ciała; stara się drogą poznania i pracy poddać sam świat pod swoją władzę; czyni bardziej ludzkim życie społeczne tak w rodzinie, jak i w całej społeczności państwowej przez postęp obyczajów i instytucji; wreszcie w dziełach swoich w ciągu wieków wyraża, przekazuje i zachowuje wielkie doświadczenia duchowe i dążenia na to, aby służyły one postępowi wielu, a nawet całejludzkości.* Sobór Watykański II, *Konstytucja duszpasterska o Kościele w świecie współczesnym Gaudium et spes*, [w:] *Sobór Watykański II. Konstytucje, dekrety, deklaracje*, red. S. Jaworski, L. Krawczyk, Poznań 1968, s. 583.

[29] S. Hjarvard, *The mediatisation of religion...*, s. 3; Por. V. Khroul, *Media and Religion Studies. Challenges of New Millenium*, [w:] *World of Media*, red. E. Vartanova, Moscow 2014, s. 198; R. L. Grimes, *Ritual and the media*, [w:] *Practicing Religion in the Age of the Media. Explorations in Media, Religion, and Culture*, red. S. M. Hoover, L. Schofield Clark, New York 2002, s. 18.

[30] W. Misztal, *Cyberprzestrzeń i mass media sprzymierzeńcem duchowości?*, „Analecta Cracoviensia", 44, 2012, s. 179-180.

poprzez ich technologiczną charakterystykę. Podejście to było konsekwencją rozlicznych zmian kulturowych, intelektualnych i technologicznych, jakie miały miejsce w drugiej połowie XX w.[31]

W początkowych latach funkcjonowania internetu dominowały głównie dwa ścierające się poglądy na temat jego wpływu na życie jednostek i społeczności. Podobnie wnioski wypływające z analizy przeprowadzonych niezależnych projektów badawczych często były skrajnie przeciwstawne. Utopiści utożsamiali rozwój sieci komputerowej z postępem i zmianą na lepsze. Entuzjastycznie wskazywali oni na ogromne możliwości, jakie nieść będzie ze sobą nowe medium, zachwycali się nowymi możliwościami, które internet otwierał przed ludzkością[32]. Po drugiej stronie lokowali się dystopiści, którzy upatrywali w nowym medium źródła wszelkiego zła, jakie stanie się udziałem jego użytkowników. Pośrodku prowadzili dyskurs sceptycy, którzy próbowali w wyważony sposób dokonać oceny zarówno pozytywnych, jak i negatywnych możliwości oddziaływania nowego medium społecznego przekazu. Dostrzegali wielkie możliwości nowych technologii, nie negując przy tym, że ich użytkowanie niesie również wiele zagrożeń.

Niemal od początku funkcjonowania internetu zaczęła pojawiać się w nim tematyka religijna. Podobnie, jak w przypadku oceny internetu jako nowego medium, równie skrajne opinie wyrażali badacze analizując skutki obecności wątków religijnych w sieci komputerowej. W tak zwanej pierwszej fali badań[33], która rozpoczęła się w połowie ostatniej dekady XX w. dyskurs koncentrował się głównie na szansach i zagrożeniach, jakie mogły wynikać z zaistnienia religii w sieci internetowej. Rysowały się wówczas dwa podstawowe trendy. Chociaż nie brakowało głosów zwolenników dostrzegających w internecie wspaniałe narzędzie pracy duszpasterskiej, większość badaczy deprecjonowała jego rolę uważając go za środowisko

[31] P. Horsfield, *Theology, Church and Media, Contours in a Changing Cultural Terrain*, [w:] *Belief in Media. Cultural Perspectives on Media and Christianity*, red. P. G. Horsfield, M. E. Hess, A. M. Medran, Burlington 2004, s. 23.

[32] K. Cho, *New Media and Religion. Observations on Research*, „Communication Research Trends", 30/1, 2011, http://www.thefreelibrary.com/New+media+and+religion%3A+observations+on+research.-a0252449215 [dostęp 12.11.2014].

[33] Højsgaard i Warburg dla ułatwienia systematyzacji badań nad obecności religii w internecie dokonali klasyfikacji, dzieląc okres od powstania i upowszechnienia internetu na fale badań, inaczej zwane fazami badań. M. T. Højsgaard, M. Warburg, *Introduction: waves of research*, [w:] *Religion and Cyberspace*, red. M. T. Højsgaard, M. Warburg, London 2005, s. 1-11

obrazoburcze, w żaden sposób nieprzydatne w dziele ewangelizacji[34]. Stawiano sobie także pytanie kto i dlaczego szuka sposobów realizacji w internecie religijnych potrzeb. Fundamentalnym paradygmatem badawczym było porównywanie religijności w realnym życiu i w przestrzeni internetu[35].

Wyraźny wzrost liczby badań relacji religii z mediami nastąpił pod koniec lat 90. XX w.[36] zapoczątkowując drugą falę badań nad skomplikowanymi relacjami pomiędzy religią i internetem. Dla większości podejmowanych wówczas projektów badawczych punktem wyjścia były wyniki badań przeprowadzanych wcześniej. Wtedy też zweryfikowane zostały tezy w radykalny sposób oceniające pozytywny lub negatywny wpływ internetu na religijność. Myślą przewodnią nowego podejścia było przekonanie, że to nie internet tworzy religie, lecz ludzie. W tym czasie też umocniło się przekonanie, że religijność w kontekście internetu powinno się rozpatrywać w szerszej perspektywie przemian społecznych, kulturowych, technicznych, antropologicznych, a badania związane z tym zjawiskiem należy prowadzić w szerokim, interdyscyplinarnym obszarze[37].

W tym także czasie uznano, że relacje religii z mediami powinny być badane w ramach różnych dyscyplin naukowych, a pełny obraz zjawiska otrzyma się dopiero wówczas, gdy pole badawcze zostanie umieszczone w kontekście kulturowym[38]. Kultura i religia wiążą się ze sobą

[34] Ewangelizacja w niniejszej pracy jest rozumiana w sposób, w jaki opisana została przez papieża Pawła VI w adhortacji apostolskiej *Evangelii Nuntiandi*. A zatem *ewangelizacja to pokazywanie Chrystusa tym, którzy Go nie znają, katechizacja, udzielanie chrztu i innych sakramentów. Papież sformułował także wniosek, według którego ewangelizacja jest tym samym, co zanoszenie Dobrej Nowiny do wszelkich kręgów rodzaju ludzkiego, aby przenikając je swą mocą od wewnątrz, tworzyła z nich nową ludzkość*. Pawel VI, Adhortacja apostolska *Evangelii Nuntiandi. O ewangelizacji w świecie współczesnym* http://w2.vatican.va/content/paul-vi/en/apost_exhortations/documents/hf_p-vi_exh_19751208_evangelii-nuntiandi.html [dostęp 11.12.2014].

[35] Z. Hanas, *Internet religijny a religijność internetowa: eksploracja pola badawczego*, [w:] *Media w transformacji*, red. A. Gralczyk, K. Marcyński, M. Przybysz, Warszawa 2013, s. 28.

[36] Przeprowadzane w tym czasie badania miały na celu m. in. ocenę możliwości wykorzystania nowych technologii w programach katechetycznych i edukacji w szkołach katolickich. Jedne z ważniejszych badań zostały przeprowadzone przez akademików uniwersytetu w Dayton. A. A. Zukowski, *Shifting sands. Catechesis, Imagination and the Digital Culture*, [w:] *Communicatio Socialis. Challenge of Theology and Ministry in the Church*, red. H. Rolfes, A. Zukowski, Kassel 2007, s. 117.

[37] Z. Hanas, *Internet religijny a religijność internetowa...*, s. 28.

[38] Badania dotyczące współistnienia religii, mediów i kultury podjęło wielu naukowców w ramach międzynarodowych projektów. W 1996 r. odbyło się pierwsze spotkanie Międzynarodowej Komisji Badań w zakresie mediów, religii i kultury (*The International Study Commission on Media, Religion & Culture*). W ramach

w istotny sposób, częściowo przenikając się i zazębiając. W dziejach świata trudno jest znaleźć kulturę, która nie wyrosła na bazie wierzeń i tradycji religijnych. Kultura bez religii uległaby wyobcowaniu i zatraciła swój charakter[39]. Religia pełni rolę kulturotwórczą poprzez oddziaływanie na człowieka i kształtowanie jego osobowości[40]. To właśnie przekazy religijne przez ostatnie dwa tysiąclecia były podstawową treścią komunikacji i spójności kulturowej. Kulturę z mediami łączy sprzężenie zwrotne, w którym media są ekspresją kultury, a ona sama działa posiłkując się materiałami dostarczanymi przez media[41]. Zjawiska religijne pojawiają się w licznych kontekstach społeczno-politycznych, różnorakich formacjach społecznych i kulturowych[42]. Dopiero postrzeganie współistnienia mediów i religii jako złożonego zjawiska kulturowego pozwala rzucić nowe światło na problematykę ich wzajemnych relacji.

Tematykę konsekwencji, jakie mogłaby pociągać za sobą obecność religii w sieci dla wiary i podejmowanych w realnym świecie praktyk religijnych poruszali między innymi Stephen O'Leary i Brenda Brasher[43] w 1996 r. Warte wspomnienia są badania przeprowadzone nieco później przez Jeffa Zaleskiego, ukierunkowane na analizę religijnych zachowań w sieci komputerowej[44] i Charlesa Essa[45]. W późniejszych latach temat ten podjęli Lorne L. Dawson[46]

---

prac komisji powstała pokonferencyjna publikacja B*elief in Media: Cultural Perspectives on Media and Christianity* (2004),redakcją P. G. Horsfielda, Mary Hess i Adána Medrano. Owocami wcześniejszych konferencji były publikacje: *Mediating Religion: Studies in Media, Religion, and Culture* (2003), redagowana przez Jolyon P. Mitchell i Sophię Marriage, *Practicing Religion in the Age of the Media* (2002), pod redakcją Stewarda Hoovera i Lynn Schofield Clark, oraz wydana w 1997 r. publikacja *Rethinking Media, Religion, and Culture*, redagowana przez Stewarda M. Hoovera i Knuta Lundby'ego.

[39] W. Kawecki, *Próba diagnozy współczesnej kultury*, „Studia Redemptorystowskie", 6, 2008, s. 143-156.

[40] T. Romanowska, *Wybrane aspekty religijności w kulturze ludowej*, „Ełckie Studia Teologiczne", 5, 2004, s. 293.

[41] M. Sokołowski, *(R)ewolucja w komunikacji. Wprowadzenie do medioznawstwa*, Warszawa 2010, s. 165.

[42] R. A. White, *Religion and Media in the Construction of Cultures*, [w:] *Rethinking Media, Religion, and Culture*, red. S. M. Hoover, K. Lundby, London 1997, s. 39.

[43] S. O'Leary, *Cyberspace as sacred space: communicating religion on computer networks*, „Journal of the American Academy of Religion", 64/4, 1996, s. 781-808; S. O'Leary, B. Brasher, *The unknown God of the Internet. Religious Communications from the Ancient Agora to the Virtual Forum*, [w:] *Philosophical Perspectives on Computer-Mediated Communication*, red. Ch. Ess, Albany 1996, s. 233-269.

[44] J. Zaleski, *The Soul of Cyberspace: How Technology is Changing Our Spiritual Lives*, San Francisco 1997.

[45] Ch. Ess, *Prophetic communities online? Threat and promise for the church in cyberspace*, „Journal of Religion and Culture", 34/2, 1999, s. 87-100.

i Brenda Brasher[47]. W tym też czasie powstało wiele wartościowych opracowań, których autorzy starają się odpowiedzieć na pytanie kto i dlaczego poszukuje w internecie treści religijnych. W 2000 r. została wydana pod redakcją Jeffreya K. Haddena i Douglasa E. Cowana książka pod tytułem *Religion on the internet. Research Prospects and Promises*. Jest to pierwsza monografia w kompleksowy sposób porządkująca wyniki przeprowadzonych przed początkiem XXI w. badań fenomenu religii w internecie.

W 1999 r. Christopher Helland dokonał podziału dostępnych w tamtym czasie stron internetowych na dwie kategorie: *religion online* (religia w sieci) i *online religion* (sieciowa religia), różnicując je ze względu na rolę, jaką pełnią[48]. Badania empiryczne wykazały jednak wkrótce, że zdefiniowane przez Hellanda pojęcia są zbyt kategoryczne i nie odzwierciedlają faktycznego stanu w sieci. Analiza witryn o tematyce religijnej dowiodła, że nie jest możliwe całkowite oddzielenie doświadczeń wynikających z modlitw i rytuałów odbywających się online, od życia w świecie realnym[49]. Zagadnieniem tym zajmowały się niezależne grupy badaczy[50]. Według nich nie należy zatem *religii w sieci* i *sieciowej religii* traktować jako zjawisk rozłącznych, lecz jako dwa krańcowe punkty obecności religii w internecie. Wielość działań użytkowników stron o tematyce religijnej rozciąga się pomiędzy zdobywaniem informacji a uczestnictwem w oferowanych na stronie interaktywnych funkcjach[51].

Podobnej do Hellanda klasyfikacji obecności religii w sieci internetu dokonała Anastazja Karaflogka, która wyróżniła religie w cyberprzestrzeni (*religion on cyberspace*) oraz religie

[46] L. L. Dawson, *Cyberspace and Religious Life. Conceptualizing the Concerns and Consequences*, Referat wygłoszony na konferencji *The Spiritual Supermarket: Religious Pluralism in the 21st Century* w Londynie w 2001 r., http://www.cesnur.org, 2001/london2001/dawson.htm, [dostęp 17.11.2013].

[47] B. Brasher, *Give Me That Online Religion*, San Francisco 2001.

[48] Tłumaczenie terminów za P. Siuda, *Religia a internet. O przenoszeniu religijnych granic do cyberprzestrzeni*, Warszawa 2010.

[49] S. M. Hoover, N. Echchaibi, *The „Third Space" of Digital Religion*, [w:] *Finding Religion in the Media. Work in Progress on the „Third Space of Digital Religion"*, red. S. M. Hoover, N. Echchaibi, Boulder 2012, s. 5-6; Zob. także C. Helland, *Disapora on the electronic frontier. developing virtual connections within sacred homelandss*, „Journal of Computer-Mediated Communication", 12, 2007, s. 968-971.

[50] Kluczowe pozycje, które odnoszą się do tego zagadnienia B. Brasher, *Give Me That Online Religion*, San Francisco 2001; S. M. Hoover, L. S. Clark, R. Lee, *Faith Online*, [w:] *Pew Internet and American Life Project 2004*, http://www.pewinternet.org/files/old-media/Files/Reports, 2004/PIP_Faith_Online_2004.pdf [dostęp: 7.05.2013]; H. A. Campbell, *When Religion Meets New Media*, London 2011.

[51] C. Helland, *Online religion as a lived religion. Methodological issues in the study of religious participation on the Internet*, „Online – Heidelberg Journal of Religions on the Internet", 1.1, 2005, s. 93.

cyberprzestrzeni (*religion in cyberspace*)[52]. Pierwsze z nich dotyczą informacji i materiałów umieszczonych w sieci przez organizacje i związane z danym Kościołem instytucje, które funkcjonują również w świecie rzeczywistym. Drugie z nich odnoszą się do religii stworzonych w internecie i istniejących wyłącznie w cyberprzestrzeni[53].

W ostatniej dekadzie XX w. zaczęto z niepokojem odnotowywać gwałtowny wzrost obecności w internecie nieformalnych, alternatywnych, ruchów religijnych[54]. Silnym impulsem do zintensyfikowania szeroko zakrojonych badań nad zagrożeniami płynącymi z internetu stało się zbiorowe samobójstwo, popełnione przez wyznawców sekty Heaven's Gate w 1997 r. na Rancho Santa Fe (USA). Okazało się bowiem, że przywódcy sekty werbowali nowych członków głównie poprzez własną, rozbudowaną stronę WWW[55]. Od czasu tego tragicznego wydarzenia hasło „religia w internecie" poczęło budzić niepokój w dziennikarskich kręgach, ponieważ zaczęło być łączone z pojęciem niebezpiecznych ruchów religijnych i groźnych cybersekt. Zrozumiałym jest, że takie tragiczne wydarzenia wpłynęły na ocenę funkcjonowania religii w internecie.

W pierwszych latach XXI w. podejmowano szereg empirycznych badań, mających na celu określenie profilu użytkowników religijnych stron i rodzaju podejmowanych przez nich aktywności. Do najważniejszych prac należy projekt *CyberFaith. How Americans Pursue*

[52] Warto zaznaczyć, że do dzisiaj nie jest jednoznacznie usystematyzowana kwestia nazewnictwa i znaczenia pojęć dotyczących obecności religii w internecie. Badacze zajmujący się tą problematyką stosują w swoich pracach oryginalną nomenklaturę, często nieakceptowaną i negowaną przez innych badaczy. Dodatkowy problem stwarza tłumaczenie tych pojęć na język polski. Przykładem odmiennej ich interpretacji jest np. to, że Brenda Brasher pojęcie „cyber-religion" odnosi do obecności i działalności organizacji religijnych w cyberprzestrzeni (2001). Według tej definicji, jak zauważa Grzegorz Kubiński (2004) Kościół katolicki nosiłby znamiona organizacji o charakterze cyberreligijnym, co oczywiście trudno byłoby uznać za prawdę. Tymczasem dla Lorne'a L. Dawson pojęcie cyberreligion dotyczy wyłącznie tych religijnych organizacji i grup, które istnieją wyłącznie w cyberprzestrzeni (2000). Stosowanie tak sformułowanej definicji gwarantuje, że żadna religia, powstała i posiadająca swoje korzenie w rzeczywistym świecie nigdy nie zostanie uznana za cyberreligię.

[53] A. Karaflogka, *Religious Discourse and Cyberspace*, „Religion", 32, 2002, s. 284-286.

[54] J. F. Mayer, *Religion and the Internet. The global marketplace*, [w:] *Challenging Religion. Essays in Honour of Eileen Barker*, red. J. A. Beckford, J. T. Richardson, London 2003, s. 32.

[55] L. L. Dawson, J. Hennebry, *New Religions and the internet. Recruiting in a New Public Space*, [w:] *Religion Online. Finding Faith on the Internet*, red. L. L. Dawson, D. E. Cowan, New York 2004, s. 151; Więcej na temat działalności sekty i zbiorowego samobójstwa popełnionego przez jej członków w R. W. Balch, D. Taylor, *Making Sense of the Heaven's Gate Suicides*, [w:] *Cults, Religion, and Violence*, red. D. Bromley, J. G. Melton, Cambridge 2004, s. 209-228.

Religion Online[56] opracowany w 2001 r. przez Elenę Larsen, oraz *Faith Online*, projekt autorstwa grupy naukowców z uniwersytetu w Boulder w Colorado prowadzony pod kierunkiem profesora Stewarda Hoovera w 2004 r.[57] Nadejście nowego tysiąclecia zintensyfikowało badania wzajemnych relacji religii i internetu, a także poszerzyło obszary badawcze o tematykę związaną z nowoczesnymi mediami i technologią mobilną[58].

Trzecia, obecnie trwająca fala badań została wydzielona w związku z rosnącą rolą interaktywności w sieci. Charakteryzuje się szerokim, interdyscyplinarnym podejściem do badanych zjawisk, a także dużą różnorodnością metod badawczych. Badania te koncentroują się na analizie praktyk religijnych podejmowanych w internecie, powstawaniu religijnych wirtualnych wspólnot i kreowaniu sieciowej tożsamości[59]. Wnikliwej analizie poddany został wpływ aktywności religijnej w sieci na religijność w realnym życiu.

Wraz ze wzrostem liczby stron poruszających tematykę religijną obszarem interdyscyplinarnych badań objęte zostały relacje pomiędzy religią i coraz doskonalszą technologią[60]. Metodologia części badań opiera się na mechanizmach podobnych do tych, które stosowane były przy badaniu wpływu radiofonii i telewizji na religijność społeczeństw. Nowe cechy internetu jako medium wymusiły także opracowanie i zastosowanie nowatorskich metod.

---

[56] E. Larsen, *CyberFaith. How Americans Pursue Religion Online*, [w:] *Pew Internet &American Life Project*, http://www.pewinternet.org, 2001/12, 23/cyberfaith-how-americans-pursue-religion-online/ [dostęp 17.04.2014].

[57] S. M. Hoover, L. S. Clark, L. Rainie, *Faith Online*, [w:] *Pew Internet & American Life Project*, http://www.pewinternet.org, 2004/04/07/64-of-online-americans-have-used-the-internet-for-religious-or-spiritual-purposes/ [dostęp 17.04.2014].

[58] Więcej informacji na temat badań relacji pomiędzy religią i nowymi mediami zob. B. J. Jansen, A. Tapia, A. Spink, *Searching for salvation. An analysis of US religious searching on the World Wide Web*, „Religion", 40, 2010, s. 39-45, 49.

[59] Szczególnie dużo prac na ten temat powstało w połowie pierwszej dekady XXI w. Zob. m. in. M. Lövheim, *Young People and the Use of the Internet as Transitional Space*, „Online - Heidelberg Journal of Religions on the Internet", 2005, M. Lövheim, A. Linderman, *Constructing Religious Identity on the Internet*, [w:] *Religion and Cyberspace*, red. M. T. Højsgaard, M. Warburg, London 2005, H. A. Campbell, *Exploring Religious Community Online. We Are One in the Network*, red. S. Jones, New York 2005, L. L. Dawson, *The Mediation of Religious Experience in Cyberspace*, [w:] *Religion and Cyberspace*, red. M. T. Højsgaard, M. Warburg, London 2005, S. D. O'Leary, *Utopian and dystopian possibilities of Networked Religion in the New Millennium*, [w:] *Religion and Cyberspace*, red. M. Højsgaard, M. Warburg, London 2005.

[60] C. Casey, *Virtual ritual, real faith. The revirtualization of religious ritual in cyberspace*, „Online – Journal of Religions on the Internet", 2/1, 2006, s. 73.

Są to badania interdyscyplinarne, prowadzone równolegle na wielu poziomach[61]. Zwiększa się różnorodność metod badawczych, ilościowych i jakościowych. Do tej pory bardzo mała liczba badań opiera się o studium udokumentowanego przypadku[62]. We współcześnie prowadzonych badaniach uczestniczą głównie socjolodzy religii, teolodzy, kulturoznawcy, antropolodzy, a w wiele projektów zaangażowani są badacze zajmujący się filozofią, psychologią, a nawet polityką[63].

Warto tu wspomnieć o inicjatywach podejmowanych przez ludzi Kościoła katolickiego na różnych szczeblach. W Polsce szczególną rolę odegrali duchowni diecezji tarnowskiej, którzy przeprowadzili badania zastosowań informatycznych w pracy Kościoła. Szczegółowe wyniki badań prowadzonych pod kierownictwem ks. dra hab. Józefa Klocha zaprezentowane zostały w monografii *Internet i Kościół*[64].

Duża grupa badaczy upatruje w internecie szansy na odrodzenie religijności społeczeństw. Skrajnie entuzjastyczną postawę w wykorzystaniu sieci komputerowej w ewangelizacji przedstawiła między innymi Brenda Brasher, prorokując że internet w XXI w. będzie dominującą płaszczyzną religijnej aktywności[65]. Wyraziła przekonanie, że internet umożliwiając ludziom poznanie dziedzictwa kulturowego i historii różnych wyznań, może przyczynić się do ekumenicznego porozumienia[66]. Inne podejście reprezentują badacze, którzy twierdzą, że cyberprzestrzeń[67] stanowi „ostateczną diasporę" i jest idealnym miejscem dla ludzi bez historii.

[61] S. M. Hoover, *The Cultural Construction of Religion in the Media Age*, [w:] *Practicing Religion in the Age of the Media. Explorations in Media, Religion, and Culture*, red. S. M. Hoover, L. Schofield Clark, New York 2002, s. 18.

[62] F. Vecoli, *La religione ai tempi del web*, Roma – Bari 2013, s. 13.

[63] H. A. Campbell, *Religion and the Internet*, „Communication Research Trends", 25/1, 2006, s. 3.

[64] Wspomniana monografia jest jedną z najobszerniejszych polskojęzycznych prac podejmujących temat roli internetu we współczesnej ewangelizacji i o wykorzystaniu technologii informatycznych w życiu Kościoła. Redaktor tej pracy Józef Kloch jest wykładowcą na Uniwersytecie Kardynała Stefana Wyszyńskiego w Warszawie, oraz współzałożycielem jednego z najpopularniejszych polskich portalów religijnych, opoka.org.pl. Zob. *Internet i Kościół*, red. J. Kloch, Warszawa 2011.

[65] B. Brasher, *Give Me That ...*, s. 19.

[66] Tamże, s. 93.

[67] Pojęcie „cyberprzestrzeń" po raz pierwszy zaproponował w 1984 r. William Gibson, amerykański autor literatury o tematyce science fiction. Według jego koncepcji, przedstawionej w powieści *Neuromancer*, jest to nowy, istniejący równolegle do prawdziwego świat, którego istnienie jest podtrzymywane przez komputerową rzeczywistość. M. A. Vásquez, M. F. Marquart, *Globalizing the sacred. Religion across the Americas*, New Brunswick 2003, s. 94; Obecnie termin cyberprzestrzeń funkcjonuje jako synonim wirtualnej przestrzeni

Dostępność do praktyk religijnych w przestrzeni internetu budziła także obawy o funkcjonowanie lokalnych wspólnot. Badania nie potwierdziły jednak tych przypuszczeń[68]. Potrzeba zawiązywania wspólnot nie zanika, jedynie ewoluuje dostosowując się do stylu życia współczesnych społeczeństw[69].

* * *

Jeszcze do niedawna największa liczba badań dotycząca relacji pomiędzy religią a internetem odnosiła się do chrześcijaństwa. Wynika to z faktu, że chrześcijaństwo jest religią dominującą w USA skąd wywodzi się największa liczba uczonych podejmujących tę tematykę. Tam też internet stawiał swoje pierwsze kroki, a następnie przez długi czas plasował się na pierwszej pozycji na świecie pod względem liczby użytkowników sieci komputerowej. W związku z tym to właśnie w USA podjęto pierwsze badania wpływu nowego medium na kulturę i życie społeczne[70].

Już z wyraźnie katolickiej perspektywy temat obecności religii w internecie podjęli francuski teolog Pierre Babin i siostra Angela Ann Zukowski, profesor religioznawstwa. Do dzisiaj jedną z kluczowych, prac dotyczących Kościoła katolickiego w internecie jest wydana w 2002 r. ich współautorska pozycja *The Gospel in Cyberspace. Nurturing Faith in the Internet*

---

informacyjnej, a od 1994 r., w którym miała miejsce ekspansja usługi WWW, odnoszony jest do całościowego pojęcia internetu. P. Drzewiecki, *Bezcielesność cyberprzestrzeni a sakramentalny wymiar Kościoła*, „Biuletyn Edukacji Medialnej", 1, 2008, s. 109; W niniejszej pracy nie podejmuję się uporządkowania terminów i pojęć związanych z fenomenem internetu i nowych mediów. Od wielu lat do określania środowiska aktywności w sieci komputerowej używa się pojęć takich, jak: „przestrzeń wirtualna", „cyberprzestrzeń", „wirtualna rzeczywistość", „e-przestrzeń". W dużym uproszczeniu można je wszystkie traktować jako synonimy. W kwestii nazewnictwa warto wspomnieć, że szczególnie popularne są terminy-neologizmy, powstałe przez dodanie przedrostka „e-" dla zasygnalizowania, że jest on przeniesieniem do internetu pojęcia funkcjonującego w rzeczywistym świecie. Najczęściej terminy te powstają jako dosłowne tłumaczenia z. j. angielskiego, w którym to języku były utworzone, jak np. e-społeczeństwo, e-kultura, czy użyty w tytule niniejszej pracy e-wizerunek, lub też funkcjonują jako anglicyzmy, np. e-learning, e-commerce, choć w wielu opracowaniach można spotkać także ich polskie odpowiedniki: „e-nauka", „e-handel".

[68] Por. M. A. Vásquez, M.F. Marquart, *Globalizing the sacred...*, s. 95-97.

[69] B. Przywara, *Cyberspołeczności czy wirtualne zbiorowości?*, [w:] *Cyberspołeczności czy wirtualne zbiorowości*, red. Lesław H. Haber, Kraków 2004, s. 243.

[70] Wśród znaczących badań warto wymienić prace Patricka Dixona z 1997 r. (*Cyber Church, Christianity and the Internet*) oraz Waltera Wilsona z 2000 r. (*The Internet Church*).

Age. Autorzy wyrażają w niej przekonanie, że Kościół ma do odegrania znaczącą rolę w cyberprzestrzeni, a internet jest wartościowym narzędziem pracy duszpasterskiej[71]. Przyznają przy tym jednak, że emocje związane z przekazem religijnym, wyrażające się w zachowaniu, gestach, tonacji głosu, są ważniejsze niż słowa, a zatem internet nigdy nie dorówna kontaktowi w świecie rzeczywistym[72].

Wiele badań prowadzonych w ciągu ostatnich lat zostało poświęconych problemom religii i mediatyzacji, który to termin oznacza uniwersalny proces społeczny wywołany rosnącym znaczeniem mediów masowych dla funkcjonowania różnych dziedzin współczesnego społeczeństwa[73]. Jak dowodzi duński medioznawca Stig Hjarvard, w obecnych czasach religia jest coraz mocniej związana ze świeckimi mediami i jest przez nie kształtowana. W swoich pracach Hjarvard poddaje gruntownej analizie interakcje zachodzące pomiędzy religią i mediami. Twierdzi on, że media stały się ważnym, jeśli nie podstawowym, źródłem informacji religijnej. Jako środowisko społeczne i kulturowe przejęły i nadal przejmować będą wiele funkcji, do tej pory zarezerwowanych dla instytucji kościelnych, w tym przewodnictwo duchowe i moralne, celebracje obrzędów, tworzenie wspólnot[74]. Ta właściwość mediów przy postępującej globalizacji wymaga także zrewidowania pojęć wiążących religię z konkretnym narodem i społeczeństwem[75].

---

[71] J. Botelho, *Church and the Internet*, [w:] *Communication as Mission*, red. L. Stanislaus, J. Ishvani, Delhi 2007, s. 226-227.

[72] P. Babin, A. A. Zukowski, *The Gospel in Cyberspace. Nurturing Faith in the Internet Age*, Chicago 2002, s. 54-57.

[73] Z. Oniszczuk, *Mediatyzacja polityki i polityzacja mediów. Dwa wymiary wzajemnych relacji*, „Studia Medioznawcze", 47/4, 2011, s. 13.

[74] S. Hjarvard, *The mediatisation of religion...*, s. 119; Zob także M. Lövheim, G. Lynch, *The mediatisation of religion debate. An introduction*, „Culture and Religion", 12/2, 2011, s. 111; Por. A. Hepp, V. Krönert, *Media Cultures and Religious Change: 'Mediatization' as 'Branding Religion'*, Referat prezentowany na konferencji „Religion, Media Process and the Transformation of the Public Sphere: A Day Symposium", Londyn 2008, s. 2-4, http://www.imki.uni-bremen.de/fileadmin/mediapool/medienkultur/IMKI/Paper-Religion-3.pdf [dostęp 22.09.2014].

[75] E. Barker, *In and Out of Place: Varieties of Religious Locations in a Glocalising World*, [w:] *Holy Nation and Global Identities. Civil Religion, Nationalism, and Globalisation*, red. A. Hvithamar, M. Warburg, B. A. Jacobsen, Boston 2009, s. 235; Najbardziej jaskrawym przejawem związku między religią i globalizacją, która nasiliła spory cywilizacyjno – kulturowe, były ataki terrorystyczne 11.09.2001 r. na World Trade Center i Pentagon. Ataki te były zaplanowane, koordynowane i wreszcie zrealizowane przy pomocy dwóch technologicznych ikon globalizacji: internetu i nowoczesnego samolotu pasażerskiego. M. Warburg, *Religious groups and globalization. A*

We współczesnym świecie religia pozostaje pod wpływem globalizacji przemian kulturowych i życia gospodarczego. Co więcej, można zaryzykować stwierdzenie, że religia stała się częścią światowego systemu gospodarczego. Świadczy o tym choćby rozwijający się rynek towarów religijnych (dewocjonalia, książki o tematyce religijnej) i religijna oferta usług (wyjazdy pielgrzymkowe). Zjawiska religijne są dzisiaj inaczej postrzegane niż przed erą internetu, będącym jednym z czynników inicjujących te zmiany. Jego użytkownicy wykazują specyficzne przyzwyczajenia i nawyki wynikające z używania nowych mediów. Zmienił się styl i język wypowiedzi. Motywy religijne w różnorodnej formie pojawiają się w różnych obszarach kultury popularnej[76]. Globalizacja prowadzi do erozji tradycyjnych religii, zrównując ich znaczenie i prawa z wyznaniami o znacznie krótszej tradycji, mniejszym zasięgu wpływów i liczbie wyznawców. Religie ściśle związane z przestrzennym umiejscowieniem, znane i praktykowane w lokalnych kulturach ekspansywnie rozprzestrzeniają się w świecie, zdobywając popularność, sympatyków i wyznawców w krajach o tradycjach chrześcijańskich. Dobra kulturowe ulegają homogenizacji i standaryzacji, zostają podporządkowane zasadom rynkowym[77].

Coraz intensywniej prowadzi się obecnie badania mające na celu znalezienie odpowiedzi na pytanie, jak w XXI w. cyfrowe technologie będą kształtować praktyki religijne. Jeremy Stolow, religio- i medioznawca, wykładowca na Uniwersytecie Concordia w interesujący sposób przedstawia w swoich publikacjach związki łączące religię z technologią[78]. Analizuje on wielowiekowy związek religii i rozwoju myśli technicznej, wskazując na ich nierozerwalną łączność. Stolow swoje rozważania podsumowuje wnioskiem, że kształt praktyk religijnych jest nierozerwalnie złączony z postępem technologicznym[79].

---

comparative perspective, [w:] *Challenging Religion. Essays in honour of Eileen Barker*, red. J. A. Beckford, J. T. Richardson, London 2003, s. 42.

[76] B. S. Turner, *Religion and modern...*, s. 279.

[77] M. Libiszowska-Żółtkowska, *Nowe ruchy religijne w globalnej przestrzeni*, [w:] *Religia i religijność w warunkach globalizacji*, red. M. Libiszowska-Żółtkowska, Kraków 2007, s. 202.

[78] Najnowszym opracowaniem tego autora jest *Deus in Machina. Religion, Technology, and the Things in Between*, New York 2012.

[79] Stolow zaproponował eksperyment myślowy, polegający na wyobrażeniu sobie jak wyglądałyby praktyki religijne pozbawione elementów, których istnienie wywodzi się z jakichkolwiek technologicznych zastosowań. Zapytał więc, co zostałoby w sferze materialnej związanej z praktyką religijną. Nie byłoby obrazów, instrumentów, szat, świec, kadzidła. Nie byłoby nawet świątyni – budynku, miejsca praktykowania kultu. J. Stolow, *Technology*,

W badaniach wzajemnych relacji mediów i religii na czoło wysuwają się trzy kluczowe kwestie, rozważane przede wszystkim w kontekście wykorzystania mediów społecznościowych i urządzeń mobilnych: sposób w jaki nowe media współuczestniczą w tworzeniu religijnych społeczności; rola jaką odgrywają w kształtowaniu tożsamości religijnej; wpływ na relacje wiernych z istniejącymi strukturami kościelnymi. W listopadzie 2001 r. odbyła się w Danii na uniwersytecie w Kopenhadze pierwsza międzynarodowa konferencja na temat wzajemnych relacji religii i internetu *Religion and Computer-Mediated Communication*. Publikacja będąca pokłosiem tego sympozjum jest jednym z pierwszych opracowań dotyczących zależności i współistnienia religii w cyberprzestrzeni oraz wpływu rozwoju technologii informacyjnych na kształt religii przyszłości[80]. Szczególnym obszarem zainteresowań w pierwszej dekadzie XXI w. stały się portale chrześcijańskie oraz witryny ruchów neopogańskich[81].

W obecnej fazie badań nad zagadnieniami współistnienia religii i internetu, uczeni coraz bardziej koncentrują się na analizie skutków nowych technologii medialnych dla religii, w kontekście relacji pomiędzy religijną działalnością online i offline. W ciągu ostatnich kilku lat powstało wiele wartościowych opracowań dotyczących tego tematu. Warto tu wspomnieć o badaniach nad tożsamością religijną człowieka w sieci, których analiza została przedstawiona w książkach kanadyjskiego socjologa Douglasa E. Covana i Mii Lövheim, religioznawczyni z uniwersytetu w Uppsali. Temat religijnej tożsamości online podejmowali także amerykańska medioznawczyni Elena Larsen[82] oraz hiszpański socjolog Manuel Castells, uznany badacz zjawisk społecznych i gospodarczych.

[w:] *Key Words in Religion, Media and Culture*, red. D. Morgan, New York 2008, s. 194-195. Trudno jednak byłoby oprzeć się wrażeniu, że podobne rozumowanie można byłoby przeprowadzić w odniesieniu do związków technologii z jakąkolwiek inną dziedziną życia.

[80] Na konferencji wyniki badań przedstawiło ponad 20 naukowców z całego świata, m. in. z Kanady, Włoch, Wielkiej Brytanii, Korei Południowej, USA, Szwecji i Danii. Zob. *Religion and cyberspace*, red. M. T. Højsgaard, M. Warburg, London 2005; Zob. także G. Beckerlegge, *Computer-mediated religion: religion on the Internet at the end of the twentieth century*, [w:] *From Sacred Text to internet. Religion Today. Tradition, Modernity and Change*, Aldershot 2001, s. 219-264; H. A. Campbell, S*piritualising the Internet. Uncovering Discourses and Narratives of Religious Internet Usage*, „Online – Heidelberg Journal of Religions on the Internet", 1.1, 2005; J. K. Hadden, D. E. Cowan, *Religion on the Internet*, t. 8, *Research Prospects and Promises. Religion and the Social Order*, Greenwich 2001.

[81] H. A. Campbell, *Religion and the Internet*, s. 12.

[82] Badanie zostało przeprowadzone w 2002 r. na zlecenie organizacji *Pew Internet & American Life Project*. Jego celem była analiza wykorzystania przez kościoły i organizacje religijne w Stanach Zjednoczonych

Od lat trwa naukowy dyskurs, jakie implikacje dla religii będzie mieć rozwój nowych technologii cyfrowych. Wiele spekulacji koncentruje się wokół ich wpływu na tradycyjne formy aktywności religijnej. Przypominają one dyskursy, jakie podejmowano wiele lat wcześniej, w związku z tak zwaną teleewangelizacją – zjawiskiem, które narodziło się wraz z rozwojem radia i telewizji[83]. Ówczesne obawy koncentrowały się na problemie, czy ewangelizacja za pośrednictwem telewizji, nowego ówcześnie medium nie będzie skutkować osłabieniem praktyk religijnych wiernych, co mogłoby skutkować postępującą sekularyzacją[84]. Rok 2012 przyniósł nowe spojrzenie na obecność religii w sieci. Steward M. Hoover i współpracujący z nim na uniwersytecie w Boulder medioznawca Nabil Echchaibi zdecydowali się odejść od sztywnego podziału „religion online – online religion", przyjmując wspólne określenie „religia cyfrowa". W obliczu lawinowo rosnącej liczby form obecności religii w nowych mediach wcześniejszy podział stracił swą aktualność. W tym samym czasie Heidi Campbell, jedna z czołowych współczesnych badaczek tematyki wzajemnych relacji religii i mediów, opracowała kompleksowy przegląd obecności religii w sieci, wyróżniając wspólne płaszczyzny dla różnych form jej obecności. Część współczesnych prac badawczych koncentruje się na obecności w sieci internetowej tradycyjnych, światowych religii. W innych analizowane są nowe ruchy religijne, w literaturze tematu określane akronimem NMR (New Movement Religion)[85]. Kiedyś rozwijały

---

wykorzystania internetu w pracy duszpasterskiej. Ponad 1300 kongregacji odpowiedziało na ankietę online, określając, w jakim stopniu witryny WWW i poczta e-mailowa wpływa na budowanie wspólnoty z parafianami. Wyniki przeprowadzonych badań zostały opublikowane na oficjalnej stronie organizacji w raporcie E. Larsen, *Wired Churches, Wired Temple: Taking congregations and missions into cyberspace*. http://www.pewinternet.org/~/media//Files/Reports, 2000/PIP_Religion_Report.pdf.pdf [dostęp: 7.05.2013].

[83] Więcej: S. M. Hoover, *Religion in the Media Age*, Abingdon 2006, s. 60-61; Zob. także L. S.Clark, S. M. Hoover, *At the Intersection of Media, Culture, and Religion. A Bibliographic Essay*, [w:] *Rethinking Media, Religion, and Culture*, red. S. M. Hoover, K. Lundby, London 1997, s. 18-20; Szerokie opracowanie tematu teleewangelizacji zob. B. C. Alexander, *Televangelism. Redressive Ritual within a Larger Social Drama*, [w:] *Rethinking Media, Religion, and Culture*, red. S. M. Hoover, K. Lundby, London 1997, s. 194-209.

[84] S. M. Hoover, N. Echchaibi, *The „Third Space"...,* s. 5-6; O związku sekularyzacji z procesem globalizacji Zob. także T. Adamczyk, *Desekularyzacja w warunkach globalizacji*, [w:] *Religia i religijność w warunkach globalizacji*, red. M. Libiszowska-Żółkowska, Kraków 2007, s. 68-71.

[85] Nowe ruchy religijne (NMR) popularnie utożsamiane są z sektami. Jest to jednak podejście niewłaściwe. Wśród nowych ruchów można bowiem obok typowo sekciarskich wspólnot odnaleźć także takie, których doktryna niewiele odbiega od doktryny katolickiej. Jedną z definicji NMR przedstawiła Eileen Barker: *Terminu nowy ruch religijny używa się dla określenia wewnętrznie zróżnicowanego zespołu organizacji, z których większość pojawiła się w dzisiejszej postaci w drugiej połowie naszego wieku i które oferują zwykle pewien rodzaj odpowiedzi na*

się one w hermetycznych środowiskach, obecnie wykorzystują do swoich potrzeb głównie przestrzeń internetu[86].

W ciągu ostatniej dekady zainteresowaniem zostały objęte obszary nowoczesnych mediów, w tym cieszące się już od kilku lat ogromną popularnością media społecznościowe. Obecnie jednym z problemów związanych z badaniami internetu jest trudność w dokumentowaniu materiału badawczego, wynikająca z ulotności i zmienności treści rozpowszechnianych przez związane z nim media[87]. Materiały, na bazie których badacze formułują tezy, są przenoszone pomiędzy serwerami, ulegają zmianom, bądź całkowicie zostają usunięte z sieciowego miejsca, w którym były umieszczone w trakcie badania. Ogromna ilość umieszczonych w sieci danych dotyczących danego zagadnienia implikuje trudności wyboru, weryfikacji i klasyfikacji pod względem przydatności w planowanych badaniach[88]. Ze względu na dynamicznie rozwijające się nowoczesne media internetowe, dostępne także na urządzeniach mobilnych, rośnie liczba

---

fundamentalne pytania natury religijnej, duchowej i filozoficznej. Inne podejście prezentuje Vittorio Lanternari, który upatruje ich początków w czasach kolonialnych i postkolonialnych. Uznaje, że mają one zwykle charakter synkretyczny, powstały bowiem jako reakcja na kontakt międzykulturowy. Synteza obu definicji doskonale wpisuje się w internetową rzeczywistość. Kościół katolicki po raz pierwszy stanowisko w sprawie nowych ruchów religijnych przedstawił na Synodzie Nadzwyczajnym w 1985 r., a rok później ukazał się dokument Stolicy Apostolskiej zatytułowany *Sekty albo nowe ruchy religijne. Wyzwanie duszpasterskie.* Kościół postuluje w nim postawę ekumeniczną, zaleca powstrzymywanie się od wartościowania, nawołuje do dialogu w duchu tolerancji. M. Zimniak-Hałajko, *Raj oswojony. Antropologia nowych ruchów religijnych*, Warszawa 2003, s. 7,15-16; Maria Libiszowska-Żółkowska uznaje, że nowe ruchy religijne są wynikiem m. innymi zderzenia kultur religijnych, systemów parareligijnych, naukowych i pseudonaukowych. W ten sposób tworzą nową jakość, która w pewnych środowiskach zyskuje uznanie. Są one odpowiedzią na zagubienie i osamotnienie człowieka we współczesnym świecie i globalnej cywilizacji. W kontekście powstawania i funkcjonowania internetu zasadniczą rolę odgrywa zderzenie religii kultywujących swoją odrębność w tej samej, wspólnie dzielonej przestrzeni. M. Libiszowska-Żółtkowska, *Nowe ruchy religijne...*, s. 200-201, 203; Zob. także E. Barker, *Why the cults? New Religious Movements and freedom of religion or belief*, [w:] *Facilitating Freedom of Religion and Belief: perspectives, impulses and recommendations from the Oslo Coalition*, red. T. Lindholm, W. C. Durham Jr., B. G. Tahzib-Lie, Dordrecht 2004, s. 571-578.

[86] E. Barker, *Crossing the boundary: new challenges to religious authority and control as a consequence of access to the internet,* [w:] *Religion and Cyberspace*, red. M. T. Højsgaard, M. Warburg, London 2005, s. 3-15.

[87] W obliczu ogromnej dynamiki zmian, jakim podlegają materiały umieszczone na internetowych stronach w 1996 r. tworzone są cyfrowe archiwa witryn internetowych, obrazów, dźwięków i filmów, które kiedykolwiek zostały umieszczone na stronach internetowych. Usługa katalogowania witryn pozwala prześledzić historię rozwoju i zmian witryny. Jedno z przykładowych archiwów dostępne jest pod adresem: https://archive.org/ [dostęp 24.07.2014].

[88] F. Vecoli, *La religione ai tempi...*, s. 14.

problemów badawczych, a medioznawcy bliscy są wprowadzenia do klasyfikacji badań religii w internecie kolejnej, czwartej już fali badań[89]

* * *

Rewolucyjny charakter istotnych zmian w sieci internetowej nie jest dostrzegany w czasie, gdy one następują. Jego ocena możliwa jest dopiero z historycznej perspektywy[90]. Badanie obecności religii w internecie należy zatem rozpocząć od spojrzenia w przeszłość i analizy skutków funkcjonowania w tradycyjnych mediach związanej z nią tematyki[91]. Analiza porównawcza już na wstępnym etapie badań może dostarczyć odpowiedzi na wiele pytań. Obecnie funkcjonuje na świecie kilka ośrodków zaangażowanych w poważne badania odnoszące się do relacji religia – media. W wydawanych przez nie periodykach publikowane są najnowsze wyniki badań. W 2010 r. grupa naukowców z ośrodka badawczego Texas A&M University zainicjowała witrynę internetową *Network for New Media, Religion and Digital Culture Studies*[92]. Platforma ta stworzona została dla wszystkich osób zainteresowanych obecnością religii w internecie, a w szczególności w mediach społecznościowych. Nieco wcześniej w Instytucie Religioznawstwa na uniwersytecie Ruprecht-Karls w Heidelbergu przeprowadzonych zostało szereg badań dotyczących religijności w sieci. Ich owocem jest szereg artykułów opublikowanych w kolejnych numerach periodyku „Online – Heidelberg Journal of Religions on the Internet", wydawanych w latach 2005-2010[93]. Jak wskazuje tytuł publikacja udostępniana była w postaci cyfrowo opracowanych tekstów na stronach internetowych czasopisma. Działalność periodyku została po kilkuletniej przerwie ponownie wznowiona w 2014 r.

[89] H. A. Campbell, M. Lövheim, *Introduction. Rethinking the online–offline connection in the study of religion online*, „Information, Communication & Society", 14/ 8, 2011, s. 1092-1093.

[90] J. Pyżalski, *Agresja elektroniczna i cyberbullying jako nowe ryzykowne zachowania młodzieży*, Kraków 2012, s. 13.

[91] D. Nash, *Religious sensibilites in the age of the internet: freethought culture and the historical context of communication media*, [w:] *Practicing religion in the age of the media. Explorations in Media, Religion, and Culture*, red. S. M. Hoover, L. S.Clark, New York 2002, s. 276.

[92] http://digitalreligion.tamu.edu/ [dostęp 10.05.2013].

[93] Z. Hanas, *Internet religijny a religijność...*, s. 27.

Wyniki badań i analiz podejmujących tematykę relacji religii i nowych mediów, prezentowane są w zasługujących na uwagę naukowych czasopismach: „Religion" (wydawany od 2002 r.), „Religious Studies Review" (wydawany od 2006 r.), „Studies in World Christianity" (wydawany od 2007 r.), „Journal of Computer-Mediated Communication" (wydawany od 2007 r.), „Masaryk University Journal of Law and Technology" (wydawany od 2009 r.), „Australian Religious Studies Review" (wydawany od 2010 r.)[94] Szereg interesujących treści prezentują także czasopisma naukowe, takie jak: „Journal of Technology, Theology & Religion", „Journal of Contemporary Religions", „Journal of Computer - Mediated Communication", „Journal of Religion and Popular Culture" czy „Journal of Religion, Media and Digital Culture". Obecnie najważniejsze ośrodki badawcze, zajmujące się problematyką relacji religii a internetu funkcjonują w USA, Kanadzie i krajach skandynawskich[95].

* * *

W obliczu skomplikowanej rzeczywistości dynamicznie rozwijających się nowych mediów, tradycyjne dziedziny nauki okazują się być niewystarczające dla zrozumienia relacji pomiędzy mediami, a złożonymi procesami społecznymi i kulturowymi[96]. Ich analiza wymagała powstania nowych dyscyplin naukowych. Z tych przyczyn powstała cybersocjologia, cyberkulturoznawstwo, wirtualna etnografia i wiele innych dziedzin, które w etymologii swojej nazwy posiadają odwołanie do wirtualnej rzeczywistości, czy też cyberprzestrzeni. Jednym z kluczowych wyzwań stojących przed nowymi dyscyplinami jest opracowanie zestawu pojęć. metod i narzędzi warsztatowych umożliwiających badanie zjawisk związanych z nowoczesnymi mediami.

Istotnym utrudnieniem w badaniach nowych mediów jest krótka żywotność niektórych z nich, a także dynamika pojawiania się kolejnych. Nie wnikając jednak w przyszłe kierunki rozwoju technologii internetowych, można zauważyć, że wiele kwestii wciąż pozostaje na etapie wstępnego dokumentowania i definiowania pojęć związanych z funkcjonowaniem religii w sieci. Należy je z całą pewnością rozpatrywać w kontekście szerszych procesów społecznych

[94] H. A. Campbell, *Understanding the Relationship between Religion Online and Offline in a Networked Society*, „Journal of the American Academy of Religion", 80/1, 2012, s. 67.

[95] Z. Hanas, *Internet religijny a religijność...*, s. 27.

[96] F. Vecoli, *La religione ai tempi...*, s. 13.

i kulturowych. Istnieje zapotrzebowanie na badania, które wyjaśnią jakie skutki pociąga za sobą obecność religii w internecie i jakie będą tego konsekwencje.

Pomimo licznych i intensywnych badań, wciąż zbyt mała jest wiedza o jakości treści znajdujących się w sieci internetowej, szczególnie gdy analizuje się kwestię ich autorstwa. Nadal otwarty pozostaje problem charakterystyki jednostek i społeczności użytkowników poszukujących w sieci treści religijnych. Rosnąca liczba nowych mediów wymaga stałej aktualizacji odpowiedzi na pytanie, jak technologiczne i kulturowe cechy internetu oddziałują na rozwój określonych form religijności[97].

Szeroko zakrojonych badań wymaga nowe zjawisko cyberpielgrzymek – peregrynacji podejmowanych za pośrednictwem cyfrowych mediów. Może być ono kluczem do dekonstrukcji tradycyjnych praktyk i opracowania nowego spojrzenia na ideę pielgrzymowania. Nowe spojrzenie potrzebne jest choćby z powodu charakterystyki cyberpielgrzymki, w której brakuje elementu podjęcia podróży fizycznej, a obszar *sacrum* jest ogólnodostępny. Warto zastanowić się, co może studium cyberpielgrzymki dodać do teorii antropologii pielgrzymki. Do rozstrzygnięcia pozostaje także kwestia autentyczności cyfrowej peregrynacji, oraz odpowiedź na pytanie, czy takie doświadczenie może prowadzić do osiągnięcia wyższych poziomów duchowych. Wyjaśnienia wymaga ponadto związek między ciałem i umysłem w pielgrzymowaniu do świętych miejsc w odcieleśnionej przestrzeni wirtualnej rzeczywistości.

W kontekście szybko postępujących zmian technologicznych pytania o cyberpielgrzymkę są trudne, a wyniki badań nieprzewidywalne. Można obawiać się, że trudność analizy omawianej kwestii wynikająca z szybko postępujących zmian technologicznych sprawi, iż pozostanie ona jedynie na poziomie teoretycznych rozważań[98]. Kolejny problem dotyczy odpowiedzi na pytanie, czy w ogóle istnieją wymierne korzyści z pielgrzymowania przed monitorem komputera. A może strony oferujące udział w cyberpielgrzymce powinny pozostać w kategorii stron informacyjnych i w związku z tym należy traktować je tylko jako przygotowanie do podjęcia prawdziwej podróży do świętego miejsca. Na wiele pytań uczeni jeszcze nie odpowiedzieli i nie jest to wynikiem

[97] Z. Hanas, *Religie w Internecie – Internet w Religiach*, [w:] *Media audiowizualne i cyfrowe wobec wyzwań współczesnego społeczeństwa*, red. A. Adamski, A. Gralczyk, K. Kwasik, M. Laskowska, Warszawa 2012, s. 254-255.

[98] C. Hill-Smith, *Cyberpilgrimage. A Study of Authenticity, Presence and Meaning in Online Pilgrimage Experiences*, „Journal of Religion and Popular Culture", 21/2, 2009, http://www.questia.com/read/1G1-213033192/cyberpilgrimage-a-study-of-authenticity-presence [dostęp 11.01.2014].

opieszałości ludzi nauki, ale szybkiego rozwoju nowoczesnych technologii. Intensywnie rozwijająca się kultura mediów społecznościowych, urządzenia mobilne – to tylko część zagadnień, które wymuszają potrzebę prowadzenia kolejnych, nowych badań.

Wśród najnowszych trendów badawczych pojawiła się tematyka gier komputerowych. Szczegółowym analizom poddano gry nawiązujące do wątków religijnych. Badaczy interesuje szczególnie ich wpływ na kulturę, tożsamość i religijność człowieka[99]. Współczesne gry cyfrowe są istotnym zjawiskiem, w którym ujawnia się interakcja zachodząca pomiędzy religią a kulturą. Refleksja nad ich współistnieniem pomaga zrozumieć czym jest religia dla współczesnego człowieka. Wątki religijne w grach mogą być postrzegane nie tylko jako jeden z elementów kultury gry, ale mogą odzwierciedlać społeczne postawy graczy w szerszej perspektywie. Analiza gier cyfrowych i ich religijnych treści może pomóc w zrozumieniu procesów budowy społecznych więzi, które mogą być trudno dostrzegalne w innych kontekstach[100].

W ostatnich latach do zjawisk będących obiektem naukowych analiz dołączono popularne obecnie memy internetowe[101]. Osobną ich grupę stanowią memy o treści religijnej. Memy

[99] Tematyce gier komputerowych o treści religijnej, lub zawierających elementy religijne został w całości poświęcony w 2014 r. piąty numer periodyku „Online – Heidelberg Journal of Religions on the Internet". Nosi on tytuł *Religion in Digital Games. Multiperspective and Interdisciplinary Approaches*. Publikowane w nim artykuły prezentują najnowsze analizy dotyczące roli, znaczenia i wpływu użytkowania religijnych gier komputerowych na ludzi, którzy w różnorodny sposób realizują swoją religijność w świecie online. Grom komputerowym z wątkami religijnymi została także poświęcona jedna z najnowszych prac współredagowanych przez Heidi Campbell: *Playing with religion in digital game*, red. H. A. Campbell, G. Grieve, Bloomington 2014; Zob. także pracę Williama Bainbridge'a, w której autor wnikliwie analizuje obecność sacrum w wielożytkownikowych grach typu RPG rozgrywanych w sieci komputerowej. W. S. Bainbridge, *eGods. Faith versus Fantasy in Computer Gaming*, Oxford 2013.

[100] E. Hemminger, *Game Cultures as Sub-Creations. Case Studies on Religion & Digital Play*, „Online – Heidelberg Journal of Religions on the Internet", 5, 2014, s. 108-133; Heidi Campbell wysunęła tezę, że tak jak analiza produkcji filmowej pomogła zrozumieć religijność ludzi w XX w., w podobny sposób do zrozumienia religijności w XXI w. może przyczynić się wnikliwa analiza gier cyfrowych. H. A. Campbell, G. P. Grieve, *Studying Religion in Digital Gaming. A Critical Review of an Emerging Field*, „Online – Heidelberg Journal of Religions on the Internet", 5, 2014, s. 52.

[101] M. Górka, *The Meme as an Example of Carnivalized Internet Communication*, „e-Politikon", 9, 2014, s. 215-249; W. Kołowiecki, *Memy internetowe, jako nowy język internetu*, „Kultura i Historia", 21/2012 http://www.kulturaihistoria.umcs.lublin.pl/archives/3637 [dostęp 15.08.2014]; W. Bellar, H. A. Campbell, K. James Cho, A. Terry, R. Tsuria, A. Yadlin-Segal, J. Ziemer, *Reading Religion in Internet Memes*, „Journal of Religion, Media & Digital Culture", 2/2, 2013, http://jrmdc.com/wp-content/uploads/2013/12/Studying-Religious-Internet-Memes.pdf [dostęp 15.08.2014]; O memach internetowych i przyczynach ich popularności zob. także

katolickie najczęściej odnoszą się do duchownych Kościoła katolickiego, do postaci Jezusa, Matki Bożej lub popularnych świętych. Badania dowodzą, że memy, jako unikalna forma komunikacji w sieci, stanowią istotny czynnik pomagający zrozumieć najnowsze trendy kultury religijnej w internecie[102].

W ostatnich latach wnikliwej analizie poddana została również obecność religii w blogosferze[103]. W dłuższej perspektywie wartościowym materiałem służącym do analiz naukowych będzie obserwacja konsekwencji wykorzystania mikroblogów i mediów społecznościowych w funkcjonowaniu Kościoła. Trudno przewidzieć czy, i w jaki sposób duchowni będą wykorzystywać wpisy z *Twittera* do głoszonych kazań. Czy podejmą oni też inne kroki zmierzające do uinteraktywnienia nabożeństw? Badania wykazały, że czas koncentracji użytkowników współczesnych mediów sukcesywnie ulega skróceniu. Czy przełoży się to na sposób organizacji pracy duszpasterskiej?; na długość wygłaszanych kazań?; na sposób przekazywania informacji wiernym? Jeżeli takie zmiany nastąpią, to proces ten stanowić będzie żywy przykład mediatyzacji religii[104].

Hipotezy, założenia i metody badawcze

Temat obecności treści religijnych w internecie podejmowany jest już od wielu lat w wielu opracowaniach naukowych. Każda z wielkich światowych religii, jak chrześcijaństwo, buddyzm, czy islam posiada liczne monografie odnoszące się do tej kwestii. W ostatnim czasie badacze położyli nacisk na sprawy związane z powstawaniem i funkcjonowaniem w sieci nowych ruchów religijnych, dla których internet stał się doskonałym miejscem do propagowania swojej wiary,

---

J. Jędryczkowski, *Forma i treść komunikatu multimedialnego w dobie zaniku czytelnictwa – wyniki badań*, „General and Professional Education", 2, 2014, s. 40.

[102] W. Bellar, H. A. Campbell, K. James Cho, A. Terry, R. Tsuria, A. Yadlin-Segal, J. Ziemer, *Reading Religion...* http://jrmdc.com/wp-content/uploads/2013/12/Studying-Religious-Internet-Memes.pdf [dostęp 15.08.2014].

[103] P. H. Cheong, A. Halavis, K. Kwon, *The chronicles of me. Understanding blogging as a religious practice*, „Journal of Media and Religion", 7/3, 2008, http://www.paulinehopecheong.com/media/Cheong$20Halavis $20$26$20Kwon$20-$20The$20chronicles$20of$20me.pdf [dostęp 15.08.2014].

[104] P. H. Cheong, *Twitter of Faith. Understanding social media.* N*etworking and microblogging rituals as religious practices*, [w:] *Digital Religion, Social Media and Culture: Perspectives, Practices, Futures*, red. H. Cheong, P. Fischer-Nielsen, P. S. Gelfgren, C. Ess, New York 2012, s. 203.

a także do werbowania wyznawców. Idee chrześcijańskie mają swoje ugruntowane miejsce zarówno w cyberprzestrzeni, jak i naukowym opisie tego zjawiska. Zauważalna jest tutaj jednak dominacja prac autorów z kręgów i środowisk protestanckich: Amerykanów, Anglików i Niemców. Stosunkowo niewiele naukowych publikacji odnosi się do aktywności w sieci Kościoła katolickiego. Tutaj przeważają prace włoskojęzyczne – dzieła badaczy związanych z papieskimi uniwersytetami i naukowymi instytutami pozostającymi pod kontrolą Watykanu.

W Polsce w ostatnich latach opublikowano kilka pozycji poruszających tę tematykę. Ze względu jednak na dynamikę rozwoju narzędzi technologicznych oraz nowych mediów, do których zaliczyć należy *Facebook, Twitter, Google+* i inne podobne usługi, istnieje potrzeba ciągłego podejmowania naukowego opisu tego kulturowego i cywilizacyjnego zjawiska.

Głównym celem niniejszej pracy jest analiza roli nowych mediów, funkcjonujących w oparciu o stały dostęp do internetu w kształtowaniu wizerunku Kościoła katolickiego. Trudno jednak byłoby tematykę tę zgłębiać w sposób całościowy, jako że nie w każdym aspekcie swojej misji i działalności Kościół w jednakowy sposób korzysta z możliwości oferowanych przez nowoczesne media. Relacje Kościoła katolickiego z mediami stanowią tak bardzo szeroki i rozbudowany obszar tematyczny, że konieczne staje się uszczegółowienie tego problemu. Analiza oficjalnej strony Stolicy Apostolskiej zarówno od strony technicznej, jak i merytorycznej upoważnia do wyrażenia opinii, że w tym przypadku Kościół w profesjonalny sposób wykorzystał narzędzie, jakim jest strona internetowa. Ale to zaledwie jedna z wielu odsłon Kościoła katolickiego w internecie, o innych będzie mowa na kolejnych stronach niniejszej pracy. Są jednak tematy, które chociaż mocno związane z tradycją Kościoła katolickiego, to ich obecność w internecie wynika głównie z inicjatyw oddolnych. W tej tematyce mieszczą się między innymi elementy pobożności ludowej, historie i fenomeny związane z objawieniami i cudami. Śledząc te treści warto jest zadać pytanie, jak wpływają one na postrzeganie w sieci religii katolickiej. Aby podjąć próbę na tak postawione pytanie poddałam analizie treści dostępne w internecie na temat kultu Matki Bożej z Guadalupe.

O tym wyborze zdecydowały dwa powody. Pierwszym z nich jest uniwersalny charakter meksykańskiego sanktuarium. Historia objawień Maryjnych sprzed 500 lat znana jest nie tylko we wszystkich krajach obydwu Ameryk, ale również w pozostałych regionach świata. Wpływ jaki wywarł kult indiańskiej Madonny na kulturę Meksyku i całej Ameryki Łacińskiej jest powszechnie znany – także w krajach, w których katolicy stanowią zdecydowaną mniejszość.

Z tego powodu problematyka kultu Matki Bożej z Guadalupe obecna w cyberprzestrzeni daje bardzo szerokie możliwości badawcze ze względu na reprezentatywność poglądów i opinii użytkowników sieci.

Drugim powodem, dla którego zdecydowałam się badać problematykę meksykańskiej Madonny w sieci internetowej jest charakter jej kultu ściśle związany z historią narodu i etnicznością. Kult ten z początku lokalny i partykularny w ciągu wieków został wpleciony w politykę, kształtowany przez tradycję i różnorodne konteksty społeczne. Pełne zrozumienie fenomenu Matki Bożej z Guadalupe jest trudne, jeśli nie zna się meksykańskiej historii i kultury, a także społecznych problemów Meksykanów mieszkających zarówno w kraju, jak i na obczyźnie.

W odniesieniu do zarysowanego powyżej problemu badawczego interesować mnie będzie sposób funkcjonowania kultu meksykańskiej Madonny w kulturowej przestrzeni internetu. Wskażę liczne przykłady świadczące o tym, że internet sprzyja propagowaniu tego kultu, ale również takie, w których tematyka ta staje się orężem wykorzystywanym przez niektórych użytkowników sieci w ich walce z Kościołem.

* * *

Z socjologicznego punktu widzenia, internet stanowi wyzwanie dla tradycyjnych wartości i autorytetów – także religijnych. Jak te autorytety mogą zaistnieć i utrzymać się w pozbawionej jakiejkolwiek cenzury kulturze cyfrowej[105]? Próba odpowiedzi na to pytanie była już podejmowana wielokrotnie[106]. Choć badacze skłaniają się ku opinii, że autorytet religijny narażony jest na osłabienie w obliczu ekspansji nowoczesnych mediów, najnowsze badania sugerują, że wpływ ten nie jest zdeterminowany przez cechy mediów, lecz zależny od sposobu

[105] B. S. Turner, *Religion and modern society. Citizenship, Secularisation and the State*, Cambridge 2011, s. XVIII.

[106] Na temat autorytetu religijnego w czasach internetu zob. m. in. H. A. Campbell, *Who's Got the Power? Religious Authority and the internet*, „Journal of Computer-Mediated Communication", 12/3, 2007, s. 1043-1049; H. A. Campbell, *Religious authority and the Blogosphere*, „Journal of Computer-Mediated Communication",15/2, 2010, s. 251-275; H. A. Campbell, *When religion meets new media*, Abingdon 2010, II część tomu (*Religious authority and conflict in the age of the Internet*) *Religion and Cyberspace*, red. M. Højsgaard, M. Warburg, London, 2005, A. Spadaro, *Cyberteologia...*, s. 93-97, H. A. Campbell, P. E. Teusner, *Religious Authority in the Age of the Internet*, 2011, http://www.baylor.edu/content/services/document.php/130947.pdf [dostęp 12.12.2015].

ich wykorzystania[107]. Przykłady, które wskażę w niniejszej pracy oraz wnioski wynikające z badań prowadzonych przez badaczy wskazują, że internet nie przyczynił się do osłabienia pozycji Kościoła katolickiego w świecie i związanego z tym odpływu wiernych.

Internet jest medium globalnym, ogólnoświatowym i to jest niezaprzeczalna jego wartość i zaleta. Ale te właśnie cechy są także przyczyną, z powodu której nie wszystkie tematy związane z katolicką nauką i doktryną są jednakowo zrozumiałe przez wszystkich użytkowników sieci. Porozumienie nie zawsze jest możliwe, nawet jeśli ludzie władają tym samym językiem i wyznają podobne wartości. Ludzie pochodzący z różnych kręgów kulturowych ten sam przekaz mogą odbierać w zupełnie odmienny sposób. Tym samym powszechna komunikacja, która ma służyć wzajemnemu zrozumieniu i przełamywaniu barier, może przyczynić się do ich potęgowania. W tym kontekście formułuję wniosek, że nie w każdym wymiarze internet jest medium sprzyjającym propagowaniu treści religijnych związanych z Kościołem katolickim. Promowanie w internecie kultu połączonego ściśle z etnicznością i narodowością, a do takich należy kult meksykańskiej Madonny, sprawia, że ludzie nie znający tamtejszych realiów krytykują go, uznają za prosty iinfantylny a zdarzenia, które doprowadziły do jego powstania za nieprawdziwe.

* * *

Wnioski wynikające z analizy wzajemnych relacji religii i nowych mediów mogą pomóc w dyskusjach na temat przemian kulturowych w erze społeczeństwa sieciowego. Obserwacje dotyczące tematyki religijnej w internecie pomagają przewidywać rozwój określonych tendencji w praktykach religijnych online. Funkcjonowanie religii w internecie można porównać do mikrokosmosu, którego analiza pozwala na wysnuwanie wniosków dotyczących całokształtu zagadnień związanych z każdą sferą społeczną, która zaistniała w nim w wyniku rozwoju internetu[108].

Kultura cyfrowa stworzyła nowy świat zupełnie odmienny od dotychczasowego. Jego wyjątkowość polega na tym, że nie powstał on w drodze ewoluowania wcześniejszych kultur, ale

[107] P. H. Cheong, *Authority*, [w:] *Digital Religion. Understanding Religious Practice in New Media Worlds*, red. H. A. Campbell, New York 2013, s. 72-88.

[108] Por. H. A. Campbell, *Religion and the Internet. A microcosm for studying Internet trends and implications*, „New Media & Society", 15, 2013, s. 680-693.

w wyniku realizacji zaplanowanego i przemyślanego projektu. Kultura, która się w nim rozwinęła jest więc powiązana z historią, tradycją i znanymi dotychczas formami kulturowymi w dość luźny sposób. Chociaż odzwierciedla ona cechy kultur funkcjonujących w realnym świecie w różnorodnych środowiskach, są one jednak modyfikowane przez możliwości technicznego, zdigitalizowanego środowiska[109].

Współcześni badacze zajmujący się tematyką związaną z cyfrową przestrzenią skłaniają się ku przekonaniu, że nie tylko powstała potrzeba budowania nowych pojęć do opisu cyfrowego świata, ale także opracowania nowych metod badawczych służących do jego analizy. Zasadnicza trudność związana z badaniami naukowymi dotyczącymi internetu i społeczności sieciowych tkwi w nieadekwatności starych metod do nowej rzeczywistości. Tradycyjne metody są mało użyteczne do badania świata cyfrowego, nie dają bowiem możliwości ukazania jego pełnej specyfiki i złożoności. Metody pozyskiwania danych napotykają w internecie na trudności wynikające z ogromnej ilości informacji, które trudno jest poddać analizie nawet przez rozbudowane zespoły badawcze. Główną cechą tych ostatnich jest interdyscyplinarność, okazuje się bowiem, że z opisem przemian kulturowych w cyberprzestrzeni nie mogą poradzić sobie sami przedstawiciele nauk humanistycznych i społecznych. Najczęściej korzystają oni z pomocy informatyków i programistów, którzy potrafią wyjaśnić złożony proces rewolucyjnych zmian technologicznych i ich niezwykłych możliwości. W ciągu ostatnich lat powstało wiele aplikacji komputerowych, które w oparciu o algorytmy przetwarzające w krótkim czasie miliardy bitów danych dokonują ich analizy i budują wyniki na podstawie ustalonych przez badaczy parametrów wprowadzonych do aplikacji[110].

Nieznane do tej pory możliwości badawcze stwarza wizualizacja wiedzy, co zgodne jest z wysuwaną obecnie tezą o audiowizualności współczesnego świata jako konsekwencji rozwoju technologii. Wizualizacja jako technika komunikowania treści znana jest od zarania dziejów, ale obecnie wzbogacona została o interaktywność i multimedialność[111]. Za pomocą programów takich jak np. *Google Analitics, Google Trends, Twitter Counter* badacze mogą poddawać analizie ogromne zbiory danych, wykrywać w nich trendy i wzorce, badać relacje i korelacje pomiędzy cechami danych.

[109] A. Radomski, *Humanistyka w świecie informacjonalizmu*, s. 70.

[110] Tamże, s. 33, 38-39.

[111] A. Radomski, *O potrzebie wizualizacji wiedzy w naukach o kulturze*, „Roczniki kulturoznawcze", V/1, 2014, s. 11-12.

W niniejszej pracy zastosuję kilka metod badawczych, które pozwolą na sformułowanie wniosków odnoszących się do stawianych hipotez. Analiza treści źródeł kościelnych pozwoli prześledzić ewoluowanie stosunku Stolicy Apostolskiej do kolejno pojawiających się na przestrzeni wieków mediów informacyjnych i komunikacyjnych. Analiza historyczno-porównawcza umożliwi głębsze zrozumienie powodów, którymi kierował się Kościół katolicki wypracowując zasady relacji z nowoczesnymi mediami. W odniesieniu do treści religijnych publikowanych w cyberprzestrzeni zastosuję metodę obserwacji nieuczestniczącej. Pozwoli ona na dogłębną analizę zachowań ludzi w wybranych środowiskach i grupach zajmujących się życiem Kościoła katolickiego. Odwołam się także do metod statystycznych, zwłaszcza tam gdzie opisywać będę zjawiska społeczne o charakterze masowym. Pozwolą one na ustalenie zmienności zachowań religijnych wiernych, nowych tendencji kulturowych oraz ich przekształceń w czasie.

* * *

Praca składa się z pięciu rozdziałów. Rozdział pierwszy zatytułowany *Kulturowa przestrzeń internetu* stanowi teoretyczne ramy niniejszej pracy niezbędne do zrozumienia fenomenu funkcjonowania religii w sieci internetowej. W tym rozdziale przedstawię ogólną charakterystykę sieci internetowej kładąc główny nacisk na te jej elementy i cechy, które odgrywają kluczową rolę w sposobie prezentacji treści religijnych w cyfrowej przestrzeni. Źródła współczesnej kultury internetu wywodzą się z czasów, gdy wirtualna przestrzeń była kształtowana przez kolejne pokolenia jej twórców i użytkowników. Grupy te ustalały normy i zasady obowiązujące w sieciowej pajęczynie, wytwarzały własne formy kulturowe[112]. Różnorodne formy obecności Kościoła katolickiego w sieci pozostają w ścisłej korelacji ze specyfiką wytworzonej i stale ewoluującej w niej kultury.

W rozdziale drugim, zatytułowanym *Religia w mediach* przedstawię zarys funkcjonowania religii w sieci internetowej i nowoczesnych mediach. Na wybranych przykładach przedstawię miejsce w wirtualnym świecie grup religijnych i parareligijnych. Zapoznanie się z metodyką wykorzystania możliwości nowych mediów przez różne wspólnoty wyznaniowe może być

[112] M. Zdrodowska, *Niecne memy. Dwanaście wykładów o kulturze internetu Magdaleny Kamińskiej*, „Przegląd Kulturoznawczy", 9/1, 2011, s. 201.

pomocne przy wnioskowaniu, jak usprawnić i wzbogacić kształtowanie e-wizerunku Kościoła katolickiego na cyfrowej płaszczyźnie.

Trzeci rozdział nosi tytuł *Kościół katolicki w mediach.* W jego pierwszej części przedstawię formowanie się stanowiska Kościoła katolickiego w sprawie mediów na przestrzeni wieków, od wynalezienia ruchomej czcionki drukarskiej do czasów współczesnych. Trudno bowiem byłoby pojąć skomplikowane i złożone relacje Kościoła i nowoczesnych mediów bez historycznej retrospekcji i wnikliwej analizy jego obecności w tych mediach, które już utraciły status „nowych". Poddam analizie szczególnie te dokumenty kościelne, które zostały ogłoszone przez papieży i różne dykasterie kurii rzymskiej od czasu Soboru Watykańskiego II. Wtedy bowiem dokonał się zasadniczy zwrot w relacjach Kościoła katolickiego z mediami, oddzielając erę obaw i nieprzychylności od czasu akceptacji mediów jako cennych narzędzi w pracy duszpasterskiej. W dalszej części wskażę przykłady na to, że Kościół katolicki, czerpiąc z doświadczeń wynikających z użytkowania tradycyjnych mediów, umiejętnie buduje relacje z wytworami nowoczesnych technologii komunikacyjnych. Podejmę próbę wskazania tych obszarów zastosowań nowych mediów, które wciąż jeszcze nie zostały w pełni wykorzystane.

Kolejne dwa rozdziały pracy poświęcę analizie funkcjonowania w nowych mediach kultu Matki Bożej z Guadalupe. W rozdziale czwartym zatytułowanym *Kult Matki Bożej z Guadalupe,* opiszę najważniejsze wydarzenia związane z powstaniem, rozwojem i funkcjonowaniem tego kultu. Chociaż wizerunek meksykańskiej Madonny jest najczęściej na świecie reprodukowanym wyobrażeniem Maryi, informacje rozpowszechniane na jej temat w nowych i tradycyjnych mediach często są niepełne lub nieprawdziwe.

W piątym rozdziale zatytułowanym *Wizerunek Madonny z Guadalupe w internecie* prześledzę rozpowszechniane w sieci wpisy, artykuły, komentarze, prezentacje multimedialne i inne materiały związane z omawianym tematem. Sprawdzę, w jaki sposób kult ten przedstawiany jest przez prywatnych użytkowników internetu, witryny związane z instytucjami kościelnymi, a także biura pielgrzymkowe w których ofercie znajdują się pielgrzymki do Guadalupe. Część rozdziału poświęcę na analizę treści i funkcjonalności oficjalnej witryny sanktuarium Matki Bożej z Guadalupe.

Na podstawie wniosków wynikających z przeprowadzonych przeze mnie analiz uważam, iż Kościół katolicki nie powinien obawiać się odpływu wiernych z realnych kościołów do cyberprzestrzeni. Internet jest rzeczywiście najlepszym w naszych czasach narzędziem

promowania wartości religijnych, ale dla katolików nie stanowi atrakcyjnej alternatywy realizacji potrzeb duchowych. Nawet najlepiej funkcjonująca witryna internetowa nie zastąpi piękna i nastroju realnej świątyni, w której tradycyjnie spotykają się wierni na wspólnej modlitwie. Pomimo ogromu negatywnych treści w cyberprzestrzeni Kościół katolicki bardziej jednak zyskuje niż traci aktywnie uczestnicząc w jej tworzeniu. Poprzez przemyślane wykorzystywanie internetu Kościół może budować swój pozytywny wizerunek w świecie, ostatecznie zrywając z opinią instytucji konserwatywnej, niedostosowanej do cywilizacyjnego postępu.

Internet to medium, które sprzyja kreowaniu pozytywnego wizerunku Kościoła katolickiego, ale nie w każdym aspekcie. Ze względu na fakt, że jest to medium multikulturowe i globalne, trudno jest w nim zaistnieć fenomenom zrodzonym w lokalnych środowiskach etnicznych. W świetle tego wysuwam tezę, iż należy z dużą ostrożnością propagować w sieci treści o ścisłych powiązaniach etnicznych i kulturowych ze środowiskiem, w którym się zrodziły i w którym funkcjonują. Na poparcie tego twierdzenia przeprowadzę szczegółową analizę funkcjonowania w internecie kultu Matki Bożej z Guadalupe.

Rozdział 1. Kulturowa przestrzeń internetu

Trzecie tysiąclecie rozpoczęło się w czasach dynamicznego rozwoju nowych technologii. Strumienie audio i video, synchroniczna interakcja, powszechny dostęp do internetu opartego na stałym łączu coraz silniej zaczęły wiązać ludzką codzienność z komputerem. Internet systematycznie zaczął przenikać niemal każdy aspekt życia społecznego i kulturowego[113]. Postępująca globalizacja i racjonalizacja życia wywierają coraz większy wpływ na człowieka. Wybiera się rozwiązania łatwiejsze, wymagające mniej wysiłku i czasu. Mobilność, medialność i pośpiech wpisują się w każdą niemal dziedzinę życia[114].

Współcześni badacze kultury zgodni są co do faktu, że intensywny rozwój technologii komunikacyjnych i wynikające z niego formowanie się społeczności wirtualnych wywiera ogromny wpływ na sytuację kulturową, modyfikuje pojęcie tożsamości, kształtuje i przeobraża kultury narodowe. Trudno się bowiem nie zgodzić z tezą według której *technologie są wytworem społecznym, a wytwory społeczne są uwarunkowane kulturowo*[115]. Jak twierdzi Peter Horsfield, nie da się właściwie ocenić wpływu na kulturę nowych mediów, jeśli nie uzna się, że są one same w sobie wytworami kulturowymi Przy takim podejściu mogłoby się wydawać pozbawionym logiki stwierdzenie, że istnieje ścisły związek między pojawieniem się każdego nowego medium, przejmującego dominację w świecie komunikacji i zmianami kulturowymi. Wystarczy jednak uświadomić sobie, że kultura jest wielopostaciowym organizmem, a wówczas zrozumiałym jest, że zmiany zachodzące w obrębie jednego z sektorów mogą implikować zmiany w innym sektorze[116].

Badaczy dzieli jednak opinia dotycząca implikacji kulturowych, jakie rozwój nowoczesnych mediów będzie za sobą pociągał. Najczęściej wskazywaną konsekwencją jest

[113] S. Heidbrink, N. Miczek, *Introduction to the special issue. Religions on the Internet – aesthetics and the dimensions of the senses*, „Online – Heidelberg Journal of Religions on the Internet", 4.1, 2010, s. 1.

[114] B. Przywara, *Cyberspołeczności czy wirtualne ...*, s. 243.

[115] M. Castells, *Galaktyka internetu. Refleksje nad Internetem, biznesem i społeczeństwem*, tłum. T. Hornowski, Poznań 2003, s. 47.

[116] P. G. Horsfield, *Changes in Religion in Periods of Media Convergence*, [w:] *Rethinking Media, Religion, and Culture*, red. S. M. Hoover, K. Lundby, London 1997, s. 112.

globalizacja kultury i kreowanie nowego typu człowieka - obywatela świata[117]. Środowisko „globalnej wioski" niesie ze sobą zagrożenie niszczenia lokalnych kultur. Uniwersalizm stworzony przez globalizację i rozwój technologii wpływa na unifikowanie się poszczególnych kultur i skutkować może zanikiem bogatej różnorodności, w jej miejsce wprowadzając jednolitość kulturową. Tak powstała hybryda kulturowa nosiłaby cechy kultur dominujących, podczas gdy kultury mniejszości etnicznych ulegałyby marginalizacji i powolnemu zanikowi[118].

Zmiany dokonujące się w wyniku rozwoju nowoczesnych mediów widoczne są w codziennym funkcjonowaniu człowieka w społeczeństwie. Wiele instytucji funkcjonuje obecnie jedynie w świecie wirtualnym. Inne wychodzą naprzeciw nowym wyzwaniom i funkcjonują równolegle w dwóch światach: rzeczywistym i wirtualnym. Do nich należą urzędy, banki, szkoły, biblioteki oraz parafie i kościoły. Wyłącznie w sieci internetowej funkcjonuje wiele sklepów, biur pośrednictwa czy firm ubezpieczeniowych. Nie jest trudno wyobrazić sobie już dzisiaj ludzi, którzy większość czasu spędzają w wirtualnym świecie, żyją tam, pracują i zarabiają pieniądze[119]. Najbardziej jaskrawym przykładem tego, jak bardzo technologia zawładnęła współczesnym światem jest wirtualny pieniądz. Każdego dnia na świecie realizowane są miliony przelewów i płatności bez fizycznego kontaktu z pieniędzmi, a jedynie ze świadomością ich wirtualnego istnienia[120]. Tylko niewielka część zjawisk występujących w cyberprzestrzeni nie ma swojego pierwowzoru w rzeczywistym świecie. Podobnie niewiele zjawisk w rzeczywistym świecie nie ma swojego odbicia w cyberprzestrzeni. Sieć komputerowa nie jest już dzisiaj rzeczywistością równoległą do codziennego życia, lecz przestrzenią, która silnie zespolona jest z innymi przestrzeniami realnego świata[121].

[117] R. Kluszczyński, *Społeczeństwo informacyjne...*, s. 35.

[118] D. Llywelyn, *Toward a Catholic theology...*, s. 297; Do wpływu globalizacji na niszczenie kultur i spraw związanych z inkulturacją wiary nawiązuje papież Franciszek w adhortacji apostolskiej *Evangelii Gaudium*, http://w2.vatican.va/content/francesco/pl/apost_exhortations/documents/papa-francesco_esortazione-ap_20131124_evangelii-gaudium.html [dostęp 4.11.2014].

[119] R. Bomba, *Antropologia cyberprzestrzeni*, „Kultura Współczesna", 1, 2007, s. 122.

[120] K. Krzysztofek, *Zdekodowane kody*, [w:] *Kody Mcluhana. Topografia nowych mediów*, red. A. Maj, M. Derda-Nowakowski, Katowice 2009, s. 30.

[121] M. Kamińska, *Niecne memy. Dwanaście wykładów o kulturze internetu*, Poznań 2011, s. 198; Zob. także A. Spadaro, *Cyberteologia...*, s. 20; S. Turkle, *Tożsamość w epoce Internetu*, [w:] *Blaustein. Koncepcja odbioru mediów*, red. Z. Rosińska. Warszawa 2001, s. 133.

Dla młodego pokolenia internet stał się integralną częścią codziennego życia. Młodzi ludzie nie pamiętają świata z czasów „przed internetem". W „Manifeście dzieci sieci" mówią o sobie: *Sieć nie jest dla nas technologią, której musieliśmy się nauczyć i w której udało nam się odnaleźć. Sieć jest procesem, który dzieje się i nieustannie przekształca na naszych oczach; z nami i przez nas […]My nie korzystamy z sieci, my w niej i z nią żyjemy*[122]. Starsi użytkownicy sieci także doskonale się w niej adaptują. Wyłoniło się nowe środowisko kulturowe, w którym nie da się oddzielić technologii od codziennej ludzkiej aktywności. Zmianom tym sprzyja umobilnienie się społeczeństwa. Telefony komórkowe niemal całkowicie wyparły stacjonarne. Internauci coraz rzadziej korzystają z komputera stacjonarnego czy nawet laptopa, uzyskując dostęp do internetu za pośrednictwem smartfonów i tabletów[123]. Nowe media wpisują się także w sferę ludzkiej intymności, bo za ich pośrednictwem ludzie podtrzymują kontakty z bliskimi im osobami, nawiązują przyjaźnie, a nawet budują związki uczuciowe.

Cyberprzestrzeń współcześnie jest płaszczyzną złożoną z wielu szybko rozwijających się miejsc, z których każde oferuje inną formę interakcji i komunikacji cyfrowej. Jedne służą do przechowywania danych, inne umożliwiają synchroniczną interakcji z innymi użytkownikami w czasie rzeczywistym (np. *GoogleTalk, Skype, Windows Live Messenger*, itp.) Jeszcze inne służą do budowania społeczności (np. *Facebook, Twitter*), ułatwiając kontakt pomiędzy wieloma użytkownikami za pośrednictwem internetu. Już dzisiaj pojęcie „surfowania w sieci" zastępowane jest określeniem „zamieszkiwanie w sieci", jako dokładniej oddającym istotę zjawiska[124].

Internet jest wszechobecnym i być może najpotężniejszym symbolem współczesnej kultury, która powstała z połączenia sztuki, nauki, nowych technologii i nowych mediów. W literaturze przedmiotu określana jest jako cyberkultura, kultura wirtualna, kultura 2.0 lub e-kultura[125]. Cyberkultura definiuje zjawisko, które w ciągły sposób podlega modyfikacjom, a zatem samo pojęcie cyberkultury także zmienia się w czasie. Cyberkultura traktowana jest jako połączenie

[122] P. Czerski, *Manifest dzieci sieci*, http://pokazywarka.pl/pm1pgl/ [dostęp 15.10.2014].

[123] Smartfony i iPady to urządzenia, których wykorzystanie według Tomasza Goban-Klasa obniża zdolność do krytycznego myślenia. *Smartfon - krynica głupoty czy strumień mądrości?*, http://www.www.deon.pl/religia/kosciol-i-swiat/z-zycia-kosciola/art,14471,rozumiec-media-madrosc-w-mediach.html

[124] D. Chetty, *Some Preliminary Comments on the Formation of Online Religious Identities. A Case Study of the Internet-Hindu in India's Cyberspace*, „Journal of Religion & Society", 16, 2014, https://dspace.creighton.edu/xmlui/bitstream/handle/10504/64537/2014-38.pdf?sequence=1 [dostęp 14.11.2014].

[125] A. Radomski, *Humanistyka w świecie informacjonalizmu*, s. 12.

techniki i kultury, kreowane za pomocą różnego typu programów komputerowych. Prowadzi to do istotnej implikacji, że podstawą cyberkultury jest zbiór aplikacji komputerowych umożliwiających tworzenie, edycję i dystrybucję plików tekstowych i multimedialnych, oraz stron WWW. Współczesna kultura wirtualna utożsamia się z wielką medialną przestrzenią, w której międzyludzka komunikacja odbywa się za pośrednictwem ekranów komputerów i telefonów. Według Lva Manovicha termin *cyberkultura* wyrósł z technokulturowego przełomu związanego z rewolucją dokonującą się za sprawą technologii komputerowych[126]. Cyberkultura doczekała się jeszcze wielu, mniej, lub bardziej skomplikowanych definicji, zawsze jednak określa się ją w odniesieniu do technologii informacyjno-komunikacyjnych[127]. Do dzisiaj nie ma wśród badaczy zgody co do charakteru cyberkultury - czy jest ona swoistym odbiciem kultury rzeczywistego świata, czy też tworzy odrębną jakość nie mającą z nim zbyt wiele wspólnego[128]. Za pierwszą tezą przemawia zbieżność z rzeczywistością wielu internetowych zjawisk, które wydają się być prostym przełożeniem tych z prawdziwego świata.

Za autonomią fenomenu cyfrowej kultury przemawia odmienny sposób jej formowania się. Kształtowanie się kultury i następujących w niej przemian w minionych wiekach było zazwyczaj procesem długotrwałym, chyba że postępowało ono wskutek działania czynników takich jak kolonizacja terenów, czy intensywna migracja ludności, będąca następstwem historycznych wydarzeń. Rozwój nowych mediów, zapoczątkowany wynalezieniem internetu przyspieszył proces przemian kulturowych, szczególnie w momencie przejścia od użytkowania wydzwanianego łącza internetowego do stałego połączenia. Przed tym przełomowym momentem użytkownik świadomie planował podejmowaną aktywność w sieci, której koszta użytkowania rosły proporcjonalnie do czasu połączenia.

Obecnie technologie sieciowe towarzyszą człowiekowi każdego dnia w wielu sytuacjach życiowych, nawet tak prozaicznych jak sprawdzenie na ekranie smartfonu prognozy pogody na

[126] L. Manovich, *New Media from Borges to HTML*, [w:] *The New Media Reader*, red. N. Wardrip-Fruin, N. Montfort, Cambridge – London 2003, s. 16.

[127] Michał Drożdż przywołuje definicje sformułowane przez medioznawcę i kulturoznawcę Ryszarda Kluszczyńskiego, oraz przez Derricka de Kerckhove, kontynuatora szkoły toronckiej. Kluszczyński opisuje termin *cyberkultura* jako *wieloaspektowy kompleks, który wyrasta ze społecznego doświadczenia życia w świecie zdominowanym przez technologie informacyjno-komunikacyjne. Cyberkultura jawi się jako proces, poprzez który wypowiada się społeczeństwo informacyjne*. Derrick de Kerckhove natomiast określa cyberkulturę jako efekt *pomnożenia masowości przez szybkość*. M. Drożdż, *Relewancja etyki mediów...*, s. 23-24.

[128] M. Kamińska, *Niecne memy...*, s. 297.

następny dzień, czy pory odjazdu pociągu. Technologia stała się „przezroczysta", bo ludzie przestali być świadomi jej pośredniczenia[129]. Funkcjonują w nowym rodzaju przestrzeni powstałej jako produkt wzajemnego przenikania się rzeczywistości realnej i wirtualnej. Ta nowa rzeczywistość coraz mocniej przypominająca opisywaną przez francuskiego socjologa i krytyka kultury popularnej Jeana Baudrillarda hiperrzeczywistość[130] stała się już dzisiaj pełnoprawną przestrzenią społeczną[131].

Na kształt cyberkultury duży wpływ mają cechu internetu, które kosmolodzy przypisują wszechświatowi: brak centrum, względność czasoprzestrzeni i zależność od punktu odniesienia. Cechami uprawniającymi porównanie sieci internetowej do kosmosu jest wielowymiarowość, złożoność i chaotyczność. Jako rozbudowana, obszerna baza danych jest źródłem dostępu do kultury, nośnikiem kulturowych obiektów i obecnie głównym jej dostawcą. Dobra kultury nie tylko są w sieci dostępne, sieć dostarcza także nowych sposobów uczestnictwa w kulturze[132]. Ranga kultury internetu wiąże się z poszerzaniem stref wolnego wyboru związanych z niemal każdą dziedziną życia. Kultury, które wcześniej rozwijały się i trwały zakorzenione w instytucjach szczycących się często długą tradycją i ugruntowanym autorytetem są wypierane, a nawet zastępowane przez tę kreowaną przez internet i związane z nim nowe media[133].

Efektem zmian wynikłych z rozwoju technologii jest ewoluowanie poglądów na życie człowieka i otaczający go świat. Technologie przedefiniowały wiele pojęć o mocno już ugruntowanej pozycji[134]. Zapoczątkowały proces przemodelowania hierarchii ważności

---

[129] T. Bulkeley, *Presence and pixels. Some impacts of electronically mediated communication on Christian living*, „Review and Expositor", 111/1, 2014, s. 59.

[130] Według definicji wprowadzonej przez J. Baudrillarda hiperrzeczywistość jest rzeczywistością pozbawioną autentyczności, źródła i realności. Przykładami hiperrzeczywistości są supermarkety, parki rozrywki, obrazy z wiadomości, telewizji i filmów. J. Baudrillard, *Symulakry i symulacje*, tłum. S. Królak, Warszawa 2005, s. 3, 6-7; Teoriami Baudrillarda, w myśl których światem rządzi iluzja, inspirowali się twórcy wyprodukowanej w 1999 r. superprodukcji pt. *Matrix*.

[131] 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, Poznań 2010, s. 180.

[132] S. Czarnecki, *Internet i kultura. Co powinni zrobić starsi, żeby zrozumieć młodszych*, „Kultura Enter", 56, 2013, http://kulturaenter.pl/internet-i-kultura/ [dostęp 10.08.2014].

[133] T. Miczka, *Globalizacja – Internet – Kultura – Tożsamość*, [w:] *Oblicza internetu*, red. M. Sokołowski, Elbląg 2004, s. 19.

[134] A. Radomski, *Historia w kulturze...*, s. 17-27.

w procesach związanych z edukacją, polityką oraz aktywnością religijną. W obliczu wymykającej się spod kontroli powszechnej komunikacji zagrożone zostały pozycje tych instytucji, których rola polegała na wyznaczaniu granic i terytoriów[135]. Rozwijający się stale system sieci komputerowych wiąże ludzi w nowych przestrzeniach, w których zmienia się sposób myślenia, pojmowania ciała i jaźni, form społecznych, i tożsamości. U podstaw kognitywistyki leży teza, według której działania ludzkie wynikają nie z tego, w jakim świecie żyją, lecz z tego, jak oni go postrzegają.

Przy szerszym spojrzeniu na sposób funkcjonowania mediów zauważalny jest nawet ich (s)twórczy wymiar. Media w sposób daleki od obiektywizmu zdolne są w określony sposób kształtować postrzeganie rzeczywistości, a nawet ją kreować[136]. Nie oznacza to jednak odrzucenia paradygmatu o instrumentalnym charakterze mediów. Nadal jest on wykorzystywany w wielu badaniach współistnienia mediów i innych zjawisk, w tym religii, w szczególności przy badaniu skuteczności mediów w zastosowaniach takich jak religijny marketing i promocja instytucji kościelnych[137]. Świat mediów, w który w mniejszym lub większym stopniu każdy współczesny człowiek został włączony, stał się już dzisiaj integralną częścią kultury[138].

* * *

Obecna forma internetowej kultury wynika z kompilacji wielu czynników. Ukształtowana została przez twórców internetu, w późniejszym czasie przez kolejne pokolenia jego użytkowników, którzy ustalali normy i zasady zachowania w sieci. Obok czynnika ludzkiego na charakterystykę kultury internetu niebagatelny wpływ ma jego technologiczna specyfikacja i cechy, które z niej wynikają. Jako najistotniejsze w prowadzonych dyskursach i analizach internetu przywoływane są zdolność pokonywania barier czasoprzestrzennych i nieograniczona niemal możliwość kontaktu rozproszonych terytorialnie użytkowników. Z tych przyczyn internet

[135] P. Lévy, *Drugi potop*, [w:] *Nowe media w komunikacji społecznej w XX wieku. Antologia*, M. Hopfinger, Warszawa 2002, s. 382.

[136] O. Krüger , *Gaia, God, and the Internet. The History of Evolution and the Utopia of Community in MediaSociety*, „Numen", 54/2, 2007, s. 139.

[137] P. Horsfield, *Media,* [w:] *Key Words in Religion, Media and Culture*, red. D. Morgan, New York 2008, s. 114.

[138] M. Drożdż, *Relewancja etyki mediów dla wychowania w dobie pluralizacji i globalizacji* mediów, [w:] *Media w edukacji. Wymiar kulturowy i aksjologiczny*, red. A. Roguska, Siedlce 2013, s. 22.

uznawany jest za medium wyjątkowe, będące szczytowym osiągnięciem komunikacyjnym. Czy jednak tak jest naprawdę?

Porównanie internetu z poprzednimi mediami wskazuje raczej, że nie jest on ani tak bardzo nowatorski w porównaniu z poprzednimi mediami, ani też wyjątkowo innowacyjny. Szybkość, wygoda i możliwości interakcji, dzięki którym zyskał określenie „technologiczna rewolucja", nie pojawiły się dopiero z nadejściem ery internetu[139]. Śledząc historię rozwoju mediów łatwo zauważyć, że każda innowacja techniczna udoskonalała przesyłanie informacji – przyczyniała się do zmniejszenia kosztów i skrócenia czasu, w którym informacja trafiała od nadawcy do odbiorcy. Dyliżans dostarczający prasę do odbiorcy robił to szybciej, niż pieszy goniec, a kolej tę prędkość jeszcze podwoiła. Przełomowym momentem było wynalezienie w latach 40. XIX w. telegrafu[140], który pokonał barierę odległości, mając przy tym zdolność natychmiastowego przesyłu informacji. Kontynuację kolejnych rewolucyjnych zmian w przesyłaniu informacji zapewniły wynalazki telefonu i przekazu radiowego. W tym kontekście internet uznać należy tylko za część procesu ewolucji technologicznej[141].

Wynalezienie pisma pozwoliło słowu zachować trwałość w czasie i zwiększyć w sposób praktycznie nieograniczony obszar oddziaływania. Fotografia zatrzymała ulotne obrazy, a telewizja wniosła możliwość przenoszenia ich na duże odległości[142]. Każde kolejne medium łączyło nowatorskie możliwości z tymi, które już wcześniej były przez człowieka wykorzystywane. Różnorodność usług dostępnych w sieci internetowej sprawiła, że internet zdetronizował telewizję, która przez długi czas uznawana była za najważniejsze medium społecznego przekazu[143]. Na przełomie XX i XXI w. naukowcy prognozowali, że internet będzie konkurował z prasą, radiem i telewizją. Jakiekolwiek dyskursy w tym temacie tracą już obecnie

[139] D. Nash, *Religious sensibilites in the age...*, s. 277.

[140] Pierwszy komunikat za pośrednictwem nowego wynalazku Samuela Morse'a został nadany z Waszyngtonu do Baltimore 24.05.1844. Brzmiał on *What hath God wrought* (*Co Bóg uczynił…)*. E. Bendyk, *Antymatrix. Człowiek w labiryncie sieci*, Warszawa 2004, s. 59.

[141] R. Riley, *The Internet in perspective*, „Space – Society – Economy", 6, 2002, s. 3-7; O roli radia w rozwoju kultury mediów zob. także M. Hopfinger, *Literatura i media po 1989 roku*, Warszawa 2010, s. 132-133, 137.

[142] T. Goban-Klas, *Cywilizacja medialna. Geneza, ewolucja, eksplozja*, Warszawa 2005, s. 17-18.

[143] S. Dziekoński, *Media w komunikacji wiary – uwagi wstępne*, [w:] *Media i Kościół. Polityka informacyjna Kościoła*, red. M. Przybysz, K. Marcyński, Warszawa 2011, s. 15.

aktualność, trudno bowiem mówić o konkurencji, skoro nowe media wchłonęły wszystkie powstałe wcześniej[144].

Wspólnoty, które zawiązują się w oparciu o korzystanie ze wspólnego medium nie pojawiły się dopiero w czasach popularyzacji internetu. Telewizja daje złudzenie relacji „twarzą w twarz", wrażenie przynależenia do grup ludzi, których telewidzowie znają jedynie z ekranu. Daje poczucie uczestniczenia w wydarzeniach, które odbywają się w programach telewizyjnych. Kilka wieków wcześniej kultura druku także wytworzyła nowy typ wspólnot, które nie opierały się o więzy rodzinne, czy fizyczną bliskość zamieszkiwanych terenów. Członkowie owych wspólnot gromadzili się wokół tekstów, które wspólnie czytali i interpretowali[145].

Na przestrzeni lat wielokrotnie ewaluował sposób pojmowania charakteru mediów. Przez długi czas media uznawane były za neutralne narzędzia, które mogą być użyte dobrze lub źle, a oceniać można dopiero końcowy efekt będący skutkiem ich użycia[146]. W drugiej połowie XX w. zaczął dominować pogląd, że media w sposób daleki od obiektywizmu zdolne są w określony sposób kształtować postrzeganie rzeczywistości, a nawet ją kreować. Nie są więc jedynie narzędziami służącymi do przekazywania informacji i komunikacji[147]. W oparciu o tę teorię łatwiej jest wyjaśnić szereg fenomenów, które pojawiły się wraz z powstaniem nowych mediów[148].

Funkcjonowanie nowych mediów oparte jest w dużej części na dostępie do internetu. Nie jest to prosty efekt konwergencji[149], w której następuje przejmowanie charakterystycznych dla

---

[144] K. Marcyński, *Kościół na informacyjnej autostradzie*, [w:] *Media i Kościół. Polityka informacyjna Kościoła*, red. M. Przybysz, K. Marcyński, Warszawa 2011, s. 23.

[145] P. A. Soukup, *Challenges for Evangelization in the Digital Age,* referat wygłoszony na konferencji *Continental Congress on Church and digital culture*, Monterrey 2003, http://www2.clerus.org/pls/clerus/rn_clerus.r_select_abstract?id=16393&dicastero=8&tema=43&argomento=0&sottoargomento=0&classe=1&lingua=2 [dostęp 11.11.2014].

[146] H. A. Campbell, *When religion meets...*, s. 114.

[147] O. Krüger, *Gaia, God, and...*, s. 139.

[148] Pojęcie „nowe media" w niniejszej pracy stosowane będzie zarówno w kontekście nowoczesnych urządzeń komunikacyjnych w tym mobilnych, takich jak smartfony, tablety, oraz w kontekście usług: aplikacji dedykowanych na te urządzenia, portali społecznościowych, blogów, mikroblogów, itp. zob. także J. Van Dijk, *Społeczne aspekty nowych mediów...*, s. 13.

[149] Konwergencja technologiczna wynika z cyfryzacji całej zawartości mediów. Konwergencja urządzeń polega na łączeniu różnych funkcji w obrębie jednego urządzenia. Przykładem urządzenia końcowego podlegającego konwergencji jest np. telefon komórkowy z wbudowanym aparatem fotograficznym, radiem, dyktafonem,

siebie cech przez obiekty nią objęte i powstawanie zbieżności. Nowe media rozszerzają zakres działania mediów tradycyjnych, których rola ograniczała się wyłącznie do produkcji i dystrybucji przekazu. Konsumenci spędzają coraz mniej czasu przy użytkowaniu tradycyjnych mediów. W ciągu ostatnich lat systematycznie spada zainteresowanie mediami drukowanymi. Telewizja nadal zajmuje mocną pozycję w statystykach popularności mediów, jednak coraz częściej programy telewizyjne odbierane są za pośrednictwem strumieni internetowych. Jednak dopiero nowe media elektroniczne stały się narzędziami umożliwiającymi edycję przekazu, równoległą wymianę danych pomiędzy użytkownikami i ich archiwizację[150].

Użytkownicy nowych mediów są uczestnikami nowej kultury konwergencji, rozumianej jako [...] *zjawisko lub pewien proces, w którym obserwować możemy zmieniające się i wzajemnie przenikające zależności pomiędzy treściami medialnymi, kulturowymi i komercyjnymi oraz ich twórcami i odbiorcami*[151].

Na określenie mediów spopularyzowanych w ciągu ostatnich kilku lat Paul Levinson wprowadził pojęcie *nowe nowe media*, gdzie powtórzenie w nazwie przymiotnika „nowe" podkreśla ich nowatorski charakter w stosunku do wcześniejszych mediów, które już nazywane były nowymi[152]. Według koncepcji Levinsona *nowe nowe media* to nowe media poszerzone o technologiczną możliwość natychmiastowej interakcji. Tym samym otwierają one przed użytkownikami nowatorskie obszary komunikacji.

Obecnie zachodzą trzy procesy, które pełnią istotną rolę w kształtowaniu formy przekazu, i każą spojrzeć na nowe media komunikacyjne w nowy sposób. Są to deinstytucjonalizacja komunikowania, dematerializacja informacji oraz dezintermediacja. Deinstytucjonalizacja komunikowania ma miejsce wówczas, gdy osoby dysponujące środkami technicznymi

---

posiadający dostęp do internetu. H. Jenkins, *Convergence? I Diverge*, „MIT Technology Review", 2001, http://www.technologyreview. com/article/401042/convergence-i-diverge/ [dostęp 20.08.2014]; Zob. także J. Nowak, *Aktywność obywateli online. Teorie a praktyka*, Lublin 2011, s. 20.

[150] J. Pyżalski, *Agresja elektroniczna i cyberbullying...*, s. 18.

[151] M. Kaczmarczyk, D. Rott, *Wstęp,* [w:] *Problemy Konwergencji Mediów*, red. M. Kaczmarczyk, D. Rott, Sosnowiec 2013, s. 14.

[152] P. Levinson, *Nowe nowe media*, tłum. M. Zawadzka, Kraków 2010, s. 15; O nieaktualności podziału mediów na „stare" i „nowe" pisze Kazimierz Krzysztofek. Wskazuje on, że komunikacja zapośredniczona przez komputer (CMC), cecha, która odróżniała nowe media od tradycyjnych jest obecnie standardem komunikacji mediatyzowanej, a zatem nie może nadal decydować o nazywaniu danego medium nowym. K. Krzysztofek, *Status mediów cyfrowych: stare i nowe paradygmaty*, „Global Media Journal", 1, 2006, s. 1.

i umiejętnościami uczestniczą w dystrybucji informacji z ominięciem systemów instytucjonalnych. Dematerializacja informacji oznacza brak powiązania z fizycznym nośnikiem. Dezintermediacja to wykluczenie pośredników z procesu przekazu informacji. Wspomniane cechy doskonale wpisują się w media wyrosłe na bazie internetu[153].

Ilustracja 1. *Interpretacja pojęcia „nowe media" w graficznym ujęciu*



Źródło: *Blog internetowy dr. hab. Piotra Drzewieckiego, www.presscafe.eu/archives/2161*

Amerykański jezuita, historyk religii i filozof Walter J. Ong nazwał media elektroniczne narzędziami „wtórnej oralności". Oralność pierwotna oparta była na mowie jako jedynym medium słowa, wtórna natomiast spotęgowała cechy charakterystyczne dla kultury oralnej. Tę nową wtórną oralność cechuje uderzające podobieństwo do oralności pierwotnej, wyrażające się między innymi w mistyce uczestnictwa, poczuciu wspólnoty, skupieniu na bieżącej chwili[154]. Kładzie nacisk na zaangażowanie i wzajemne relacje komunikujących się osób. Rozdział

[153] Por. K. Jakubowicz, *Nowa ekologia mediów...*, s. 56-59.

[154] Walter Ong sposób komunikacji przedstawicieli przedpiśmiennej kultury oralnej nazwał oralnością pierwotną. W ich sposobie mówienia i stylu życia zauważa się nagromadzenie przezwisk, złorzeczeń oraz skłonność do przesadnych pochwał. Jakiekolwiek zdarzenia przedstawiane były przez nich z subiektywnego punktu widzenia, gdyż relacja między poznającym a poznawanym nie była rozłączna. W miejsce dystansu i obiektywizmu występowała empatia i zaangażowanie. Kultury oralne miały swój specyficzny sposób mówienia i myślenia o świecie. Olbrzymie znaczenie przypisywały wypowiadanemu słowu i wykazywały silną przynależność do wspólnoty i tradycji przodków. Człowiek liczył się tutaj przede wszystkim jako członek określonej grupy. W. J. Ong, *Oralność i piśmienność. Słowo poddane technologii*, tłum. J. Japola, Warszawa 2011, s. 85-88, 205; Zob. także S. Obirek, *Uskrzydlony umysł...*, s. 157-158; K. Sitkowska, *Kulturowy wymiar ewolucji mediów*, „Kultura – Media – Teologia", 11, 2012, s. 44-46; U. Żydek-Bednarczuk, *Tekst w Internecie i jego wyznaczniki*, [w:] *Dialog a nowe media*, red. M. Kita, J. Grzenia, Katowice 2004, s. 15; S. D. O'Leary, B. E. Brasher, *The Unknown God...*, s. 246-247.

pomiędzy słowem a obrazem zanika, a odbiór dystrybuowanej za pośrednictwem elektronicznych mediów informacji ponownie angażuje wszystkie zmysły odbiorcy. Nowomedialny przekaz jest kompilacją słowa pisanego, obrazu i dźwięku[155].

Termin *internet* kilkanaście lat temu kojarzony był głównie z dostępem do światowej rozproszonej sieci komunikacyjnej za pośrednictwem komputera. Internet uznawany był niemal za synonim usługi WWW. Identyfikowanie internetu z WWW jest oczywiście błędem. WWW jest tylko jedną z jego usług. Obecnie dostęp do internetu uzyskuje się przez urządzenia przenośne a lista usług związanych z jego funkcjonowaniem jest bardzo długa. I te właśnie cechy: mobilność i nowa funkcjonalność stanowią o wpływie internetu na życie współczesnego człowieka. Ale także to właśnie one decydują o tym, że w obecnych czasach problematykę funkcjonowania w sieci komputerowej jakiegokolwiek zjawiska można sytuować w kontekście ich obecności w nowych mediach.

1.1 Kultura internetu – rys historyczny

Nowe zjawiska cywilizacyjne i medialne ukształtowały nowy model kultury, określany mianem cywilizacji medialnej[156]. Kultura internetu ukształtowana została przez jego twórców, a następnie ewoluowała przez lata, zmieniana i modyfikowana przez miliony użytkowników internetu, konsumentów i twórców[157]. W dzisiejszych czasach proces transformacji tejże kultury jeszcze przyspieszył, sterowany przez dynamiczny rozwój nowych mediów, których funkcjonowanie oparte jest na połączeniu z internetem. W tym kontekście kultura internetu odnosi się do zjawisk i zachowań użytkowników nowych mediów.

Kulturowo internet został ukształtowany w oparciu o otwartą architekturę, otwarte protokoły sieciowe i twórczą współpracę budujących go ludzi. Aby zrozumieć współczesną kulturę internetu, należy odnieść się i zrozumieć kulturę jego twórców i pierwszych

[155] S. D. O'Leary, *Cyberspace as Sacred Space. Communicating Religion on Computer Networks*, „Journal of the American Academy of Religion", 64/4, 1996, s. 784-5; Zob. także K. Sitkowska, *Kulturowy wymiar ewolucji...*, s. 51.

[156] G. Łęcicki, *Teologia mediów audiowizualnych jako wyzwanie XXI wieku*, „Kultura – Media – Teologia", 10/2012, s. 11.

[157] M. Castells, *Galaktyka internetu...*, s. 47.

użytkowników. Została ona wypracowana przez grupę pasjonatów, dla których największą nagrodą za wkład w rozwój sieci komputerowej było zdobycie uznania społeczności, której byli członkami, a nie wymierne zyski finansowe. Swoją obecność mocno zaznaczyli w rozwoju kultury sieci wykształceni technokraci, ogarnięci pasją hakerzy, budujący pierwsze wirtualne społeczności komunitarianie oraz przedsiębiorcy, którzy przenieśli swoją działalność gospodarczą do cyberprzestrzeni. Obecnie cyberkultura nosi cechy każdej z grup, choć czasem w mocno zmienionej formie[158].

Podwaliny kultury internetu stworzyła grupa wyspecjalizowanych programistów, skupionych wokół projektu ARPA[159]. Wykonując powierzone im zadanie opracowania rozproszonej sieci komputerowej kierowali się ideą stałego podnoszenia kwalifikacji i dzielenia wiedzą z innymi członkami społeczności. Technomerytokraci wyznawali zasadę, według której postęp naukowy pociąga za sobą wyłącznie dobro.

Do szeregów pracujących nad projektem intelektualistów i naukowców dołączyli wkrótce uzdolnieni studenci, pasjonaci programowania, nazywający siebie hakerami. Były to osoby o rozległych, praktycznych umiejętnościach informatycznych, doskonale orientujące się w zagadnieniach technicznych komputerowej sieci, biegle operujący wieloma językami programowania. Dzięki ich zaangażowaniu zintensyfikował się rozwój technologii informacyjnych. Pierwsza wspólnota hakerów o nazwie *Tech Railroad Model Club* powstała na przełomie lat 1959/1960 w *Massachusetts Institute of Technology* (MIT)[160]. Kultura hakerska opierała się głównie na kontaktach podejmowanych przez jej członków za pośrednictwem internetu. Wspólną cechą hakerów była radość tworzenia. Haker zyskiwał autorytet i prestiż udostępniając innym swoje osiągnięcia, które służyć miały całej społeczności hakerskiej[161]. Hakerzy promowali decentralizm, uznając, że osiągnięcia naukowe nie kategoryzują ludzi pod kątem ich statusu społecznego. Wyznawali oni tezę, że o wartości człowieka decydują jego

[158] Wyczerpujący opis kształtowania się i funkcjonowania poszczególnych kultur, tamże s. 47-75; Zob. także A. Radomski, *Kultura 2.0 a humanistyka*, „Episteme", 6, 2008, s. 6-11.

[159] ARPA – synonim *Advanced Research Projects Agency*. Agencja ta realizowała projekt badawczy utworzony przez Departament Obrony USA, mający na celu stworzenie sieci komunikacyjnej dla potrzeb wojska. ARPAnet była pierwszą siecią komputerową opartą na architekturze rozproszonej i protokole TCP/IP. Sieć ta była bezpośrednim przodkiem internetu. Więcej na ten temat zob. V. W. Ruttan, *Is War Necessary for Economic Growth? Military Procurement and Technology Development*, New York 2006, s. 115 i n.

[160] J. Dovey, H. W. Kennedy, *Game Cultures. Computer Gamens as New Media*, Maidenhead 2006, s. 38.

[161] M. Castells, *Galaktyka internetu*..., s. 53, 59.

osiągnięcia, a nie wiek, rasa czy zajmowana pozycja[162]. Najważniejszy postulat społeczności hakerów głosił, że wszystkie informacje w sieci powinny być udostępniane za darmo i bez żadnych ograniczeń. Była to kultura tworzenia oparta na wolności i współpracy. Środowisko hakerów dało podwaliny pierwszej netykiety w sieci.

Działalność obydwu grup twórców sieci, a przy tym pierwszych jej użytkowników, oparta była o kreatywność i poczucie braku przymusu. Ich członkowie dzielili się pomysłami, przekazywali sobie wzajemnie posiadane zasoby, kody programów i ich modyfikacje. Nie obowiązywały prawa autorskich, patenty i znaki handlowe. O pozycji w społeczności internetowej decydowała umiejętność twórczego podejścia do rozwiązywanych problemów[163].

Spadek cen sprzętu komputerowego i wynikająca stąd jego dostępność dla szerszych mas zapoczątkowały rozwój kultury komunitariańskiej. Jej członkowie byli pionierami w budowaniu sieciowych społeczności, kształtowaniu wzorców zachowań i form organizacji społecznych. Pierwsze wirtualne społeczności skupiały głównie osoby zafascynowane technicznym rozwojem sieci komputerowych, ale już na początku lat 80. XX w. zaczęły się tworzyć grupy, w obrębie których poruszana była różnorodna tematyka, w tym także religijna i duchowa. Wspólnoty te powstawały w oparciu o podobieństwo pasji i zainteresowań. Wymiana danych odbywała się za pomocą poczty e-mailowej, list dyskusyjnych i czatów. To właśnie listy i grupy dyskusyjne stanowiły zalążek tak popularnych wiele lat później blogów, mikroblogów i portali społecznościowych[164]. Komunitarianie wysoko cenili cechy sieci takie, jak możliwość swobodnej wypowiedzi, równoległa, pozioma komunikacja i brak cenzury. Wartości te były szczególnie ważne dla wirtualnych wspólnot, które stanowiły pewną formę kontrkultur i dla których sieć internetowa stanowiła płaszczyznę umożliwiającą alternatywny sposób wyrażania siebie i swojej osobowości. Kultura komunitariańska zmusiła do redefiniowania społeczności i wspólnoty, nowego sensu zaczęło nabierać pojęcie wielokulturowości.

[162] Więcej na temat kształtowania się kultury hakerskiej S. Levy, *Hackers. Heroes of the Computer Revolution*, O'Reilly Media (e-book), 2010 s. 23-29; Zob. także A. Radomski, *Humanistyka w świecie informacjonalizmu, s. 13-16.*

[163] J. Gurczyński, *Wolny internet, Wolna Kultura*, „Kultura i Wartości", 6/2, 2013, s. 85; O cechach i charakterystyce wolnej kultury oraz aspektach prawnych związanych z jej wytworami zob. A. Jastrzębska, *Wokół koncepcji „wolnej kultury"*, „Episteme", 10/1, 2010, s. 214 i n.

[164] A. Radomski, *Kultura 2.0 a humanistyka*, s. 10-11.

W tym samym czasie zaczęły powstawać komputerowe gry fabularne MUD (*Multi-User Dungeon*), rozgrywane przy użyciu interfejsu tekstowego. Scenariusz gry i postacie, w które mógł wcielić się gracz umieszczone były na serwerze, do którego w tym samym czasie podłączali się inni gracze. Większość gier osadzona była w świecie fantasy, opanowanym przez trolle, magów, potwory, wróżki, wojowników, czarnoksiężników, i inne fantastyczne postacie. Uczestnicy gry mogli przyjąć dowolną, fikcyjną tożsamość, różną podczas kolejnych sesji gry. O fenomenie gier typu MUD zadecydowała ogromna popularność i liczba graczy. Jednak nadmierne zaangażowanie użytkowników ujawniło problem, który nie traci na aktualności do dzisiaj – uzależnienia od komputera i internetu[165]. Eksperymentowanie z wcielaniem się w wiele różnych tożsamości często skutkowało zatraceniem w wirtualnej rzeczywistości własnej osobowości. W ten sposób ujawniło się zagrożenie, które obce było użytkownikom tradycyjnych mediów[166].

Rozwój nowych funkcjonalności i usług sieciowych sprawił, że ogromne możliwości internetu zaczęli doceniać przedsiębiorcy, którzy nowych nabywców dla swoich towarów i usług uzyskiwali wśród użytkowników sieci. Tak zrodziła się kultura internetowej przedsiębiorczości Wielu przedsiębiorców znajomość technologii i pomysł na biznes przekuło na spektakularny sukces finansowy. Dominacja sieciowych przedsiębiorstw zmieniła jakość światowej gospodarki. Rosła liczba sklepów internetowych i firm usługowych. Przemysł reklamowy także dojrzał w sieci internetowej ogromną szansę na trafienie do ogromnej liczby odbiorców. W skrzynkach e-mailowych użytkowników internetu pojawił się *SPAM*. W 1995 r. uruchomiono serwis aukcyjny *eBay*, który w krótkim czasie osiągnął niezwykły sukces komercyjny. Jednak jak twierdzą badacze, kultura przedsiębiorców nie wpłynęła w sposób istotny na kształtowanie kultury internetu[167].

---

[165] Stały dostęp do internetu, powszechność użycia urządzeń mobilnych przyczynia się do rosnącego uzależniona od portali społecznościowych i umieszczanych na nich informacji. Kompulsywne korzystanie z portali społecznościowych, w obawie, aby nie pozostać poza bieżącą informacją, implikuje występowanie zaburzenia, które psychologowie określili jako FOMO (akronim od *Fear Of Missing Out*). Jest to strach pozostawania poza źródłami informacji, wynikający z nałogu ich konsumpcji. Objawia się on niepokojem i podenerwowaniem w przypadku braku lub ograniczonej możliwości śledzenia na bieżąco wpisów znajomych na profilach portali społecznościowych. M. Cross, *Social Media Security. Leveraging Social Networking. While Mitigating Risk*, Waltham 2014, s. 29.

[166] S. Turkle, *Tożsamość w epoce...*, s. 135; Zob. także: M. Golka, *Konstruowanie tożsamości – czynniki społeczno-kulturowe*, „Ruch Prawniczy, Ekonomiczny i Socjologiczny ", 2, 2012, s. 221.

[167] M. Castells, *Galaktyka internetu...*, s. 62-64

* * *

Albert Einstein w wywiadzie udzielonym w latach pięćdziesiątych stwierdził, że w XX w. wybuchły trzy potężne bomby: demograficzna, atomowa i telekomunikacyjna[168]. Francuski filozof współczesnej kultury wirtualnej Pierre Lévy boom informacyjny przyrównał do drugiego potopu. Jakiegokolwiek by nie użyć określenia, postępujący rozwój mediów sprawił, że informacja stała się towarem ogólnodostępnym. Rozwój ten sukcesywnie przyczyniał się nie tylko do zmiany stosunku odbiorców do informacji, ale także do formy, w jakiej pojawiała się ona w mediach. Natłok krążących w mediach treści wyklucza możliwość ich wchłonięcia przez odbiorcę i utrudnia jej hierarchizację. W ten sposób wybór informacji coraz częściej pozostaje w gestii jej nadawcy, a nie odbiorcy. To twórca informacji, często uciekając się do manipulacji (na przykład poprzez stosowanie szczególnie atrakcyjnego języka i chwytliwych sformułowań) oddziałuje na odbiorcę i narzuca mu swój przekaz[169].

Podobnie jak kultura druku niemal pięć wieków temu, technologie cyfrowe wypromowały nowe metody wyszukiwania, sortowania i klasyfikowania informacji. Na potrzeby opisu nowych zjawisk powstały nowe pojęcia, które pierwotnie używane w języku angielskim, upowszechniły się także w innych językach. Sztandarowym przykładem jest czasownik wygooglować[170] (coś, kogoś), określający uzyskanie informacji na zadany temat lub o danej osobie przy pomocy wyszukiwarki *Google*[171].

Internet zmienił sposób i czas trwania procesu dystrybucji informacji. Jeszcze dwie dekady temu radio informowało o wydarzeniach, telewizja je pokazywała, a następnego dnia w prasie były publikowane relacje i komentarze odnoszące się do owych wydarzeń. Za sprawą internetu, konwergującego wszystkie tradycyjne media, rozpowszechnianie informacji odbywa się

[168] P. Lévy, *Drugi potop*, s. 373.

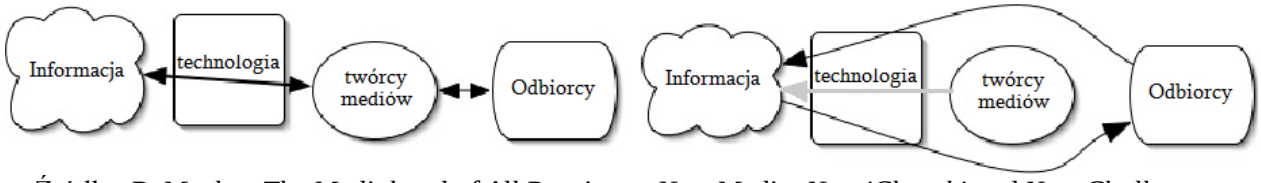
[169] A. Werner, *Przemiany mediów i zagrożenie kultury*, [w:] *Nowe media w komunikacji społecznej w XX wieku. Antologia*, red. M. Hopfinger, Warszawa 2002, s. 660.

[170] http://ifp.uwb.edu.pl/index.php?option=com_content&view=article&id=148:s%C5%82ownictwo-pytanie-5&catid=17&Itemid=193 [dostęp 11.11.2014].

[171] P. A. Soukup, *Challenges for Evangelization...* http://www2.clerus.org/pls/clerus/ rn_clerus .r_select_abstract?id=16393&dicastero=8&tema=43&argomento=0&sottoargomento=0&classe=1&lingua=2; Na temat mechanizmu wyszukiwania dynamicznego w *Google* zob. A. Spadaro, *Cyberteologia...*, s. 61-63.

w sposób łączący metody i środki już wcześniej przez owe media wykorzystywane[172]. Z cyklem wydawniczym periodyków związane jest opóźnienie informacyjne, niewiele bowiem gazet wydawanych jest częściej, aniżeli raz dziennie. Obecnie pojęcie aktualności informacji oznacza bardzo krótki okres czasu. Aby trafiająca do odbiorcy informacja spełniała wymóg aktualności, powinna być przekazana niemal w chwili trwania wydarzenia, do którego się odnosi[173]. W tym kontekście warto jednak przytoczyć słowa Zbigniewa Bauera: *natychmiastowość podawania informacji, szybkość i aktualność, to są złe siostry prawdy*[174].

Ilustracja 2. *Tradycyjna a nowa koncepcja roli mediów w procesie produkcji mediów*



Źródło: *B. Murley, The Mediahood of All Receivers: New Media, New 'Church' and New Challenges, http://www.academia.edu/176994/TheMediahood _of_All_Receivers_New_Media_New_Church _and_New_Challenges*

Redefinicji wymagają dwie główne kategorie uczestników mediów: nadawcy i odbiorcy. Internauci zostali włączeni w procesy współtworzenia treści. Przestają więc oni być wyłącznie biernymi odbiorcami i stają się również aktywnymi jej nadawcami. Nowe media zachwiały pozycję twórców przekazów medialnych, uprawniając do współtworzenia treści tych, którzy tradycyjnie byli ich odbiorcami[175]. Rzecz ta dotyczy także przekazów religijnych. Media stały się miejscem pozyskiwania informacji religijnej, nośnikiem wartości dla szerokiej populacji ludzi a zatem także i dla członków religijnych wspólnot. Tym samym instytucje kościelne nie są już głównym źródłem informacji i przekazywania treści religijnych[176].

[172] T. Gałka, *Strategie internetowe największych wydawców dzienników regionalnych w Polsce*, [w:] *„Stare" media w obliczu "nowych", "nowe" w obliczu "starych"*, red. K. Pokorna-Ignatowicz, J. Bierówka, Kraków 2011, s. 101-103.

[173] F. Podgórski, *Dziennikarstwo obywatelskie: aktywność, która łączy*, „EBIB", 88/7, 2008, http://www.ebib.pl, 2007/88/a.php?podgorski [dostęp 20.08.2014].

[174] Z. Bauer, *Dziennikarstwo wobec nowych...*, s. 299-301.

[175] B. Murley, *The Mediahood of All Receivers...* http://www.academia.edu/176994/TheMediahood _of_All_Receivers_ New_Media_New_Church_and_New_Challenges [dostęp 16.07.2014].

[176] P. Horsfield, *Changes in Religion in Periods of Media Convergence*, [w:] *Rethinking Media, Religion, and Culture*, red. S. M. Hoover, K. Lundby, London 1997, s. 178.

Każdy, kto posiada minimalne choćby umiejętności techniczne i dysponuje sprzętem komputerowym może w tym procesie czynnie uczestniczyć. W tym kontekście zmianie uległa rola i znaczenie twórcy mediów. W tradycyjnej koncepcji, twórca mediów działał jako pośrednik pomiędzy informacją a jej odbiorcą. W nowej koncepcji, odnoszącej się do mediów internetowych, rola twórcy nie jest już tak istotna.

Tabela 1. *Rola nadawcy i odbiorcy w mediach tradycyjnych i internecie*

	Prasa	Radio	Telewizja	Internet	
				Web 1.0	Web 2.0
rola nadawcy	dominująca	dominująca	dominująca	dominująca	równa odbiorcy
rola odbiorcy	pasywna	pasywna	pasywna	pasywna	aktywna
stosunek nadawca – odbiorca	nierówny: nadawca uprzywilejowany	nierówny: nadawca uprzywilejowany	nierówny: nadawca uprzywilejowany	nierówny: nadawca uprzywilejowany	równy: nadawca i odbiorca tak samo istotni
charakter nadawcy	zinstytucjonalizowany	zinstytucjonalizowany	zinstytucjonalizowany	zinstytucjonalizowany	prywatny

Źródło: *Za M. Szpunar, Nowe media a paradygmat uczestnictwa, [w:] Teorie komunikacji i mediów, red. M. Graszewicz, J. Jastrzębski, Wrocław 2010, s. 252*

Podobnej metamorfozie uległ sposób komunikacji pomiędzy twórcą informacji, a jego odbiorcą. Główny przepływ informacji w klasycznym modelu komunikacji masowej był skierowany od nadawcy do odbiorcy, natomiast sprzężenie zwrotne, jeśli w ogóle było możliwe, działało z opóźnieniem[177]. Po wprowadzeniu standardu internetu 2.0 jednokierunkowy model, w którym o charakterze i jakości strony WWW decydował jej właściciel został zastąpiony komunikacją dwustronną. Internet, w którym odbiorca był tylko konsumentem przekazu przypominał obcowanie z tradycyjnymi mediami. Web 2.0 zapoczątkował postępujące w kolejnych latach rozmycie pojęcia twórcy i konsumenta informacji. Konsument przestał być biernym odbiorcą informacji, zaczął aktywnie uczestniczyć w jej kreowaniu, stając się tym samym aktywnym, twórczym użytkownikiem nowych mediów, określanym ukutym przez Alvina Tofflera terminem prosument[178].

[177] B. Murley, *The Mediahood of All Receivers...* http://www.academia.edu/176994/TheMediahood_of_All_Receivers_ New_Media_New_Church_and_New_Challenges [dostęp 16.07.2014].

[178] A. Radomski, *Internet – Nauka – Historia*, Lublin 2010, s. 63; Zob. także P. Siuda, *Mechanizmy kultury prosumpcji, czyli fani i ich globalne zróżnicowanie*, „Studia Socjologiczne", 207/4, 2012, s. 114-116.

Przed epoką internetu 2.0 dwustronna łączność głosowa, przekaz obrazu i dźwięku, były rozdzielone pomiędzy telefon, telewizję i radio. Wraz z jej nastaniem dostęp do wspomnianych usług i przekazów zaczął być osiągany za pośrednictwem jakiegokolwiek połączonego z siecią internetową urządzenia stacjonarnego lub mobilnego.

Pokłosiem nowego typu komunikacji jest dziennikarstwo obywatelskie, działalność informacyjna i publicystyczna uprawiana w mediach internetowych przez nieprofesjonalnych dziennikarzy. Za pomocą oprogramowania typu *wiki* każdego dnia amatorzy umieszczają w sieci tysiące artykułów, reportaży i felietonów. Dzielą się swoją twórczością nie otrzymując z tego tytułu wynagrodzenia. W dziennikarstwie obywatelskim niewątpliwie drzemie wielki potencjał wynikający ze społecznego zaangażowania w tworzenie dystrybuowanych treści i zapału tworzących je ludzi. Z drugiej jednak strony to właśnie ta amatorszczyzna przyczynia się do rozpowszechniania informacji pozbawionych odgórnej kontroli. Obywatelskim dziennikarzom brakuje profesjonalnego przygotowania, które jest w dużej mierze gwarantem jakości merytorycznej i etycznej produkowanej treści. W swojej pracy często nie kierują się oni zasadą obiektywizmu, nie biorą też na siebie odpowiedzialności za przekazywane treści[179].

1.2 Przestrzeń społeczna internetu

Współczesne społeczeństwo pozostaje bardziej pod wpływem otaczającej go kultury i związanych z nią mediów, aniżeli ideologii czy teorii filozoficznych. Jedna z koncepcji przyszłości zakłada, że światowe konflikty już wkrótce nie będą miały podłoża ideologicznego lub ekonomicznego, lecz kulturowe. Kultura bowiem tworzy znacznie trwalsze podwaliny niż systemy polityczne, czy układy biznesowe. Uwarunkowania kulturowe zmieniają się znacznie wolniej niż polityczne i ekonomiczne[180]. Internet natomiast posiada zdolność kompleksowego „przechwytywania" wszystkich kultur. W drugiej połowie XX w. grunt pod to zjawisko

[179] B. Jaskowska, *O kulturze konwergencji słów kilka*, „Biuletyn EBIB", 1, 2008, http://www.ebib.info, 2008/92/a.php?jaskowska, [dostęp 22.08.2014]; Zob. także R. Drozdowski, *Dziennikarstwo obywatelskie - próba socjologicznego opisu*, „Ruch Prawniczy, Ekonomiczny i Socjologiczny", 70/3, 2008, s. 204-206; A. Keen, *Kult amatora...*, s. 61-69.

[180] Taką wizję wysunął profesor S. Huntington z Uniwersytetu w Harwardzie. W. Kawecki, *Próba diagnozy...*,s. 143-156.

przygotowały idee postmodernistyczne. W wirtualnym świecie akceptowalne są różnice kulturowe, w sieci nie ma z góry ustalonych reguł i zasad. Dostosowuje się ona ze swoją ofertą do każdego odbiorcy, co oznacza w praktyce, że każdy może wybrać dla siebie to, co mu najbardziej odpowiada[181].

Każda społeczność wytwarza swój specyficzny rodzaj kultury. Te jednak, które tworzą się w wirtualnym świecie są szczególne, bo budują relacje pomiędzy ludźmi, którzy najczęściej nigdy się nie spotkali w rzeczywistym świecie, a także nie jest ich celem spotkać się kiedykolwiek w przyszłości[182]. Istotną cechą wirtualnych wspólnot jest to, że częstokroć poza siecią ich członkowie należą do odrębnych kultur. Kontakty podejmowane w sieci mogą zatem prowadzić do erozji granic międzykulturowych i migracji wartości i cech charakterystycznych dla poszczególnych kultur. W dłuższej perspektywie czasu może to skutkować powstaniem zupełnie nowego typu kultury, której zasięg ograniczać będzie wspólnota, na bazie której owa kultura się wytworzyła[183].

W rzeczywistym świecie istnieje wiele barier, które dzielą ludzi z powodu różnic wiekowych, pozycji społecznej, materialnej, wykształcenia, czy choćby rasy. Tymczasem w internecie panuje niczym nieskrępowany egalitaryzm, akceptacja odmienności i różnorodności. Jedynym czynnikiem różnicującym status jednostek wydaje się być dostęp do nowoczesnych technologii i umiejętność jej używania. W wartościową interakcję mogą wejść osoby, które poza siecią najprawdopodobniej nie podjęłyby nigdy jakiegokolwiek kontaktu z wyżej wspomnianych przyczyn[184]. Anonimowość w sieci pozwala na szczerość w stopniu, jaki z reguły nie ma miejsca podczas tradycyjnych spotkań. To, iż komunikujący się członkowie wirtualnych wspólnot nie znają się w realnym świecie, przyczynia się do rozpowszechniania przekonania internautów

[181] O negatywnym wpływie jaki postmodernizm wywarł na obecność treści historycznych w sieci internetowej zob. A. Radomski, *Historia w kulturze...*, s. 17-27; Szerzej na temat kultury postmodernizmu zob. A. Szahaj, *Co to jest postmodernizm*, [w:] *Postmodernizm. Teksty polskich autorów*, red. M. A. Potocka, Kraków 2003, s. 41-52.

[182] Charkterystyka wirtualnych społeczności L. Baran Lidia, M. Misiewicz, *Cyberprzestrzeń – nowe miejsce spotkań. Teoretyczna i psychologiczna analiza wirtualnych społeczności*, [w:] *Człowiek zalogowany. Wirtualne społeczności*, red. M. Wysocka-Pleczyk, K. Tucholska, Kraków 2014, s. 8-15.

[183] R. Kluszczyński, *Społeczeństwo informacyjne...*, s. 40-41.

[184] Interesująca polemika na temat egalitaryzmu w sieci została przedstawiona w B. Dziadzia, *Ryzyko dobra po „Wolnej kulturze”*, [w:] *Dobro w mediach. Z cienia do światła*, red. A. Baczyński, M. Drożdż, Tarnów 2012, s. 106.

o anonimowości sieci[185]. Pociąga ono za sobą istotne implikacje, jakimi są obniżone poczucie odpowiedzialności za rozpowszechniane treści i podejmowane w procesie komunikowania akcje[186]. Pozostający pod bezpiecznym parasolem anonimowości bardziej skłonni są do wyrażania opinii skrajnych, obraźliwych, wynikających z emocji a nie rozumu. Dla wielu użytkowników sieci internet jest jednak jedyną przestrzenią, w której są w pełni tolerowani i akceptowani. Zanurzenie się w nich niejednokrotnie pełni dla nich rolę terapeutyczną, pozwalającą na pozbycie się kompleksów i nieśmiałości, doskwierających im w realnym życiu[187].

* * *

Wzajemna wymiana treści i powszechny dostęp do dóbr kultury to podstawy dynamicznego rozwoju kultury. W tym kontekście internet stanowi ważną przestrzeń kulturotwórczą, bo będąc kanałem wymiany treści stwarza niespotykane wcześniej możliwości dla dzielenia się dobrami kultury. Poprzez swoją technologiczną architekturę internet sprzyja niekontrolowanej replikacji informacji. Powszechna dziś praktyka wymiany danych, plików tekstowych, utworów muzycznych, obrazów i filmów pomiędzy użytkownikami sieci jest pokłosiem wywodzącej się z lat 50. i 60. XX w. kultury daru, choć funkcjonującym w nieco zmienionej formie. Rozpropagowany przez Lawrence'a Lessiga ruch wolnej kultury promuje wolność dystrybucji i dowolnej modyfikacji współdzielonych przez użytkowników internetu treści. Według jego zamysłu wszyscy ludzie są predestynowani do aktywnego uczestnictwa w tworzeniu dóbr kultury[188]. Logika stworzonego przez Lessiga ruchu opiera się na założeniu, że kultura nic nie traci, jeśli jej dobra są multiplikowane, bo dostęp do zdobyczy i owoców osiągnięć innych ludzi nie hamuje własnej kreatywności. Członkowie wspólnoty ruchu wolnej kultury uznają, że uczenie się nowych rzeczy i zdobywanie wiedzy sprawia, że jednostki i społeczności stają się lepsze[189]. Ramy ruchu doskonale określają projekty takie, jak powstała

[185] Istnieją narzędzia teleinformacyjne służące identyfikacji nadawcy informacji, pozwalające również prześledzić podejmowane przez niego akcje wiele miesięcy wstecz. Sięga się po nie jednak w przypadkach szczególnych, określonych przez prawo, na przykład z powodu podejrzenia popełnienia przestępstwa.

[186] J. Pyżalski, *Agresja elektroniczna i cyberbullying...*, s. 32.

[187] M. A. Vásquez, M. F. Marquart, *Globalizing the sacred...*, s. 97.

[188] L. Lessig, *Wolna Kultura*, tłum. P. Białokozowicz, T. Dolny i in., Warszawa 2005, s. 35.

[189] J. Gurczyński, *Wolny Internet, wolna...*, s. 214 i n.

w 2001 r. *Wikipedia*, tworzona w całości przez redaktorów-wolontariuszy. Związany z nią slogan *Wikipedia – wolna encyklopedia* nawiązuje do idei ruchu związanego z tworzeniem wolnego oprogramowania w latach 90. XX w.[190]

Z kultury daru wywodzi się kultura współuczestnictwa, w której konsumenci aktywnie współuczestniczą w tworzeniu i rozpowszechnianiu nowych technologii. Współuczestniczenie w tworzeniu treści powinno pociągać za sobą współodpowiedzialność za wspólne dzieło, co jednak w rzeczywistości nie ma miejsca. Zbiorowa odpowiedzialność w praktyce oznacza brak odpowiedzialności za tworzone treści[191].

Fenomen internetowej komunikacji zrodził zjawisko zwane zbiorową inteligencją, które częściowo porządkuje chaos informacyjny panujący w wirtualnej przestrzeni. Zbiorowa inteligencja przyczynia się do tworzenia bazy informacji w oparciu o wiedzę i umiejętności grup ludzi o różnych kompetencjach, ale wspólnej chęci i motywacji podnoszenia poziomu wiedzy poprzez współpracę[192]. Umożliwia ona kumulację efektów pracy pojedynczych osób, jaka nigdy wcześniej nie mogła zaistnieć w takim stopniu. Żadne medium nie dawało możliwości udostępniania efektów swoich działań w tak prosty sposób[193]. Zbiorowa inteligencja to także umiejętność korzystania z wiedzy powstałej z łączenia fragmentarycznych informacji posiadanych przez członków wirtualnej społeczności. Zbiorową inteligencję tworzy wspólnota ludzi, *w której nikt nie wie wszystkiego, ale każdy coś wie*[194]. Charakterystycznymi cechami zbiorowej inteligencji jest otwartość, partnerstwo, działanie na skalę globalną i udostępnianie innym swoich zasobów.

---

[190] S. Skolik, *Od kontrkultury do konformizmu. Ewolucja relacji jednostka – internetowa wspólnota działań na przykładzie Wikipedii*, „Nierówności Społeczne a Wzrost Gospodarczy", 22, 2013, s. 218.

[191] B. Dziadzia, *Dylematy tzw. kultury uczestnictwa*, „Media i Społeczeństwo", 2, 2012, s. 110; O kulturze uczestnictwa, wolnej kulturze i kulturze zezwoleń, jako przeciwstawnej do niej zob. także. B. Dziadzia, *Ryzyko dobra po...*, s. 100-101.

[192] B. Jaśkowska, *O kulturze konwergencji...* http://www.ebib.pl, 2008/92/a.php?jaskowska [dostęp 10.08.2014]; Zob. także A. Radomski, *Kultura 2.0 a humanistyka*, s. 15-16; O fenomenie zbiorowej inteligencji zob. B. Sułkowski, *„Społeczne ramy kultury" czterdzieści lat później. Pięć modeli komunikacji kulturowej*, „Kultura i Społeczeństwo", 2-3, 2011, s. 25; A. Keen, *Kult amatora. Jak internet niszczy kulturę*, tłum. M. Bernatowicz, K. Topolska-Ghariani, Warszawa 2007, s. 43-45.

[193] E. Bendyk, M. Filiciak, J. Hofmokl, T. Kulisiewicz, A. Tarkowski, *Kultura 2.0. Wyzwania cyfrowej przyszłości*, Warszawa 2007, s. 47.

[194] O. Tarasewicz-Gryt, *Stare czy nowe? Retoryka nowych mediów*, [w:] *Nowe media a praktyki komunikacyjne*, red. K. Pokorna-Ignatowicz, S. Jędrzejewski, J. Bierówka, Kraków 2013, s. 91.

Pierre Lévy, twórca i popularyzator pojęcia zbiorowej inteligencji, pod koniec XX w. opisał potencjalne skutki jej rozwoju. Przewidywał, że przyswajanie wiedzy w coraz mniejszym stopniu będzie uzależnione od instytucji zajmujących się nauczaniem, bo ludzie będą czerpać wiedzę bezpośrednio z dostępnych w sieci źródeł. Deprecjacji ulegnie pozycja przedstawicieli wielu profesji, bo kwalifikacje i autorytet ekspertów będą podważane przez członków wirtualnych grup dyskusyjnych skupiających pseudoznawców w danych dziedzinach[195]. Obawy słynnego filozofa częściowo ziściły się, bo coraz trudniej dostrzec jest różnicę pomiędzy nauką a innymi praktykami tworzenia wiedzy. Nie jest też łatwo odróżnić tekst napisany przez uczonego będącego autorytetem w danej dziedzinie od podobnego tekstu, stworzonego przez pasjonata czerpiącego wiedzę z globalnej bazy danych[196].

Ogromna konkurencja treści w internecie sprawia, że twórcy kolejnych tekstów na ten sam temat sięgają po nowe, chwytliwe formy i środki stylistyczne. To tłumaczy emocjonalny wydźwięk wielu artykułów i wypowiedzi. Zastosowanie ekspresyjnego stylu to wyraz walki o odbiorcę. W wyniku dominacji podaży informacji nad popytem to już nie ludzie poszukują informacji, tylko informacje znajdują ludzi. W celny sposób zjawisko to ujął Andrew Keen, znany krytyk „kultu amatora". Nazwał je prawem cyfrowego darwinizmu, według którego przetrwają tylko ci, którzy najgłośniej i najzagorzalej forsują swoje przekonania[197]. Przeważająca większość tekstów krążących w sieci nigdy nie przeszła przez cykl redakcyjnej korekty, co skutkuje obniżeniem jakości internetowej bazy. Wartościowe opracowania trudno jest wyłowić z zalewu mniej lub bardziej miernych. Proces ten jest jednak równoważony przez przenikanie do sieci wytworów kultury tworzonej przez profesjonalistów. Coraz popularniejsze stają się wydania online popularnych periodyków oraz e-booki. Dzięki internetowi popularyzuje się nawet muzyka poważna. Za pośrednictwem e-księgarni wzrasta sprzedaż książek i płyt, także tych z muzyką dla koneserów[198]. Wydawnictwa, redakcje, firmy fonograficzne, aby przetrwać i nie utracić pozycji na rynku, przeniosły swoją działalność do wirtualnej przestrzeni. Wcześniej uczyniło to wiele instytucji związanych z gospodarką i edukacją.

Tworzenie i dystrybucja przekazu w nowych mediach wymaga użycia technologicznego urządzenia, takiego jak np. smartfon czy komputer. Dotyczy to zarówno rozpowszechniania

[195] P. Lévy, *Drugi potop*, s. 382.

[196] A. Radomski, *Historia w kulturze...*, s. 24.

[197] A. Keen, *Kult amatora...*, s. 35.

[198] T. Gałka, *Strategie internetowe największych wydawców...*, s. 7.

istniejącego już przekazu (tak było już w przypadku wynalezienia druku), jak i tworzenia nowego. Ścisła konieczność podporządkowania się człowieka możliwościom technologicznym nowych mediów stała się podstawą ich krytyki. Główny zarzut dotyczy tego, że wytwory technologii determinują jakość powstających treści, zagrażają tradycji, a także ograniczają twórczy proces użytkownika[199].

Dzięki obecności w internecie ogromnej, ogólnodostępnej bazy danych mogła zaistnieć tak zwana kultura remiksu. Jest to forma twórczości w wyniku której z połączenia i modyfikacji istniejących już utworów powstają nowe dzieła. Konwersja form wiedzy i sztuki do postaci cyfrowej umożliwiła nie tylko nieograniczone ich powielanie na cyfrowe nośniki, ale także dokonywanie na nich dowolnych modyfikujących je operacji[200]. Pojęcie remiksu, początkowo stosowane głównie w kontekście muzyki, doskonale wpisało się w praktykę tworzenia cyfrowych obrazów, tekstów i materiałów multimedialnych. Każdy, kto opanował podstawową technikę „wytnij, kopiuj, wklej" może w dowolny sposób wykorzystać obrazy, teksty czy dźwięki będące dziełem innych twórców i poprzez dowolną modyfikację ich całości lub fragmentów tworzyć nowe dzieła[201]. W ten sposób powstają teledyski, spoty reklamowe, memy internetowe i wiele innych utworów, które uznawane są za przejawy cyberkultury.

* * *

Jeden z najwybitniejszych ekonomistów XX w. Joseph Schumpeter zbudował teorię, według której przełomowe innowacje destabilizujące społeczny ład i wywołujące kryzysy mają moc stymulowania zmian, które wzmacniały system podnoszący się po klęsce wywołanej przez owe kryzysy. Z ich powodu dochodziło do przełomów w kulturze. W historii cywilizacji tymi, które mocno wpłynęły na wspomniane zmiany było pojawienie się mowy, rozwój pisma,

[199] M. Hopfinger, *Wprowadzenie...*, s. 11.

[200] Według Lawrence'a Lessiga remiks stanowi podwaliny nowej kultury, której istotą jest przetwarzanie już istniejących bytów. Kulturę tę Lessig określa jako „kulturę odczytu i zapisu" (Read/Write). L. Lessig, *Remiks. Aby sztuka i biznes rozkwitały w hybrydowej gospodarce*, tłum. R. Próchniak, Warszawa 2009, s. 37, 64-68, 76-86.

[201] A. Radomski, *Historia w kulturze...*, s. 19-20.

wynalezienie druku, aż w końcu upowszechnienie się komputerów z dostępem do internetu[202]. Ostatni z nich zapoczątkował rozwój kultury wirtualnej rzeczywistości.

Sposób komunikacji zapośredniczonej przez media internetowe doskonale obrazuje prawdziwość teorii dotyczących opóźnienia kulturowego względem rozwoju technologii. Komunikacja w erze cyfrowej oparta jest na ogromnej szybkości i minimalizacji informacji. Wyrazistym przykładem skracania przekazu są informacje przesyłane w postaci sms-ów. Niewielka objętość informacji sugerowana jest już w nazwie usługi[203]. Podobnie usługa mikroblogowania wychodzi naprzeciwko tym współczesnym trendom[204]. Kształtuje się nowy rodzaj kultury rozmowy, który można przyrównać do wtórnej oralności. Język komunikowania się ma formę uproszczoną, skrótową, a czasem wręcz niedbałą.

Miliardy wiadomości tekstowych, obrazkowych i e-maili przesyłanych każdego dnia, miliony wpisów na blogach i portalach społecznościowych upoważnia do stwierdzenia, że oto zrodziła się nowa forma inteligencji kolektywnej, nowa wspólnota komunikacyjna[205]. Media społecznościowe w obecnych czasach generują zdecydowaną większość ruchu komunikacyjnego w internecie.

* * *

Internet uznany został za jeden z najważniejszych wynalazków XX w. Sieć komputerowa, satelity i inne nowoczesne formy masowej komunikacji zdynamizowały przemiany kulturowe i cywilizacyjne, ale podobne skutki wynikały z użycia technologii wynalezionych już wiele wieków temu. Na przełomie XIX i XX w. przemiany społeczne i ekonomiczne prowadziły do globalizacji i zacierania się granic, wcześniej szczelnie rozdzielających społeczeństwa od siebie. Wielkie sieci sklepów zastępowały małe, lokalne. Rynek ekonomiczny opanowywały międzynarodowe korporacje, których siedziby zlokalizowane były w różnych krajach.

[202] K. Krzysztofek, *Zmiana permanentna? Refleksje o zmianie społecznej w epoce technologii cyfrowych*, „Studia Socjologiczne", 207/4, 2012, s. 34-35.

[203] Sms – z j. angielskiego Short Message Service – usługa przesyłania krótkich wiadomości tekstowych w cyfrowych sieciach telefonii komórkowej.

[204] K. Krzysztofek, *Zmiana permanentna?...*, s. 26-27.

[205] Tamże, s. 11.

Do Stanów Zjednoczonych przybywali ludzie z całego świata, przynosząc ze sobą swoją kulturę, tradycję i religię. Nowe ówcześnie technologie pozwoliły ludziom komunikować się pokonując ogromne odległości. Zmiany te bardzo niepokoiły szczególnie tych, którzy chcieli zachować tradycyjny styl życia, skoncentrowany wokół lokalnej a nie międzynarodowej społeczności. Obawiano się, że globalizacja będzie implikować dewaluację wartości szczególnie mocno wpisujących się w małe wspólnoty, takie, jak rodzina czy grupa religijna[206]. Nieuchronnym jej skutkiem stała się międzynarodowa migracja, deterytorializacja kultur i „nowa diaspora". W wyniku migracji zaczęły formować się grupy narodowościowe z dala od rodzinnej ziemi. Wraz z nastaniem ery internetu wielu ludzi pozbawionych tożsamości kulturowej stało się anonimowymi uczestnikami cyberprzestrzeni i współtwórcami jej stale rozwijającej się kultury[207].

Każda światowa kultura, wkraczając do internetu staje się częścią powszechnej kultury międzynarodowej. W podobny sposób każdy naród wkraczający w internetową rzeczywistość staje się wielokulturowy, pomimo sprzeciwu części społeczności, która niechętnie przyjmuje do swojej kultury obce zwyczaje i tradycje[208]. Nie ma więc chyba przesady w sformułowanej pod koniec drugiego tysiąclecia przez Pierre'a Lévy'ego tezie, że *cyberkultura kontynuuje w pewnym sensie wielką tradycję kultury europejskiej, jednocześnie ją przeobrażając*[209]. Cyberkultura wyrosła na bazie egalitarnej moralności, idei bezinteresownej wymiany wiedzy i dzielenia się osiągnięciami. Elektroniczne media, podobnie jak rodzący się pół wieku temu internet, opierają się o równość i wolność.

Amerykański medioznawca Henry Jenkins wskazał trzy istotne parametry sieciowego życia: konwergencję mediów, kulturę uczestnictwa i zbiorową inteligencję. On też jest twórcą koncepcji tak zwanych rozprzestrzenialnych mediów. Jenkins zwrócił uwagę na fakt, że w dystrybucji informacji istotną rolę odgrywają odbiorcy, którzy następnie przesyłają pomiędzy

[206] A. Johnson Frykholm, *What Social and Political Messages Appear in the Left Behind Books? A Literary Discussion of Millenarian Fiction*, [w:] *Rapture, Revelation, and the End Times Exploring the Left Behind Series*, red. B. D. Forbes, J. H. Kilde, New York 2004, s. 173.

[207] Por. M. Sułek, *Tożsamość człowieka wobec nowych wyzwań cywilizacyjnych*, http://www.socjologia.ath.bielsko.pl/prace/konferencje/m_sulek.pdf [dostęp 23.08.2013]. Przykładami hiperprzestrzeni są np. lotniska, sieci popularnych restauracji i barów, które funkcjonują i wyglądają jednakowo w każdej części świata (np. MacDonald's, Sturbacs), ogromne centra handlowe itp.

[208] E. McLuhan, *Kościół i nowe media*, s. 23.

[209] P. Lévy, *Drugi potop*, s. 390.

sobą interesujące ich zdaniem treści. Lokalne decyzje o przesłaniu treści podejmowane przez pojedynczych użytkowników w szerszej perspektywie wpływają na kształtowanie się medialnego krajobrazu[210].

1.3 Wartości kulturowe nowych mediów

Cyfrowy charakter nowych mediów sprawia, że niosą one ze sobą możliwość integracji „kultury statycznej", do której należą galerie, muzea, architektura i sztuka z „kulturą dynamiczną" baz danych. Jedną z najistotniejszych cech społeczeństwa informacyjnego jest jego wymiar międzynarodowy, w tym kontekście pojawia się jednak problem ochrony różnorodności kulturalnej w obrębie globalnego społeczeństwa informacyjnego[211]. Koncepcja mówiąca o nieuniknionej globalizacji kultury jest tylko jedną z wielu tez, jakie badacze formułują prognozując przyszłość cyberkultury. Skrajnie różny pogląd przedstawił Alvin Toffler w 1986 r. w tezie mówiącej o odmasowieniu mediów i dostosowaniu się ich do różnicującego się środowiska odbiorców mediów. Opozycję stanowisk można częściowo tłumaczyć odstępem czasowym pomiędzy sformułowaniem globalistycznej koncepcji McLuhana a pluralistycznej wizji Tofflera i ich odniesienia odpowiednio do tradycyjnych mediów.

Rozważając kulturowe aspekty internetu nie sposób jest pominąć milczeniem krytycznych głosów wysuwanych pod jego adresem. W czasach zdominowanych przez przekazy medialne ludzie widzą świat nie taki, jakiego doświadczają w rzeczywistości, lecz w znacznej mierze taki, jaki zostaje im ukazany przez media[212]. To tłumaczy ugruntowanie się opinii, że internet przełamując barierę dostępu do niepożądanych treści przyczynia się w istotny sposób do rozwoju kultury moralnie obojętnej. Trudno jest polemizować z przekonaniem, że kształtowane przez tysiąclecia wartości mogą być podważane w wyniku użytkowania nowych mediów rozpowszechniających treści w przeważającej części pozbawione weryfikacji[213]. Media oferują

[210] H. Jenkins, *Nowe formy uczestnictwa w kulturze*, [w:] *Młodzi i media. Nowe media a uczestnictwo w kulturze. Raport Centrum Badań nad Kulturą Popularną SWPS*, Warszawa 2010, s. 137.

[211] R. Kluszczyński, *Społeczeństwo informacyjne*..., s. 27.

[212] H. Muszyński, *Nauczyciel w świecie medialnym*, „Neodidagmata", 33/34, 2011-2012, s. 40.

[213] Por. J. Morbitzer, *Świat wartości w Internecie*, „Konspekt", 18, 2004, wersja on-line http://www.wsp.krakow.pl /konspekt/18/wartosci.html [dostęp 21.12.2013]; Por. także Cz. Parzyszek, *Odnowa współczesnego świata przez dzieło nowej ewangelizacji*, „Kultura – Media – Teologia", 16, 2014, s. 106-111.

odpowiedzi na nurtujące współczesnego człowieka pytania, udzielają porad dotyczących codziennej egzystencji, tym samym częściowo pełnią rolę, która niegdyś należała do religii[214].

W tradycyjnym modelu wychowawczym najistotniejszymi czynnikami oddziaływującymi na kształtowanie młodego człowieka były rodzina – szkoła – Kościół. Kontrolę nad informacją pełniły liczne społeczne instytucje, szkoły, a w pierwszych kilkunastu latach życia człowieka jego rodzice. Triada ta została obecnie zmodyfikowana do postaci: rodzina – media – szkoła – Kościół, przy czym systematycznie zwiększa się prymat mediów nad pozostałymi instytucjami. Media odgrywają coraz istotniejszą rolę w tworzeniu tożsamości, marginalizując wpływ rodziny, przyjaciół i organizacji religijnych[215].

W dobie internetu człowiek zalewany jest informacjami, które nie tylko nie są w stanie udzielić odpowiedzi na najbardziej fundamentalne, nurtujące pytania, ale także często okazują się być mało przydatne w rozwiązaniu jakiegokolwiek doczesnego problemu. Charakteryzuje je brak spójności i zróżnicowania, nieokreśloność odbiorcy, dostosowanie do technologii, a nie istotnej potrzeby wiedzy[216].

Krytycy cyberkultury nie tylko negatywnie oceniają kulturę, jaka zrodziła się na wirtualnej płaszczyźnie, ale pod wątpliwość poddają nawet łączenie pojęcia kultury z internetem. Przekonują oni, że sposób funkcjonowania internetu jest zaprzeczeniem wszelkich uznanych wartości kulturowych. Jednym z najbardziej znanych współczesnych krytyków internetu jest Andrew Keen, autor bestsellerowej książki pod znamiennym tytułem *Kult amatora. Jak internet niszczy kulturę*. Zarzuca on tytułowemu medium, że zabija kreatywność, uczy płytkiego, bezrefleksyjnego myślenia, przyczynia się do zaniku wspólnot, upadku autorytetów oraz roli i znaczenia instytucji. Internet burzy fundamenty kultury opartej na profesjonalizmie, promując kult amatora. Lista zarzutów jest bardzo obszerna i dotyczy niemal każdego aspektu korzystania z usług internetu[217].

Inną grupę stanowią krytycy nowych mediów, którzy co prawda przyznają internetowi moc kulturotwórczą, ale poddają w wątpliwość wartość tejże kultury. Podnoszą kwestię dezinformacyjnej roli internetu, wynikającej z ogromnej ilości informacji i braku jej selekcji. Twierdzą oni, że chociaż dostęp do informacji radykalnie się zwiększył, to nie zwiększyła się

[214] J. Majewski, *Religia, media, mitologia*, Gdańsk 2010, s. 120.

[215] J. Morbitzer, *Edukacja wspierana komputerowo...*, s. 74.

[216] K. Rembowska, *Technika a kultura, wypowiedź krytyczna*, „Space – Society – Economy", 6, 2002, s. 101.

[217] A. Keen, *Kult amatora...*, s. 52-69.

możliwość jej przyswojenia. Co więcej, bogactwo informacji nie implikuje umiejętności efektywnego z niej korzystania, a raczej skutkuje zobojętnieniem na te informacje, które umysł ludzki radząc sobie z nadmiarem bodźców traktuje jako nadprogramowe. Wraz z ilością dostarczanych informacji maleje stopień poświęcanej im uwagi, przy czym próba przyjęcia nadmiaru informacji prowadzi do kryzysu ich rozumienia. Wynika to z faktu, że mózg ludzki nie jest w stanie uporać się ze wszystkimi komunikatami, które rywalizują o jego uwagę[218].

Anglojęzyczny termin e-trash ukuty został jako metafora internetu, *wielkiego śmietniska, z którego trudno jest wygrzebać coś wartościowego*[219]. Traktując sieć komputerową jako synonim chaosu i zamieszania, mówić należałoby raczej o kulturowym rozkładzie niż o postępie. Do tego problemu odniósł się papież Benedykt XVI w orędziu na XLVI Światowy Dzień Środków Społecznego Przekazu zatytułowanym *Milczenie i słowo drogą ewangelizacji.* Papież zachęcał w nim do korzystania z informacji zamieszczonych w internecie, ale jednocześnie przestrzegał przed szumem informacyjnym: *W naszych czasach internet jest coraz bardziej zdominowany przez pytania i odpowiedzi. Więcej, współczesny człowiek jest często bombardowany odpowiedziami na pytania, których nigdy sobie nie zadawał, albo potrzebami, których nie odczuwa*[220]. Wspomnieć jednak należy, że chaos informacyjny nie pojawił się dopiero w czasach internetu. Gwałtowna ekspansja informacji rozpoczęła się wraz z rozwojem

[218] A. Lepa, *O postawie selektywnego odbioru mediów*, „Pedagogia Christiana", 20/2, 2007, s. 103-104; Zob. także Z. Bauman, *Kultura jako praxis*, tłum. J. Konieczny, Warszawa 2012, s. 37.

[219] M. Szpunar, *Bogactwo informacji a ubóstwo uwagi w cyfrowej kulturze nadmiaru*, [w:] *Problemy Konwergencji Mediów*, red. M. Kaczmarczyk, D. Rott, Sosnowiec 2013, s. 294; C. Stoll, *Krzemowe remedium. Garść rozważań na temat infostrady*, Poznań 2000, tłum. T. Hornowski, s. 214; Andrzej Draguła odnosząc się do internetu jako pomocy w pracy duszpasterskiej przywołuje trzy metafory. W pierwszej przyrównuje sieć komputerową do śmietnika (*Cechą charakterystyczną śmietnika jest to, że rzeczy, które wczoraj jeszcze były nowe, dziś już są stare i nadają się jedynie na wyrzucenie. Śmietnik internetowy „skazany" jest na nieustanną nowość, której synonimem staje się sensacyjność*. W drugim porównaniu Draguła odnajduje podobieństwo pomiędzy internetem a labiryntem (*Charakterystyczną cechą wędrowania w labiryncie jest konieczność ciągłego dokonywania wyborów między drogami, które na pierwszy rzut oka są do siebie podobne, są wręcz identyczne, ale prowadzą do jakże różnych celów. Internet jest więc doskonałym odzwierciedleniem duchowej sytuacji wielu współczesnych ludzi, także w ich przestrzeni religijnej*). Trzecia z metafor odnosi się do internetu jako biblioteki biblioteki (*Dzięki Internetowi, nie wychodząc z domu, mamy dostęp do milionów […]dokumentów o charakterze naukowym, popularnym, publicystycznym czy literackim*). A. Draguła, *Internet jako pomoc kaznodziejska. Szkic z homiletyki internetowej*, „Studia Paradyskie", 17-18, 2007-2008, s. 135-138.

[220] Benedykt XVI, Orędzie na XLVI Światowy Dzień Środków Społecznego Przekazu, *Milczenie i słowo drogą ewangelizacji*, „L'Osservatore Romano" (wyd. polskie), 344/3, 2012, s. 5.

radia i telewizji[221]. Już wówczas pojawił się problem chaosu informacyjnego wynikającego z nadmiaru dystrybuowanego przekazu. Rozwój telewizji satelitarnej i kablowej jeszcze mocniej efekt ten uwidocznił[222].

Według teorii jednego z krytyków kultury współczesnej Neila Postmana[223] żyjemy w epoce technopolu, w świecie postindustrialnym, w którym technika przejęła panowanie nad kulturą[224]. W książce o wymownym tytule *Technopol. Triumf techniki nad kulturą* Postman umieścił znamienne słowa: [...] *dżin, który wychynął z butelki, głosząc, że informacja jest nowym bogiem kultury, był oszustem. Rozwiązał oczywisty dla wszystkich problem niedoboru informacji. Nie ostrzegł jednakże przed znacznie gorzej widocznymi niebezpieczeństwami jej nadmiaru*[225].

Pomimo krytycznych głosów nie sposób jest nie zauważyć wartości które charakteryzują współczesne pokolenie sieci. Jego członkowie nie godzą się na bierny odbiór mediów, ale aktywnie chcą uczestniczyć w ich tworzeniu. Cenią wolność wyboru i współpracę w wirtualnych

[221] Brytyjski medioznawca i kulturoznawca John Fiske twierdzi, nie bez pewnej przesady, że godzina spędzona przed ekranem telewizora dostarcza telewidzowi więcej obrazów, aniżeli członek społeczeństwa przedindustrialnego pochłaniał przez całe swoje życie. J. Fiske, *Postmodernizm i telewizja*, [w:] *Pejzaże audiowizualne. Telewizja, wideo, komputer*, red. A. Gwóźdź, Kraków 1997, s. 169.

[222] A. Werner, *Przemiany mediów...*, s. 660; Nadmiarowość informacji dystrybuowanej w internecie określana jest również jako smog informacyjny, a także jako mgła informacyjna, w której użytkownikowi trudno jest wartościowy przekaz dostrzec i oddzielić go od ogromnej ilości niedokładnych, fragmentarycznych, nieprawdziwych, wprowadzających w błąd informacji. R. Tadeusiewicz, *Społeczność Internetu*, Warszawa 2002, s. 121.

[223] Według teorii Neila Postmana ludzkość posiadała pełną kontrolę nad narzędziami tylko w epoce przedprzemysłowej. Kontrola ta została znacznie ograniczona w czasach industrializmu, gdy cywilizacja weszła w okres technokracji. Wówczas to sfera techniczna zaczęła coraz bardziej wymykać się z rygorów społecznych. Współczesne czasy to czasy technopolu, gdy człowiek nie tylko nie panuje nad narzędziami, ale to one panują nad nim. Technopol, który według Postmana jest stanem umysłu i kultury, polega na deifikacji techniki, której postęp traktowany jest jak największe osiągnięcie ludzkości. Świat technopolu pozbawiony jest myślenia historycznego i kulturowych postępów. Por. N. Postman, *Technopol. Triumf techniki nad kulturą*, tłum. A. Tanalska-Dulęba, Warszawa 2004, s. 91.

[224] Według klasyfikacji Postmana poprzednim etapem był etap technokracji, świat industrialny, równoprawności techniki i kultury. Nastąpił on po erze świata agrarnego, w którym technologia podporządkowana była kulturze; Zob. także A. Radomski, *Kultura 2.0...*, s. 7-8.

[225] N. Postman, *Technopol. Triumf techniki...*, s. 78.

społecznościach, opartą na uczciwości i prawdomówności[226]. Dlatego pomimo wątpliwości i krytyki kulturowych wartości internetu w XXI w., cyberkultura zajmuje już ugruntowane miejsce w historii kultury ludzkości, a jej wpływ na rozwój społeczeństw poparty jest wynikami licznych badań i analiz. Dość szczególnym przejawem uznania roli cyberkultury w kształtowaniu współczesnej kultury jest wynik plebiscytu na człowieka roku organizowany corocznie przez prestiżowy tygodnik „Time". W 2006 r. człowiekiem roku wybrany został Internauta. Na okładce tygodnika przedstawiona została fotografia komputera osobistego z ekranem pokrytym odblaskową folią, w którym czytelnicy przeglądali się jak w lustrze. W miejscu gdzie zwykle umieszczane było nazwisko człowieka roku, znajdował się napis: *Yes, you. You control the information age. Welcome to your World*[227].

[226] K. Walotek-Ściańska, M. Szyszka, *Obecność instytucji kultury w mediach społecznościowych*, [w:] *Homo Irreticus. W sieci serwisów społecznościowych, reklamy i marketingu społecznego*, K. Walotek-Ściańska, M. Szyszka, Sosnowiec 2014, s. 51-52.

[227] B. Dziadzia, *Dylematy tzw. kultury...*, s. 102; Zob. także: B. Jaskowska, *O kulturze konwergencji...* http://www.ebib.info, 2008/92/a.php?jaskowska, [dostęp 22.08.2014]; A. Keen, *Kult amatora...*, s. 46.

Rozdział 2. Religia w mediach

Na przełomie XX i XXI w. badacze odnotowali wyraźny odwrót od zinstytucjonalizowanych religii na rzecz bardziej autonomicznych form poszukiwania i realizacji duchowych potrzeb. Kluczowe znaczenie dla tego procesu miał rozwój telewizji a następnie internetu[228]. Jednym z istotnych zjawisk wynikających z pojawienia się tematyki religijnej w nowych mediach jest tak zwana prywatyzacja religii, objawiająca się religijnym subiektywizmem i realizacją potrzeb duchowych poza instytucją kościelną[229]. Wspomnieć jednak należy, że teza o prywatyzacji religii, formułowana przez socjologów już w latach 60. ubiegłego wieku, jest tylko częścią szerszej debaty dotyczącej postępującej sekularyzacji społeczeństw. Wiążą się z nią pojęcia charakterystyczne dla oceny zjawiska przenoszenia się religii do cyberprzestrzeni, takie jak indywidualizacja, zanik wspólnot, brak moralnej spójności. Na tym gruncie wyrosło wiele alternatywnych rodzajów duchowości[230] i form religijności niezależnych od instytucji kościelnych lub całkowicie się od nich dystansujących. Socjologowie fenomen ten opisują jako *patchwork* lub *bricolage*[231]. Model tak skonstruowanej religijności trafnie wpisuje

[228] S. M. Hoover, *Religion in the Media Age*..., s. I.

[229] Z. Hanas, *Religie w internecie...*, s. 246; Czyt. więcej B. Guzowska, *Religijność postmodernistyczna*, „Przegląd Religioznawczy", 246/4, 2012, s. 38-39; Problem prywatyzacji wiary, urynkowienia religii w epoce ekspansji mediów podnosił także Steward M. Hoover w S. M. Hoover, *Media and the Construction...*, s. 29-295.

[230] Pojęcie *duchowość* w socjologicznych tekstach używa się zamiennie z takimi pojęciami jak niewidzialna religia, New Age, ezoteryka, synkretyczna religijność, prywatyzacja czy indywidualizacja wiary. B. Guzowska, *Współczesne formy religijności. Perspektywa filozoficzna*, (streszczenie), [w:] *Religie i religijności w świecie współczesnym. III Międzynarodowy Kongres Religioznawczy Toruń 12-15 września 2011*, red. M. Szulakiewicz, Toruń 2011, s. 121; Zbigniew Pasek proponuje terminem duchowość nazwać *takie działania, motywy i postawy człowieka, w których realizuje się jego dążenie do transgresji, czyli pojmowanego na różne sposoby przekroczenia własnej natury i doczesnej kondycji*. Z. Pasek, *O przydatności pojęcia duchowości w badaniach nad współczesną kulturą*, [w:] *Religijność i duchowość – dawne i nowe formy*, red. M. Libiszowska-Żółtkowska, S. Grotowska, Kraków 2010, s. 61.

[231] J. Mariański, S. Wargacki, *Nowa duchowość jako megatrend społeczny i kulturowy*, „Przegląd Religioznawczy", 242/4, 2011, s. 139.

się w baumanowski model ponowoczesnej kultury, przyrównanej przez badacza do spółdzielni spożywców, w której każdy może wybrać i nabyć te towary, które są mu aktualnie potrzebne[232].

Tradycyjna religijność odgrywa coraz mniejszą rolę w życiu społeczeństw, ale wciąż jest ważna dla jednostki[233]. Religia jest dziś upubliczniona, skomercjalizowana, natomiast praktyki religijne stały się bardziej spersonalizowane[234]. Istotne jest, czy względny brak publicznego znaczenia religii w dzisiejszych czasach jest tylko stanem przejściowym, czy też religia stawać się będzie coraz bardziej elementem kultury. Nie wykluczałoby to uczestnictwa członków społeczności w tradycjach religijnych, ale jedynie w wybranych[235]. Problematyka ta rozpatrywana jest w kontekście relacji religii z mediami, one bowiem są jednym z czynników wpływających na jakość przyszłej religijności, odgrywając coraz większą rolę w życiu społeczeństw. Użytkowanie mediów implikuje zmiany w aktywności ludzkiej.

Współczesny świat charakteryzuje silny proces racjonalizacji, który ogarnia wszystkie niemal sfery życia społecznego. W te przeobrażenia doskonale wpisał się internet, zaawansowany technologicznie wynalazek zapewniający łatwy i szybki dostęp do informacji. Chociaż wiara pozornie nie przystaje do medium o zdecydowanie profanicznym charakterze, dla wielu ludzi internet stał się nową przestrzenią religijnych przeżyć[236]. W sieci można znaleźć ogromną ilość treści, które w mniejszym lub większym stopniu odnoszą się do tematyki religijnej. Duża część oferty religijnej związana jest z chrześcijaństwem, w tym z Kościołem katolickim, który

[232] Z. Bauman, *Ponowoczesność jako źródło cierpień*, Warszawa 2000, s. 182-189; Michał Drożdż w odniesieniu do ponowoczesności używa wymownego określenia „czas ponowoczesnej swawoli". M. Drożdż, *Medialne mirifica*, „Studia Socialia Cracoviensia", 9/2, 2013, s. 23; O supermarketyzacji religii zob. także: Z. Melosik, T. Szkudlarek, *Kultura, tożsamość i edukacja - migotanie znaczeń*, Kraków 2010, s. 52; Temat podjęty został także w D. Jaszewska, *Kultura – rzecz gustu? O kilku granicach supermarketyzacji kultury*, „Kultura – Media – Teologia", 4/2011, s. 20 i n.; Tematyka utowarowienia religii podjęta także M. Libiszowska-Żółtkowska, *Nowe ruchy religijne...*, s. 201; O komercjalizacji religii zob. T. Szlendak, *Supermarketyzacja. Religia i obyczaje seksualne młodzieży w kulturze konsumpcyjnej*, Wrocław 2004, s. 101-104; O pojęciu supermarketyzacji religii zob. H. Mielicka, *Kontekst religijny zachowań społecznych jako paradygmat globalizacji*, [w:] *Religia i religijność w warunkach globalizacji*, red. M. Libiszowska-Żółtkowska, Kraków 2007, s. 389-390; Wcześniej ten temat podejmował m. in. Steward Hoover w kontekście sypermarketyzacji wiary w społeczeństwie amerykańskim. S. M. Hoover, *Media and the Construction...*, s. 294-295; A. Spadaro, *Cyberteologia...*, s. 55.

[233] P. Beyer, *Religia i globalizacja*, Kraków 2005, s. 128.

[234] S.M. Hoover, *The Cultural Construction...*, s. 2; Zob. także B. Guzowska, *Religijność postmodernistyczna...*, s. 35-36.

[235] P. Beyer, *Religia i globalizacja*, s. 358-359.

[236] F. Vecoli, *La religione ai tempi...*, s. 106.

w odpowiedzi na wyzwania współczesnych czasów zdecydowanie wkroczył do cyberprzestrzeni[237].

Na początku funkcjonowania sieci internetowej przywódcy religijni docenili głównie możliwość kontaktu za jej pośrednictwem z członkami swoich wspólnot. Dopiero później w wirtualnej przestrzeni upatrywać zaczęli środowiska do werbowania nowych wyznawców. Zaczęły powstawać wirtualne kościoły, a wraz nimi multimedialna liturgia i modlitwy za pośrednictwem nowoczesnych aplikacji zakodowanych na urządzenia mobilne[238]. W dziele sakralizacji wirtualnej przestrzeni prym wiedli duchowni wyznań protestanckich, których nauka w dużym stopniu odbiega od katolicyzmu. Protestanccy przywódcy i wierni kierują postrzeganie i przeżywanie religii na coraz bardziej autonomiczne tory i wzmagają ambiwalentne podejście do religii zinstytucjonalizowanej[239].

Pytaniem: *Czym jest cyfrowa religia?* Heidi Campbell rozpoczyna swoją książkę *Digital Religion. Understanding Religious Practice in New Media Worlds*. Na to pytanie badacze próbowali odpowiedzieć już wielokrotnie, jednak w związku z dynamicznie postępującym rozwojem mediów sformułowane przez nich tezy muszą być redefiniowane wraz z pojawianiem się kolejnych rozwiązań komunikacyjnych implikujących nowe zachowania ich użytkowników.

Religia i media zajmują ważną przestrzeń w codzienności człowieka wierzącego a aktywność medialna często odnosi się do pobożnych praktyk. Żydzi na przykład mają możliwość modlitwy przy wirtualnej Ścianie Płaczu[240], muzułmaninowi sygnał smartfona może przypomnieć o nadchodzącej porze modlitwy. Hindusowi internet umożliwia zamówienie pudży w jednej z indyjskich świątyń[241], a protestant może przed monitorem komputera przystąpić do sakramentu pokuty. Techniczne rozwiązania przebojem wkraczają w codzienność kultywowania pobożności a religia pełni coraz istotniejszą rolę w konstruowaniu kulturowych przestrzeni nowych mediów. Przykłady te nawiązują do jednej z najważniejszych aktywności religijnej, jaką

[237] A. Górny, *Religijne portale internetowe...*, s. 181.

[238] Zob. http://tvn24bis.pl/informacje,187/krolestwo-facebooka-tez-kiedys-upadnie-kto-zajmie-tron,461570.html [dostęp 24.08.2014].

[239] D. Stout, J. Buddenbaum, *Approaches to the study of media and religion. Notes from the Editors of the Journal of Media and Religion with recommendations for future research*, „Religion", 38, 2008, s. 226.

[240] Wirtualna ściana płaczu dostępna na stronie http://www.aish.com/w/ [dostęp 20.11.2013].

[241] Przykładowa strona oferująca tego typu usługi: http://www.saranam.com/ [dostęp 20.11.2013].

jest modlitwa, a jej nowa forma stała się możliwa w wyniku deterytorializacji świata, zjawiska, które upowszechniła technologia sieci komputerowej[242].

W obecnych czasach większość wspólnot religijnych korzysta z nowoczesnych, elektronicznych mediów. Często robią to jednak w sposób dość przypadkowy, nie zawsze skuteczny. Wierni sięgają po nowe media nie w pełni uświadamiając sobie możliwości jakie one niosą ze sobą, raz je przeceniając, innym razem lekceważąc, nie doceniając ich możliwości. Bywa i tak, że znajdują dla nich nowe, niespodziewane zastosowanie.

Nowe, cyfrowe media mocno zintensyfikowały proces mediatyzacji religii, który choć rozpoczął się już o wiele wcześniej, to szczególne zainteresowanie zaczął wzbudzać dopiero w ostatnich latach, gdy jego efekty stają się coraz bardziej widoczne. Większość badań relacji religii z mediami koncentruje się na sposobie, w jaki religia jest reprezentowana w mediach, mniej liczne są badania na temat wykorzystania mediów w komunikacji religijnej. Mediatyzacja religii, choć stała się już faktem, wciąż budzi wiele emocji i prowokuje wiele dysput dotyczących granic, jakie powinny oddzielać religię i media[243]. W obliczu ekspansji nowoczesnych mediów każda wspólnota wyznaniowa musiała określić swoje stanowisko wobec nich. W sposób szczególnie przemyślany musiały uczynić to duże religie o wielowiekowej tradycji, które postrzegają świat dwubiegunowo. Po jednej stronie znajduje się sfera sakralna, określająca to co święte, po drugiej zaś świecka. Wierni w duchowym rozwoju i praktykowaniu pobożności zbliżają się do sfery *sacrum*, równocześnie dystansując się od tego, co świeckie, związane z *profanum*. Jednak rozumienie *sacrum* różni się pomiędzy wyznaniami. Wyraźnym przykładem niech będzie porównanie islamskiego postrzegania świata, w którym prawie wszystko podlega religijnym zasadom z kulturą Zachodu, gdzie sfera *sacrum* jest spychana coraz silniej na margines życia społecznego. Wizje tak różnych światów są nieporównywalne, a ich zetknięcie prowadzi do konfliktów religijno - kulturowych[244].

Każda z religijnych wspólnot wyznaniowych musi nakreślić swoją koncepcję odbioru i akceptacji mediów. Pozostanie na uboczu i odcięcie się od nowych mediów w dłuższej

[242] J.F. Mayer, *Religion and the Internet...*, s. 39.

[243] H. Knoblauch, *Benedict in Berlin. The mediatization of Religion*, [w:] *Mediatized Worlds. Culture and Society in a Media Age*, New York 2014, s. 144-145.

[244] M. Szulakiewicz, *Religie i religijność w kulturze współczesnej*, [w:] *Religie i religijność w świecie współczesnym. III Międzynarodowy Kongres Religioznawczy Toruń 12-15 września 2011*, red. M. Szulakiewicz, Toruń 2011, s. 24.

perspektywie mogłoby prowadzić do utraty wiernych[245]. Z drugiej strony nieprzemyślane przyjęcie każdej nowej formy medium może skutkować osłabieniem autorytetu instytucji kościelnej. Z tego też powodu przywódcy religijni przyjęli różniące się pomiędzy sobą stanowiska, od całkowitego wykluczenia możliwości wykorzystania mediów w religii do całkowitej ich akceptacji. Całkowite odrzucenie mediów ma miejsce w tych religiach, w których cechy mediów i możliwości ich wykorzystania uznawane są za sprzeczne z wartościami religijnymi[246].

Odrzucanie nowości technologicznych wynika z braku akceptacji dla narzędzi, które nie są tradycyjne. Skrajny przykład tej postawy prezentowali ultraortodoksyjni Żydzi. Rabini od początku powstania internetu uznali go za niebezpieczne narzędzie, które mogłoby narazić członków społeczności na obcowanie z herezją, pornografią i treściami zagrażającymi tradycyjnym wartościom. W wyniku tak sformułowanych zarzutów, nowoczesne osiągnięcie technologiczne zostało uznane za nieczyste[247]. Całkowity zakaz korzystania z internetu obowiązywał do 2006 r., kiedy to komisja rabiniczna do spraw komunikacji opracowała zasady ograniczonego korzystania z sieci[248]. Dopuszczony do częściowego użytku internet do dzisiaj może być wykorzystywany przez ultraortodoksyjnych Żydów wyłącznie do ściśle określonych zastosowań i tylko przez nieliczną grupę użytkowników[249].

Związek religii i mediów całkowicie akceptują wspólnoty wyznaniowe uznające media jedynie za narzędzie, które może służyć pracy misyjnej, utrzymywaniu kontaktu z wiernymi,

[245] Większość współczesnych badaczy podziela opinię, że dla współczesnych instytucji religijnych, pomimo, że niektóre wciąż jeszcze są nieprzychylne mediom, lub wręcz podejmują z nimi walkę, ich istnienie w dużej mierze uzależnione jest od istnienia w mediach. S. M. Hoover, *Religion in the Media Age*..., s. 284.

[246] O pozytywnym podejściu Kościoła katolickiego do telewizji świadczą m. in. wystąpienia najwyższych jego hierarchów w programach telewizyjnych. Przykładowo 25.04.1987 r. Jan Paweł II wygłosił „słowo na niedzielę" w popularnym programie telewizji niemieckiej *Das wort zum sonntag*. W grudniu 2010 r. papież Benedykt XVI nagrał osobiste przesłanie dla trzyminutowego programu *Thought For The Day* transmitowanego od 1970 r. przez kanał radia BBC2.

[247] H. A. Campbell, S*piritualising the internet...*, s. 4-5.

[248] R. Neriya-Ben Shahar, A. Lev-On, *Gender, Religion, and New Media. Attitudes and Behaviors Related to the Internet Among Ultra-Orthodox Women Employed in Computerized Environments*, „International Journal of Communication", 5, 2011, s. 878.

[249] H. A. Campbell, *When religion meets...*, s. 176.

a także pozyskiwaniu nowych wyznawców[250]. Użytkują oni media co najwyżej w celu dystrybucji informacji, nie dopuszczają natomiast możliwości praktykowania religii i przeżywania wiary za ich pośrednictwem. Dylemat wiążący się z akceptacją mediów nie dotyczy nowych ruchów religijnych, większość z nich właśnie dzięki nim zaistniała i przeżywa swój rozkwit.

W odniesieniu do religijnych przekonań i zasad rządzących wspólnotami wyznaniowymi badacze przeprowadzili systematyzację sposobu wykorzystania internetu, przyjmując za główne kryterium rolę jaką pełni on w życiu religijnym użytkowników. Pierwsza kategoria określa internet jako technologię, posiadającą cechy predysponujące ją do bycia narzędziem pomocnym w osiąganiu duchowych doświadczeń. Podejmowana w internecie aktywność religijna może służyć do duchowego rozwoju a także pozwala znajdować odpowiedzi na pytania, dotyczące łączności nauki z religią. Internet uznawany jest za przestrzeń sakralną, w której podejmowana aktywność stanowi integralną część życia religijnego. Prowadzi to do istotnych implikacji dotyczących ważności dokonujących się w wirtualnej przestrzeni świętych obrzędów. Zwolennicy sakralizacji przestrzeni wirtualnej wskazują na pozytywne aspekty podejmowania pobożnej aktywności przed monitorem komputera, takie jak poczucie intymności i niezakłócona sfera prywatności, eliminacja czynników rozpraszających i pełna koncentracja. W ich przekonaniu multimedialne środki użyte w akcie modlitwy działają bardziej stymulująco niż psychiczny wysiłek, jaki modlący musiałby podjąć bez używania komputera[251]. Z tych przekonań rodzą się inicjatywy powstających w wirtualnej przestrzeni cyberkościołów, oferujące praktyki online, oparte na tradycyjnych i quasi-religijnych rytuałach.

W opozycji do teorii uświęcającej cyberprzestrzeń internet uznawany jest za neutralne narzędzie. Jego wykorzystanie sprowadza się do przekazywania informacji, kreowania wizerunku kościelnej instytucji, a także promowania religii i praktyk religijnych podejmowanych w rzeczywistym świecie**.** Pomiędzy sakralizacją przestrzeni internetu, a jego instrumentalnym charakterem plasuje się stanowisko pośrednie, w którym internet postrzegany jest jako technologia służąca afirmacji życia religijnego definiująca nowy obraz globalnej wspólnoty wiernych związanej z określoną tradycją religijną. Oferuje ona bowiem możliwość gromadzenia

[250] S. H. Hosseini, *Religion and Media, Religious Media, or Media Religion. Theoretical Studies*, „Journal of Media and Religion", 7, 2008, s. 57.

[251] J. Botelho, *Church and the Internet*..., s. 244.

się w wirtualnej przestrzeni ludzi o wspólnej wierze i przekonaniach w celu dzielenia się dostępem do materiałów promujących wiarę, wyrażania swoich przekonań, promowania duchowych wartości i zgodnego z nimi stylu życia[252].

2.1 Dzieje religii w internecie

Tematyka religijna pojawiła się w internecie po raz pierwszy na początku lat 80. XX w. jako wątek podejmowany w grupach dyskusyjnych tzw. BBS[253]. Religijni entuzjaści komputerów podjęli temat możliwości wykorzystania nowego medium do celów religijnych. Pierwsza grupa dyskusyjna, której uczestnicy dzielili się swoimi przemyśleniami i wątpliwościami związanymi z wiarą powstała w 1983 r. (net.religion). Chociaż charakter tamtej grupy był bardziej polemiczny niż religijny, stanowiła ona zaczątek wspólnot wyznawców. Dyskusje podejmowane w grupie, chociaż nawiązywały do problematyki wiary różnych wspólnot religijnych, oscylowały głównie wokół tradycji chrześcijańskiej[254]. Fakt ten nie jest istotny ze względu na liczbę dyskutantów, gdyż tych było jeszcze niewielu, ale przez wzgląd na sposób i jakość prowadzonej dyskusji. Jej uczestnicy szukali bowiem sposobów wykorzystania nowego medium komunikacji do wyrażania uczuć religijnych[255].

Jednak nawet entuzjaści nowego medium nie negowali, że obecność religii w internecie napotkać może na szereg zagrożeń. Bo chociaż pod wieloma względami internet może być błogosławieństwem dla korzystających z jego możliwości, bywa także źródłem dezinformacji.

[252] H. A. Campbell, S*piritualising the Internet...*, s. 8-14.

[253] BBS – akronim od *Bulletin Board System* (Elektroniczny Biuletyn Informacyjny), system komunikacyjny opracowany w 1978 r. przez dwóch studentów z Chicago: Warda Christensena i Randy'ego Suess.

[254] C. Helland, *Diaspora on the Electronic Frontier...*, s. 960-962; Ze względu na coraz częstsze napięcia pomiędzy chrześcijańskimi użytkownikami a żydowskimi członkami grupy, ci ostatni wystosowali prośbę do administratorów USENET o utworzenie forum, na którym Żydzi mogliby propagować swoją religię i tradycję. Ostatecznie doprowadziły do powołania do życia w 1984 r. forum net.religion.jewish. Sześć miesięcy później, ze względu na rosnące zainteresowanie udziałem w religijnych dysputach, powstał net.religion.christian. W kolejnych latach swoje miejsce w internecie znalazły także inne wyznania religijne; Zob. także H. A. Campbell, *Making Space for Religion in Internet Studies*, „The Information Society", s. 310-311.

[255] H. A. Campbell, *Religion and the Internet*, s. 3.

Doktryny kościelne w internecie, pozbawionym odgórnej cenzury i kontroli mogą bowiem zostać przedstawione w sposób niepełny lub nawet sprzeczny z oficjalną nauką[256].

W latach 80. XX w. biuletyny o tematyce religijnej zaczęły być dystrybuowane do odbiorców za pomocą poczty e-mailowej. W 1990 r. opracowany został standard WWW, a jego wdrożenie spowodowało radykalną zmianę w sposobie wymiany i pozyskiwania informacji. Komputer podłączony do sieci stał się głównym i dominującym narzędziem. Ostatnia dekada XX w. to gwałtowny rozwój sieci globalnej, który nastąpił dzięki minimalizacji sprzętu komputerowego i obniżenia się kosztów jego produkcji, a zatem i ceny. Internet w ciągu zaledwie kilku lat zyskał miliony użytkowników. W tym czasie powstawały pierwsze strony internetowe stowarzyszeń religijnych, zarówno tych istniejących w rzeczywistym świecie, jak i powołanych do życia i mających istnieć tylko w cyberprzestrzeni[257].

W latach 90. XX w. w lawinowym tempie rosła liczba umieszczanych w sieci internetowej stron o charakterze religijnym. W 1992 r. powstała pierwsza chrześcijańska wirtualna kongregacja w internecie, zrzeszająca amerykańskich prezbiterian. Noszący nazwę *The First Church of Cyberspace* wirtualny Kościół[258] funkcjonował w sieci aż do 2007 r., pod wiele mówiącym adresem domenowym www.godweb.org[259]. W 1997 r. chrześcijańskie strony internetowe stanowiły 80% zasobów umieszczonych w sieci poświęconych pięciu największym religiom świata. Łatwo to wytłumaczyć faktem, że największą liczbę użytkowników internetu stanowili wówczas Amerykanie. Rola religijnych witryn skupiała się głównie na prezentowaniu dokumentów wyjaśniających naukę i doktrynę różnych, chrześcijańskich wspólnot wyznaniowych[260].

Niemal od samego początku pojawienia się w internecie tematyki religijnej, obecny był tam także judaizm. Aktywność użytkowników wyznania mojżeszowego objawiała się w różnych formach i postaciach. W pierwotnej formie było to uczestnictwo i wymiana poglądów na listach

[256] C. Helland, *Popular Religion and the World Wide Web. A match made in (cyber) Heaven*, [w:] *Religion Online: Finding Faith on the Internet*, red. L. L. Dawson, D. E. Cowan, New York 2004, s. 35.

[257] H. A. Campbell, *Evangelicals and the internet*, [w:] *Evangelical Christians and Popular Culture. Pop Goes the Gospel*, red. R. H. Woods, Santa Barbara 2013, s. 279.

[258] Wirtualny Kościół rozumiany jest jako wspólnota wiernych zawiązująca się w cyberprzestrzeni.

[259] H. A. Campbell, *When religion meets...*, s. 23.

[260] P. A. Soukup, *IV. Relation of Different Media to Religion. Digital Media*, „Communication Research Trends", 21/ 2, 2002, http://www.questia.com/read/1G1-130933256/iv-relation-of-different-media-to-religion-3-digital [dostęp 17.02.2014].

dyskusyjnych, w późniejszym czasie powstawały strony informacyjne, z których wiele przetrwało do dzisiaj, choć w zmienionej i udoskonalonej formie, wykorzystującej najnowsze osiągnięcia i możliwości technologiczne. Tematyka i funkcjonalność żydowskich witryn jest bardzo zróżnicowana, i mocno związana z odrębnością wyznaniową. Większość stron pełni funkcję informacyjną, odnosi się do tekstów Tory i tradycji religii żydowskiej. Serwisy internetowe w judaizmie doskonale odzwierciedlają aktywność religijną żydów w realnym świecie. Doskonałym tego przykładem może być witryna virtualjerusalem.com, która skierowana jest do wyznawców religii mojżeszowej rozproszonych na całym świecie. Żydzi wykorzystują możliwości internetu do promowania swojego państwa. Na stronach internetowych znaleźć można wskazówki i wytyczne, jak poprawić wizerunek Izraela w świecie, wykorzystując w tym celu media społecznościowe[261].

Ze względu na barierę językową świat muzułmański długo pozostawał poza światową siecią, która w pierwszej fazie swojego funkcjonowania prezentowała treści głównie w języku angielskim, a w mniejszych ilościach we francuskim i hiszpańskim. Inne języki miały swoją śladową wręcz reprezentację, natomiast praktycznie w ogóle nie istniały strony WWW w jakimkolwiek z języków arabskich. W dzisiejszych czasach muzułmanie obecni są w internecie na licznych stronach, blogach, czatach i portalach sieci społecznościowych[262]. Multimedialne aplikacje na komputery i urządzenia mobilne pozwalają studiować Koran w oryginale, lub w jednym z wybranych języków świata. Największe i najbardziej popularne muzułmańskie witryny internetowe, obok ogromnej ilości informacji, wskazówek dotyczących modlitwy, prezentacji multimedialnych, oferują możliwość odbycia wirtualnej pielgrzymki do Mekki[263]. W państwach muzułmańskich, w których ze względu na sytuację polityczno-społeczną

[261] Wytyczne dotyczące zagadnienia przedstawili na http://www.aish.com/jw/me/6-Ways-to-Change-Israels-Image.html [dostęp 17.12.2013].

[262] Warto wspomnieć, że stosunek muzułmanów do wcześniejszych mediów tradycyjnych był odmienny aniżeli przedstawicieli innych religii. W czasie, gdy w Europie Biblia była drukowana w tysiącach egzemplarzy, w krajach arabskich Koran wciąż był przepisywany przez skrybów. Powielanie ręcznie przepisywanej Świętej Księgi wydawało sie muzułmanom rzeczą wręcz bezbożną. Z tych względów pierwsze drukowane egzemplarze Koranu pojawiły się wiele lat później. Por. T. Goban-Klas, *Cywilizacja medialna...*, s. 59-60.

[263] Przykładem jednej z większych, popularnych witryn muzułmańskich jest www.islamicity.com [dostęp 22.12.2013].

ograniczona jest możliwość wypowiedzi, bardzo rozbudowana jest blogosfera[264]. Nie jest tajemnicą, że w internecie funkcjonuje wiele stron propagujących i wspierających *dżihad*. Większość z nich ma bardzo krótką żywotność, bo, po zlokalizowaniu, usuwane są z serwerów. Ale mają ogromną skuteczność, która jest przeliczana na wiele tysięcy wejść w czasie ich krótkiego zaistnienia w sieci[265].

Hinduizm łatwo zadomowił się w internecie, bo wiele cech tej religii niezwykle odpowiada charakterowi cyberprzestrzeni. Związane jest to z kosmologią hinduizmu, o której wspomina *Rygweda*, jeden z ważnych świętych tekstów. Mówi on o istnieniu jedynej, prawdziwej, świętej przestrzeni istniejącej obok przestrzeni realnej. W doskonały sposób wpisuje się to w świat wirtualny[266]. Hinduizm podatny jest na wszelkiego rodzaju zmiany i modyfikacje, co prawdopodobnie wynika z braku centralnej hierarchii kościelnej. Wiąże się z tym aprobata i akceptacja dla wszelkich form rozpowszechniania religii za pomocą nowych mediów[267]. Podobnie chętnie zaznaczają swoją obecność w społecznościach wirtualnych buddyści. Podobnie jak w hinduizmie, rytuały odbywające się w wirtualnych świątyniach są autentyczne i pełnoprawne[268].

* * *

Ostatnie lata XX w. to intensyfikacja dysput o roli internetu w tworzeniu nowych form religijności, charakterystycznych wyłącznie dla wirtualnego świata. Wynikła ona zapewne z coraz bardziej widocznej obecności w sieci internetowej grup neopogańskich i quasi-religijnych

[264] Muzułmańscy blogerzy to głównie młodzi ludzie, dla których blogosfera stanowi sposób na ominięcie ograniczeń swobodnego wyrażania swoich opinii nałożonych przez autorytarne rządy. Blogi w świecie muzułmańskim stanowią jedną z najbardziej otwartych platform komunikacji publicznej. M. Boroujerdi, N. J. Allem, *Islam and the Promenades of Global Media*, [w:] *Rethinking Religion and World Affairs*, red. T. S. Shah, A. Stepan, M. D. Toft, New York 2012, s. 222.

[265] Witryny te umieszczone w pierwotnym miejscu są kopiowane przez użytkowników i umieszczane w wielu nowych miejscach na różnych serwerach. Informacja o nowych lokalizacjach jest szybko rozprowadzana głównie za pośrednictwem popularnych portali społecznościowych G. R. Bunt, *iMuslims.* Rewiring *the house of Islam*, Chapel Hill 2009, s. 199.

[266] P. Siuda, *Religia a internet...*, s. 230.

[267] K. Walotek-Ściańska, M. Szyszka, A. Wąsiński, D. Smołucha, *New media in the social spaces. Strategies of influence*, Praha 2014, s. 93.

[268] P. Siuda, *Religia a internet...*, s. 235.

wspólnot. Pomimo obaw, jakie wzbudzały one wśród przywódców Kościołów chrześcijańskich, przyznać należy, że ówczesna rewolucja technologii komputerowych przyniosła chrześcijanom wiele wymiernych korzyści. Wierni uzyskali dostęp do informacji i dokumentów dotyczących teologii i historii Kościoła, zacieśnili kontakty z parafiami, śledząc na bieżąco ogłoszenia na ich internetowych stronach. W internetowej ofercie dostępne także były teksty biblijne i modlitwy.

U schyłku XX w. Christopher Helland dokonał wspomnianego już podziału religijnych stron internetowych na dwie kategorie: religię w sieci i sieciową religię. Główną osią rozdzielającą je była odpowiedź na pytanie, czy witryna internetowa skupia się na przeżywaniu religii wyłącznie w sieci, czy propaguje i zaprasza do udziału w doświadczeniach i przeżyciach religijnych we wspólnocie istniejącej także w rzeczywistym świecie. Religia w sieci odnosi się do tych stron internetowych, które dostarczają tylko informacji, nie umożliwiając interakcji. Ogólnie rzecz biorąc, religia w sieci jest dostosowana do tradycyjnej formy komunikacji jeden-do-wielu, w związku z czym zachowuje pełną kontrolę nad systemem wierzeń, nie dopuszczając do dowolnej ich interpretacji[269]. W tym sensie religia w sieci wiąże się z wykorzystaniem internetu dla potrzeb informacyjnych, edukacyjnych i promocyjnych instytucji kościelnej[270]. Za pośrednictwem stron tego typu prowadzona jest także działalność charytatywna.

Sieciowa religia oferuje dużą autonomię w podejmowanej aktywności internautów, cechuje się dużym stopniem interakcji pomiędzy użytkownikami i umożliwia współtworzenie treści. Traktuje ona przestrzeń w internecie jako locum religijnych i duchowych praktyk, najczęściej nie odnosząc się do instytucji istniejącej w rzeczywistym świecie. Sieciowa religia zaprasza użytkowników do udziału w religijnym wymiarze życia za pośrednictwem internetu. Oferuje liturgię, modlitwy, obrzędy[271], medytację. Natomiast sama cyberprzestrzeń przejmuje funkcję

[269] K. Cho, *New Media and Religion...,* http://www.thefreelibrary.com/New+media+and+religion%3A+observations+on+research.-a0252449215. [dostęp 13.03.2014].

[270] Typową witryną wpisującą się w tę kategorię jest oficjalna strona Stolicy Apostolskiej, dostępna pod adresem. http://www.vatican.va.

[271] W pracy wielokrotnie będą wykorzystywane pojęcia: obrzęd, rytuał, ceremonia. Rytuał to zespół czynności stanowiących formę zewnętrzną społecznie doniosłego aktu religijnego, uroczystości, itp. Jest to ustalony, niezmienny sposób dokonywania czynności kultowych. Obrzęd jest zespołem czynności wyłącznie obyczajowych. Głównym celem obrzędu jest manifestowanie faktu realizacji, respektowania danych wartości kulturowych, lub komunikowanie faktu, że dana jednostka zmienia przynależność do danej grupy społecznej (np. obrzędy przejścia związane ze zmianą stanu cywilnego: zaręczyny, uczta weselna, oczepiny). Ceremonia natomiast to rodzaj obrzędu świeckiego, o pozytywnym wydźwięku, ma uroczysty charakter. Obrzęd i ceremonia to działania głęboko

świątyni (np. kościoła, synagogi, meczetu), które istnieją tylko w sieci[272]. Najczęściej witryny należące do kategorii sieciowej religii cechuje duży stopień interakcji, natomiast strony skategoryzowane jako religia w sieci zwykle dostarczają tylko informacji, nie umożliwiając interakcji.

Komunikacja na stronach sieciowej religii opiera się na otwartym i równorzędnym uczestnictwie wszystkich użytkowników[273]. Sieciowa religia w pewnym sensie przypomina sytuację z doby reformacji kiedy to Kościół rzymski jako instytucja utracił przywódczą rolę w kontrolowaniu praktyk religijnych. Wierni uzyskując szeroki dostęp do drukowanego Słowa Bożego, mogli samodzielnie je zgłębiać bez pośrednictwa duchownych. Być może reformacja nie odniosłaby takich sukcesów gdyby kilkadziesiąt lat wcześniej Jan Gutenberg nie wynalazł ruchomej czcionki[274]. Główny ideolog reformacji Marcin Luter głosił, iż niezwykle ważne jest, aby wierni indywidualnie zagłębiali się w lekturę Pisma Świętego. Postulat ten nie mógłby zostać spełniony, gdyby nie pojawiła się możliwość kopiowania pisma na masową skalę. Od tego czasu każdy mógł obcować ze Słowem Bożym, bez pośrednictwa instytucji kościelnych i osób duchownych[275]. Rozpowszechnienie druku, chociaż przyniosło wiele pozytywnych przemian kulturowych i społeczno-ekonomicznych, w niewątpliwy sposób przyczyniło się do trwającego do dzisiaj rozłamu w Kościele[276].

Religia w sieci i sieciowa religia nie muszą jednak stać w opozycji do siebie, mogą współistnieć łącząc rolę informacyjną z religijnymi praktykami modlitewnymi. Potwierdzają tę tezę przeprowadzone badania, które wykazują, że chociaż wiele stron można przypisać do jednej z tych dwóch kategorii, to jednak większość stron religijnych z powodzeniem łączy obydwa

---

symboliczne, są pochodną od mitów, tradycji, systemu wierzeń, wzorów kultury. Zachowania obrzędowe można rozpoznać, zrozumieć w szerokim kontekście funkcjonowania kultury. Por. J. Grad, *Obyczaj-system komunikacji symboliczno-kulturowej*, [w:] „LUD - Organ Polskiego Towarzystwa Ludoznawczego", 67, 1983, s. 98, 102, 108.

[272] G. Young, *Reading and Praying Online. The Continuity in Religion Online and Online Religion in Internet Christianity*, [w:] *Religion Online: Finding Faith on the Internet*, red. L. Dawson, D. E. Cowan, New York 2004, s. 94.

[273] C. Helland, *Online religion...*, s. 5.

[274] Por. J. Kloch, *Sacrum i profanum w internecie*, 1997, http://www.computerworld.pl/artykuly, 290105_1/ Sacrum.i.profanum.w.internecie.html [dostęp 2.11.2013]; Zob. także A. Baczyński, *Media jako dobro – ewolucja stanowiska Kościoła*, [w:] *Dobro w mediach. Z cienia do światła*, red. A. Baczyński, M. Drożdż, Tarnów 2012, s. 282.

[275] E. Eisenstein, *The Printing Press as an Agent of Change*, t. 1, Cambrige 1979, s. 319.

[276] R. I. J. Hackett, *Religion and the Internet*, „Diogenes", 53, 2006, s. 67.

konteksty. Efekt ten szczególnie nasilił się w czasie ostatnich kilkunastu lat, kiedy to w wyniku rozwoju technik multimedialnych radykalnie wzrósł stopień interaktywności serwisów WWW[277]. Cechy charakterystyczne dla stron sieciowej religii, które wcześniej utożsamiane były głównie z witrynami neopogańskimi, są już dzisiaj normą także w odniesieniu do stron chrześcijańskich.

* * *

Dawno już minęły czasy gorących dysput i na tematy religijne w obrębie poszczególnych wyznań chrześcijańskich i pomiędzy nimi. Współcześni chrześcijanie rzadko toczą spory na tematy religijne. Jak można przypuszczać nie jest to przejaw gloryfikowanej w ostatnich latach „tolerancji", ale raczej małego zainteresowania kwestiami teologicznymi, przy skromnej i ograniczonej wiedzy wiernych dotyczącej tej tematyki[278]. We współczesnym świecie ludzie wykazują coraz mocniejszą tendencję do samodzielnej interpretacji kwestii teologicznych, chcą przy tym praktykować wiarę w sposób, w jaki uznają za słuszny, wygodny i zaspokajający ich indywidualne potrzeby. Automatycznie pociąga to za sobą osłabienie religii instytucjonalnej[279].

Doskonale w rzeczywistości wirtualnego świata odnalazły się nowe ruchy religijne. Promując swoją ideologię i „nową teologię" odpowiadają na zapotrzebowanie współczesnego człowieka nakierowanego na indywidualizm. Ludzie przenosząc część swojej aktywności religijnej do świata wirtualnego stają się poszukiwaczami religijnymi. Człowiek śmiertelny nie chce umierać, a nowe ruchy religijne obiecują niejako „oddramatyzowany", lepszy świat. Nie straszą piekłem ani sądem ostatecznym a zmartwychwstanie zastępują reinkarnacją[280]. Tak skonstruowana wizja końca ziemskiego bytowania szczególnie pociąga ludzi, których moralne i etyczne zasady dopiero kształtują się, a więc ludzi młodych, którzy stanowią liczną grupę

[277] C. Helland, *Online religion...*, s. 2-3.

[278] Można przytoczyć wiele przykładów tematów polemik, które niegdyś były udziałem świeckich wiernych, a dzisiaj toczone są jedynie w kręgach teologów. Dysputy te dotyczą np. pochodzenia Ducha Świętego, interpretacji grzechu pierworodnego, zstąpienia Jezusa do piekieł, dogmatów Maryjnych, czyśćca i jego obecności na kartach Nowego Testamentu. L. Kołakowski, *Czy już w po-chrześcijańskim czasie żyjemy?*, [w:] *Sacrum i kultura. Chrześcijańskie korzenie przyszłości*, red. S. Sarek, Lublin 2000, s. 45-47.

[279] P. Siuda, *Cyberreligia – powstanie religijnych społeczności wirtualnych*, [w:] *Com.unikowaie w zmieniającym się społeczeństwie*, red. M. Niezgoda, M. Świątkiewicz-Mośny, A. Wagner, Kraków 2010, s. 290.

[280] Por. P. Poupard, *Pomiędzy barbarzyństwem a nadzieją*, [w:] *Sacrum i kultura. Chrześcijańskie korzenie przyszłości*, red. S. Sarek, Lublin 2000, s. 20-21.

odbiorców sieciowej religii. Wiele nowych ruchów religijnych stanowi szeroki nurt poszukiwań duchowych, a ich oddziaływania rozpatrywać należy w kontekście społeczno-kulturowym[281].

Łatwość tworzenia i dystrybucji informacji pozbawionej kontroli sprawia, że w internecie mają szansę zaistnieć osoby, których merytoryczne i moralne kompetencje nie pozwoliłyby im uaktywnić się w `jakiejkolwiek grupie funkcjonującej w rzeczywistym świecie[282]. Prowadzą oni religijną propagandę powołując się na własne doświadczenia, duchowe wizje i natchnione pragnienia. Często przy tym kontestują religię i kulturę, w ramach której zostali wychowani. Tworzą nowe quasi-religijne hybrydy i korzystając z dobrodziejstwa internetu, wkraczają na ogromny rynek informacji, jakim jest ogólnoświatowa sieć komputerowa. Nowe ruchy religijne, które nie miałyby szansy zaistnieć w tradycyjnych mediach w internecie znajdują swoje miejsce i nowych wyznawców. Chociaż brzmi to nieco paradoksalnie, dzięki popularności tego rodzaju hybryd religijnych socjologowie mogą objąć badaniami procesy, które wydawałoby się, wykluczają się wzajemnie: postępującej laicyzacji i wzrostu poziomu religijności we współczesnym świecie[283].

2.2 Religia, media, kultura

Z punktu widzenia socjologii religię należy rozpatrywać w dwóch, równolegle istniejących aspektach. Pierwszy z nich odnosi się do religii zinstytucjonalizowanej, drugi natomiast skupia się na wiernych, którzy w pewien sposób, niezależny od oficjalnych instytucji tworzą nieformalną wspólnotę mniej lub bardziej licznych społeczności. W internecie można odnaleźć obydwa oblicza religii, zarówno tej zinstytucjonalizowanej, jak i związanej z mniej formalnymi grupami, które można nazwać wirtualnymi wspólnotami religijnymi[284].

[281] Niektóre z nich, jak na przykład popularny w ostatnich dwóch dekadach XX w. ruch New Age, są bardziej ruchem kulturowym, aniżeli religijnym. J. Mariański, *Sekularyzacja a nowe formy religijności*, „Roczniki Nauk Społecznych", 37/1, 2009, s. 61; Więcej na temat ruchu New Age czytaj w M. Einstein, *Brands of Faith. Marketing Religion in a Commercial Age (Media, Religion and Culture)*, London 2008, s. 197-200.

[282] J. Morbitzer, *Od „homo sapiens" do „homo computerus"*, „Konspekt", 4, 2000, wersja on-line, http://www.wsp.krakow.pl/konspekt/konspekt4/homo.html [dostęp21.12.2013].

[283] M. Zdrodowska, *Niecne memy...*, s. 194.

[284] P. Siuda, *Socjologiczne spojrzenie na związek internetu z religią*, [w:] *Rola informatyki w naukach ekonomicznych i społecznych*, red. K. Grysa, Kielce 2008, s. 117-118.

Zwolennicy teorii zakładającej że media działają przeciwko religii wysuwają tezę, według której obrazowo-wizualna natura mediów cyfrowych odziera religię z duchowości i sprowadza ją do pełnienia roli rozrywki według zasady: *Gdy słowo przegrywa z obrazem, budzą się wszelkie demony wrogie religii, i w ogóle kulturze racjonalnej*[285]. Nie powinno się jednak przeceniać wpływu jakichkolwiek mediów jako katalizatora przemian religijnych. Faktem jest, że media przekazują swoje komunikaty do odbiorców, których światopogląd jest już w mniejszym, bądź większym stopniu, ukształtowany. Ponadto mówić o religii w epoce zdominowanej przez media należy ze świadomością, że religia zawsze była nierozerwalnie związana z procesem komunikowania się[286].

Liesbet van Zoonen na podstawie przeprowadzonych w ciągu wielu lat badań sformułowała paradygmat oparty na wzajemnym podobieństwie mediów i religii. Religia sama siebie postrzega jako medium, które pozwala na komunikację pomiędzy ludźmi a światem duchowym. W skład takiego medium wchodzą teksty i obrazy, ale również różnorodne symbole. Podobnie media przejawiają wiele cech, które przypisywane są religii. Jedną z głównych jest stosowanie tych samych metod, co religia w celu osiągnięcia większej wiarygodności. Z kolei naukowcy promujący paradygmat oparty o różnice pomiędzy istotą religii i mediów wyrażają opinię, że właśnie skala różnic jest najbardziej istotną częścią ich związku, który wpływa na ich wzajemne oddziaływanie. Odmienność, o której mowa, wynikać ma głównie z promowania przez media atrakcyjnych i rozrywkowych treści, które pozostają w opozycji do systemu wartości promowanych przez Kościół[287]. Rozróżnienie obu pojęć nie oznacza bynajmniej ich rozdziału. Kultura odnosi się do sfery materialnej, a religia do sfery pozamaterialnej. Relacja z Bogiem warunkowana jest relacją do siebie i otaczającej rzeczywistości, stąd akt kulturowy stanowi preludium do aktu religijnego[288]. Nie da się określić tożsamości kulturowej bez odwołania się do wyznawanej religii. Religię i media, jako zjawiska współistniejące ze sobą, należy rozpatrywać w kontekście kulturowym, w którym są mocno osadzone[289].

---

[285] J. Majewski, *Religia, media, mitologia*, s. 34-35.

[286] S. Hoover, *The Culturalist Turn in Scholarship on Media and Religion*, „Journal of Media and Religion", 1/1, 2002, s. 26.

[287] Por. V. Khroul**,** *Media and Religion...*, s. 197-199.

[288] W. Kawecki, *Próba diagnozy współczesnej...*, s. 143-156.

[289] P. Horsfield, P. Teusner, *A Mediated Religion. Historical Perspectives on Christianity and the internet*, „Studies in world Christianity", 13/3, 2007, s. 279.

2.3 Cyberkościoły – od rozrywki do nowych przestrzeni religijnych

Wykorzystanie tradycyjnych mediów w tworzeniu i rozpowszechnianiu informacji wiąże się z dużymi kosztami (materiały drukarskie, opłata za czas antenowy, sprzęt: maszyny drukarskie, kamery itp.). Dystrybucja informacji w nowych mediach wymaga jedynie komputera lub innego urządzenia posiadającego dostęp do internetu, oraz podstawowych umiejętności publikowania informacji. Nowe media to nie tylko przekaz informacji, ale także budowanie społeczności. Ze względu na swój charakter nowe media są znacznie bardziej dostępne niż tradycyjne. Zapewniają one każdemu kto ma dostęp o internetu możliwość wyrażania swoich przekonań i podejmowanie interakcji z innymi użytkownikami sieci. To sprawia, że internet umożliwia katechizację i działalnośś duszpasterską w skali jaka nie była osiągalna przez żadne wcześniejsze medium.

Internet jest wykorzystywany jako miejsce duchowych spotkań i próśb o wsparcie modlitewne oraz płaszczyzna dzielenia się spostrzeżeniami i przemyśleniami na temat wiary.. Internet może być też postrzegany jako technologia dla afirmacji własnej religijnej społeczności lub wzmocnienia więzów pomiędzy członkami wspólnoty. Tym celom służą już nie tylko witryny WWW, poczta e-mailowa, ale obecnie także sieci społecznościowe. Internet to sposób „przynoszenia Kościoła do domów". Kościoły i kaplice online szeroko otwarły wrota dla niewierzących lub osób związanych z innymi tradycjami religijnymi. Wielu z tych, którzy w rzeczywistym świecie nigdy nie przekroczyliby progów chrześcijańskiej świątyni w innym, niż co najwyżej turystycznym celu, w internecie mogą poznać święte miejsca chrześcijan i zapoznać się z misją Kościoła[290].

Za pośrednictwem internetu można poznać także ofertę religijną, która daleko odbiega od nauki i doktryny tradycyjnych religii. W sieci funkcjonuje wiele stron propagujących tak zwaną „banalną religię"[291]. Jest ona zwana także religią prześmiewczą, które to pojęcie dokładniej

[290] H. A. Campbell, *Evangelicals and the internet...*, s. 282-183.

[291] Banalna religia nie jest domeną jedynie internetu, pojawia się także w kontekście innych mediów. Do tej kategorii należą gry komputerowe, takie jak *World of Warcraft*, książki z serii *Zmierzch* Stephenie Meyer i szczególnie popularna w ostatnich latach seria książek J. K. Rowling *Harry Potter*. Podobnie dużą popularnością cieszyły się książki Dana Browna *Kod Leonarda da Vinci* i *Anioły i Demony*, oraz seriale filmowe takie jak jak *Z Archiwum X*. Relacje na linii religia – literatura i film nie są zjawiskiem nowym. Historia zna przypadki, w których

precyzuje intencje ich twórców. Niektóre projekty owych pseudoreligii mogą pochwalić się zaawansowaną i rozbudowaną grafiką i elementami interaktywnymi. Termin *banalna religia* został wprowadzony do literatury przedmiotu przez Stiga Hjarvarda w celu ukazania, jak media są w stanie przedefiniować pojęcia religijne. W *banalnej religii* mieszają się symbole religijne, słowa modlitwy z elementami religii ludowej i świata fantazji. Istotną rolę w tworzeniu atmosfery pełnią czarne koty, trolle, wampiry i inne fantastyczne postacie. Zazwyczaj banalnej religii towarzyszą spektakularne efekty takie jak błyskawice, grzmoty, emocjonalna, nastrojowa muzyka. Płytki, ale jakże chwytliwy poprzez swoją pozorną atrakcyjność kolaż powstaje zwykle z pomieszania różnych, często nawet wykluczających się tradycji. Słabą stroną banalnej religii jest brak opracowanej spójnej propozycji religijnej. Jej siłą jest umiejętne oddziaływanie na emocje[292]. Jedną z pierwszych tego typu religii, które znalazły swoje miejsce w internecie był dyskordianizm, kult, którego początki datują się na 1957 r. Wyznawcy kultu, dyskordianie, sprzeciwiają się tradycji i autorytetom. Strony związane z kultem i jego odmianami poczęły mnożyć się w szybkim tempie, szczególnie w pierwszych latach XXI w. [293]

Szczególny rodzaj prześmiewczych religii powstał w oparciu o deizację elementów technologii lub aplikacje. Sztandarowy przykład stanowi *Kościół Google*, w którym wyszukiwarka internetowa staje się obiektem religijnego kultu w myśl zasady: *Google wie wszystko, a zatem jest Bogiem*. Tym samym system informatyczny staje się ucieleśnieniem bóstwa, jako system wszechwiedzący i odnajdujący odpowiedź na wszelkie pytania. Przypadek ten jest jednym z przejawów oddziaływania cyberkultury na współczesne społeczeństwo[294]. Na stronie internetowej *The Church of Google* zamieszczona została lista dziewięciu dowodów, które jakoby świadczą o boskości tejże wyszukiwarki. I choć rzecz należy traktować

zwieńczeniem konfliktu było nałożenie na autora dzieła ekskomuniki lub kary więzienia. Dzisiaj takie rozwiązania należą już do rzadkości, ale dysputy związane z profanacją świętości w utworach literackich wciąż odbywają się w gorącej atmosferze. J. Kaščáková, *Harry, Frodo, and the religion at the time of changes*, „Space – Society – Economy", 7, 2005, s. 73.

[292] S. Hjarvard, *The mediatisation of religion...*, s. 126-129.

[293] Dyskordianizm związany jest z kultem greckiej bogini Eris (której odpowiednikiem była rzymska Discordii), bogini niezgody, konfliktów i chaosu, rozumianego jako „szczęśliwa anarchia", wolność, niczym nieskrępowana kreatywność i śmiech. D. Chidester, *Authentic fakes. Religion and American popular culture*, Berkeley 2005, s. 197-198; Zob. także T. Alberts, *Virtually Real. Fake religions and Problems of Authenticity in Religion on the Internet*, „Routledge", 9/2, 2008, s. 126-127.

[294] R. Ilnicki, *Bóg cyborgów. Technika i transcendencja*, Poznań 2011, s. 76-77.

z przymrużeniem oka, to jednak w pewnym sensie przykłady takie stanowią przyczynek do refleksji, czym dla współczesnego człowieka jest internet[295].

Strony wirtualnych kościołów cieszą się popularnością, a religie alternatywne, choć wydawałoby się, że kompletnie pozbawione sensu w swoich założeniach, zyskują wyznawców na całym świecie[296]. O tym, że stanowią parodie instytucjonalnych Kościołów świadczą już choćby ich nazwy: *Church of Virus, Church of the Flying Spaghetti Monster*, czy też *Church of St Pixel*[297]. Członkowie zawiązujących się wokół nich wspólnot kreują własne tożsamości, które zazwyczaj nie mają pokrycia z ich sylwetkami w realnym świecie[298]. Zjawisko powstawania tych pseudo-Kościołów, które wydaje się nie mieć historycznego precedensu określić można jako *trollowanie wierzących*. Jako zjawisko e-religijności mieści się ono w kategorii satyry religijnej[299].

Wraz z wprowadzeniem w 1995 r. Virtual Reality Modeling Language (VRML), jako komercyjnego standardu, internet wkroczył w erę trzeciego wymiaru. Kilka miesięcy później mała firma z San Francisco, *Worlds Incorporated*, opracowała *WorldsChat*, trójwymiarowe środowisko graficzne. Użytkownicy internetu zyskali możliwość zaprojektowania awatara, graficznego elementu symbolizującego ich w wirtualnym świecie[300]. Aktywności, które użytkownicy podejmowali w sieci wiernie naśladowały te obecne w rzeczywistym świecie. Wirtualne światy stały się popularnym miejscem spotkań towarzyskich, a także eksperymentów, w tym także religijnych. Internetowe wspólnoty wirtualnych kościołów, banalne religie

[295] M. Kania, *Poszerzenie widziane poprzez sieciowe doświadczenia seksualne*, [w:] *Zwrot cyfrowy w humanistyce. internet/Nowe media/Kultura 2.0*, red. A. Radomski, R. Bomba, Lublin 2013, s. 186.

[296] Por. R. Dawkins, *The God Delusion*, Boston – New York 2006, s. 53. (wydanie w j. polskim *Bóg urojony*, tłum. P. Szwajcer, Warszawa 2007).

[297] Szerzej na temat „Church of the Flying Spaghetti Monster" zob. G. D. Chryssides, *Historical Dictionary of New Religious Movements*, Lanham 2012, s. 92; Cowan Douglas E., *Religion on the Internet*, [w:] *The SAGE Handbook of the Sociology of Religion*, red. J. A. Beckford, N. J. Demerath, London 2007, s. 360-361; Strony internetowe wspomnianych ruchów http://www.churchofvirus.org [dostęp 16.06.2013], http://www.venganza.org [dostęp 16.06.2013], http://www.stpixels.com [dostęp 16.06.2013]. Strona polskich wyznawców Kościoła Latającego Potwora Spaghetti dostępna pod adresem: http://www.kosciol-spaghetti.pl [dostęp 16.06.2013]; Więcej na temat prześmiewczych religii zob. D. Chidester, *Authentic fakes...*, s. 205-208.

[298] E. Barker, *In and out of place...*, s. 249.

[299] M. Kamińska, *Niecne memy...*, s. 207.

[300] B. Damer, *Inhabited Virtual Worlds. A New Frontier for Interaction Design*, http://www.ccon.org/papers/interart2.html [dostęp 17.07.2013].

wprowadzające użytkownika w fascynujący świat fantastycznych przygód kojarzonych bardziej z filmami *science fiction* aniżeli z pobożnością, należą do rzeczywistości sieciowej. Stanowią one interesujący fenomen, obszar zainteresowań badaczy religii i mediów.

Typowym przykładem zrealizowanej w technologii 3D gry o tematyce religijnej jest powstały w 2003 r. z inicjatywy brytyjskiego portalu satyrycznego *Ship of Fools*[301] projekt o nazwie *The Ark*[302]. Dwunastu graczy wcieliło się w role biblijnych postaci, i przez 40 dni i nocy na pokładzie wirtualnej arki prowadzili rozmowy, podejmowali dysputy o różnej, nie tylko religijnej tematyce. Wykonywali też oni ustalone w scenariuszu gry i zadania. Każdego dnia losy uczestników śledziło na stronie gry około 4 tysiące internautów. Gra osiągnęła ogromny sukces ze względu na emocjonalny charakter i realizm. Internauci przyjęli z entuzjazmem ideę wspólnych modlitw i czytania biblii w wirtualnej rzeczywistości. *The Ark* zainspirował jego twórców do opracowania kolejnego projektu, którym miał być wirtualny kościół. Uczestnicy tego przedsięwzięcia mieli online wykonywać podobne aktywności, jakie podejmuje się w realnej świątyni[303].

W tym samym roku powstała platforma *Second Life*, która rozgrywa się w komputerowej symulacji rzeczywistego otoczenia człowieka. Jej uczestnicy wcielają się w różne role społeczne, toczą alternatywne życie podejmując aktywność podobną do tej z realnego świata. Zawierają przyjaźnie, zakładają rodziny, kupują wirtualne towary płacąc wirtualną walutą. Dokonują tego za pośrednictwem graficznych awatarów, elementów reprezentujących ich w wirtualnej rzeczywistości. Gracze mogą modyfikować zarówno wygląd swojego awatara, jak i otoczenia. Niektóre elementy wirtualnej przestrzeni są wiernym odbiciem obiektów z realnego świata. Z perspektywy socjologii wirtualne środowisko *Second Life* stanowi przykład częściowo sztucznego społeczeństwa. W grze obserwuje się całą gamę zachowań, procesów i relacji charakterystycznych dla prawdziwego świata[304]. Twórcy *Second Life* wyszli z założenia, że wszystko, co jest dostępne w świecie offline może zostać odtworzone w internecie. Stąd też

[301] http://churchoffools.com [dostęp: 9.07.2013].

[302] http://ark.saintsimeon.co.uk [dostęp 17.07.2013].

[303] S. Jenkins, *Rituals and pixels. Experiments in online church*, „Online – Heidelberg Journal of Religions on the Internet", 3.1, 2008, s. 98-100.

[304] Ł. Afełtowicz, K. Pietrowicz, *Koniec socjologii, jaką znamy, czyli o maszynach społecznych i inżynierii socjologicznej*, „Studia Socjologiczne", 190/3, 2008, s. 50; Zob. także M. Hopfinger, *Literatura i media...*, s. 274-278; A. Keen, *Kult amatora...*, s. 152-153.

religia w *Second Life* odgrywa tak ważną rolę[305]. Wirtualna rzeczywistość *Second Life* i innych projektów rozgrywających się w cyberprzestrzeni umożliwia użytkownikom szereg aktywności religijnych w świątyniach i miejscach kultu związanych z każdą tradycyjną religią[306]. Wierni różnych wyznań mogą odwiedzać swoje świątynie. Religia przedstawiana jest w taki sposób, aby każdy mógł w niej odnaleźć jakiś czynnik, z którym się identyfikuje[307]. Obok chrześcijańskiego kościoła *Church of the Living God*, w wirtualnej przestrzeni na przyjęcie wiernych oczekuje więc także meczet, synagoga oraz buddyjska i hinduistyczna świątynia[308].

W kwietniu 2004 r. we wnętrzu ogromnej katedry wzniesionej w wirtualnej przestrzeni *Second Life* została odprawiona katolicka msza. Jej celebracja nie odbyła się za wiedzą i akceptacją hierarchów Kościoła katolickiego, a zatem jej odprawienie można uznać za nielegalne. Rafin Grimm, budowniczy kościoła i celebrans nabożeństwa, przyznał, że głównym jego celem nie była próba nakłonienia uczestników mszy do konwersji na katolicyzm, ale przedstawienie im celebry katolickiej mszy[309].

W 2007 r., czasie największej popularności gry, do wirtualnej krainy *Second Life* wkroczyli włoscy jezuici. Pierwsi jezuici przemierzali m.in. amerykańskie dżungle i głosili Dobrą Nowinę na rozległych terenach środkowej Azji i Chin. Współcześni uznali, iż nadszedł już czas, aby ze swoim nauczaniem wkroczyć w wirtualny świat cyberprzestrzeni. Ich decyzja była podyktowana przekonaniem, że za każdym z awatarów może być ukryty człowiek, który poszukuje Boga. Awatary jezuickich misjonarzy krążyły po wirtualnych ścieżkach wśród innych awatarów, które choć zbudowane z pikseli, to kryły za swym graficznym wizerunkiem prawdziwych ludzi. Obecność w tej przestrzeni jezuitów miała także służyć uświadamianiu graczom granicy pomiędzy obydwoma rzeczywistościami, która póki co, zgodnie z doktryną Kościoła

[305] H. A. Campbell, *Evangelicals and the internet...*, s. 280.

[306] F. Vecoli, *La religione ai tempi...*, s. 5.

[307] Znalezienie wspólnego mianownika dla wiernych różnych wyznań, w celu konsolidacji społeczności graczy nie jest wybiegiem nowym, stosowanym dopiero w grach komputerowych. Wystarczy wczytać się w treści przemówień kolejnych prezydentów Stanów Zjednoczonych, w których odniesienia religijne są zawarte w tak szerokim zakresie, aby trafiały do każdego, niezależnie od wyznania. Brak odniesienia do jednej, wybranej religii, oznaczał brak odniesienia się do Jezusa Chrystusa, Mojżesza, chrześcijaństwa czy Kościoła katolickiego. Jedynym odniesieniem było użycie pojęcie Boga, słowa, które prawie wszyscy Amerykanie mogli zaakceptować. R N. Bellah, *Civil Religion in America*, „Journal of the American Academy of Arts and Sciences", 96/1, 1967, s. 1.

[308] K. Jarkiewicz, *Wirtualna rzeczywistość w polskim Internecie*, „Perspektywy Kultury", 7, 2013, s. 47.

[309] S. Jenkins, *Rituals and pixels...*, s. 99.

katolickiego, nie uległa przesunięciu. *Second Life*, jest tylko grą, a nie drugim, równoległym światem. Klękanie do modlitwy, medytacja, czy uczestnictwo w wirtualnym nabożeństwie nie ma wiele wspólnego z wyrażaniem pobożności w rzeczywistym świecie.[310].

Medialny sukces wirtualnego świata *Second Life* przyczynił się do powstania kolejnego projektu. W 2004 r. zainaugurował swoją działalność *Church of Fools*[311]. Kościół ten miał być aktywny przez trzy miesiące, jednak w związku z ogromną popularnością, jego funkcjonowanie przedłużono do czterech miesięcy. Interaktywne nabożeństwo miało być odprawiane raz w tygodniu, ale ze względu na zainteresowanie projektem częstotliwość nabożeństw zwiększono do kilku dziennie[312]. Użytkownik po zaadaptowaniu awatara, który miał go reprezentować, wchodził do wirtualnego kościoła, trójwymiarowej gotyckiej świątyni[313]. Mógł w niej podejmować aktywność podobną do tej praktykowanej w rzeczywistym świecie: modlić się, zwiedzać świątynię, zasiadać w kościelnej ławie, w odpowiednich momentach przyjmować postawę stojącą, podnosić ręce w geście uwielbienia Boga, wygłaszać modlitwy, a nawet wykonywać czynności niewiele mające wspólnego z nabożnym charakterem uroczystości, takie jak rozmowa z sąsiadami siedzącymi obok w ławce[314].

[310] J. Kloch, *Zastosowania najnowszych technologii 2.0 w Kościele*, [w:] *Media w Kościele i Kościół w mediach*, red. M. Przybysz, J. Kloch, Katowice 2012, s. 87-88.

[311] *Churf of Fools* - z j. ang. Kościół Głupców.

[312] S. Heidbrink, N. Miczek, *Religions on the Internet – Aesthetics and the Dimensions of the Senses*, „Online – Heidelberg Journal of Religions on the Internet", 4.1, 2010, s. 6; Zob. także http://www.ft.com/cms/s/0/ceae9c60-3ba8-11dc-8002-0000779fd2ac.html [dostęp 16.11.2014].

[313] W żadnym dokumencie Stolicy Apostolskiej nie zostało użyte określenie „wirtualny Kościół". Prawdopodobnie chodzi o to, aby uniknąć wrażenia, że możliwe jest zbudowanie Kościoła za pomocą kontaktów elektronicznych. Por. A. Draguła, *Ecclesia electronica? Internet a mistyczne Ciało Chrystusa*, „Więź", 8-9, 2002.

[314] N. Miczek, *Online Rituals in Virtual Worlds. Christian Online Services between Dynamics and Stability*, „Online – Heidelberg Journal of Religions on the Internet", 3.1, 2000, s. 145.

Ilustracja 3. *Kadr z wnętrza świątyni zbudowanej w ramach projektu wirtualnego Kościoła Churf of Fools*



Źródło: *http://www.churchoffools.com/news-stories/04_2D_church.html*

Twórcy *Churf of Fools* wyjaśniali powstanie projektu chęcią stworzenia środowiska, w którym ludzie mogliby osiągnąć duchowe skupienie i poczuć bliskość Boga oraz innych członków wspólnoty wiernych. Projekt skierowali także do tych, którzy nigdy nie przekroczyli progu prawdziwego kościoła. Ich intencją było, aby ludzie ci mogli poznać chrześcijańskie misterium, zwyczaje i obrzędy[315].

Po zakończeniu projektu została przeprowadzona ankieta online, w której użytkownicy zostali poproszeni o wyrażenie swojej opinii. W ankiecie wzięło udział 2400 internautów. Ponad 58% użytkowników odwiedzających witrynę stanowili mężczyźni, co prawdopodobnie odzwierciedla tendencję, że użytkownikami gier komputerowych są częściej mężczyźni (projekt technologicznie przypominał grę komputerową). Niemal 40% uczestników projektu stanowili tzw. wierzący niepraktykujący, którzy odwiedzają świątynię jedynie z okazji największych świąt kościelnych takich, jak Boże Narodzenie, Wielkanoc lub biorą udział w celebracjach związanych z uroczystościami ślubnymi, pierwszokomunijnymi, lub chrztem[316].

Twórca wirtualnego kościoła, Simon Jenkins, twierdził, że jednym z głównych powodów powołania i wdrożenia do życia projektu było szukanie odpowiedzi na pytanie, czy religijna aktywność w internecie odpowiada na zapotrzebowanie wiernych, szukających swojego miejsca kultywowania pobożności[317]. Statystyki, które potwierdzały ogromne zainteresowanie internautów tą formą religijnej samorealizacji przez niektórych badaczy zostały zinterpretowane

[315] S. Jenkins, *Rituals and pixels...*, s. 100.

[316] Tamże, s. 113.

[317] K. Cho, *New Media and Religion...*, http://www.thefreelibrary.com/New+media+and+religion%3A+observations+on+research.-a0252449215. [dostęp 14.09.2014].

jako zapowiedź, że pobożność w wirtualnym wydaniu stanowi przyszłość religijnej aktywności. Są to chyba jednak zbyt daleko idące wnioski, jako że analizie zostały poddane liczby świadczące o wielkim powodzeniu projektu, ale brakowało informacji, jaką część tej licznej grupy stanowi użytkownicy, którzy aktywnie uczestniczą w życiu wspólnoty religijnej poza siecią. Zbyt krótki był także czas trwania eksperymentu, aby wnioski z jego przeprowadzenia mogły być podstawą do sformułowania wiarygodnych ustaleń. Uznać należy jednak wartość badawczą projektu, którego celem była próba oceny czy, i w jakim stopniu wirtualny kościół może dostarczyć wiernym autentycznych duchowych doświadczeń[318].

Wirtualne świątynie i wspólnoty zawiązujące się w internecie budziły niepokój tradycyjnych instytucji kościelnych, które obserwując ogromny sukces medialny kolejnych projektów obawiały się przenoszenia przez grupy wiernych religijnej aktywności do cyberprzestrzeni. Badanie podjęte pod koniec XX w. wykazały jednak, że członkowstwo w religijnych wspólnotach w sieci nie przekłada się na porzucanie przez wiernych rzeczywistych wspólnot. Co więcej, większość internautów chowających swoją tożsamość pod awatarami na pierwszym miejscu w kategoriach wartości aktywności religijnych stawiała uczestnictwo w pobożnej aktywności we wspólnotach zakorzenionych w realnym świecie[319].

Podobne projekty cieszą się dużym zainteresowaniem, bo są zgodne z jednym z kluczowych paradygmatów postrzegania religii. Mówi on, że sens religii wynika nie tylko z jej interpretacji i funkcji poznawczych, lecz że jest on wynikiem komplementarnego połączenia tych funkcji z percepcją podstawowych zmysłów[320]. Witryny internetowe oddziałują na wzrok i słuch użytkownika, w przypadku wirtualnych światów zrealizowana została, choć w zubożałej formie, namiastka zmysłu dotyku, realizowana przez możliwość definiowania ruchów awatara[321]. Jednak wirtualne kościoły i sakralne przestrzenie online stanowią tylko ubogą imitację realnego

[318] R. Kluver, Y. Chen, *The Church Of Fools. Virtual Ritual And Material Faith*, „Online – Heidelberg Journal of Religions on the Internet", 3.1, 2008, s. 119.

[319] P. H. Cheong, P. J. P. H. Poon, S. H. Huang, I. Casas, *The Internet Highway and Religious Communities. Mapping and Contesting Spaces in Religion-Online*, „The Information Society", 25/5, 2009, 291–302.

[320] S. Heidbrink, N. Miczek, *Religions on the Internet...*, s. 4.

[321] T. Hutchings, *Creating Church Online. A Case-Study Approach to Religious Experience*, „Studies in World Christianity", 13/3, 2007, s. 248-250.

świata[322]. Porównanie usług oferowanych w e-kościołach i tradycyjnych nabożeństwach wskazuje jednak, że istnieją tu zarówno podobieństwa, jak i różnice. Wiele praktyk i sposobów komunikacji, w tym formalna organizacja spotkania, niektóre treści, jak również role (celebrujący spotkanie i wierny, biorący w nim udział) wirtualny kościół usiłuje skopiować z rzeczywistego świata. Jednak niektóre praktyki w wyniku możliwości technologicznych, lub w związku z ich brakiem, zostały zmienione lub zmodyfikowane[323].

Nowym obszarem badań naukowych zajmującym się łączeniem obrazów rzeczywistego świata z elementami wygenerowanymi przez narzędzia technologii informatycznej jest tak zwana *rozszerzona rzeczywistość* (w literaturze znana jako *Augmented Reality* lub AR – będący akronimem pojęcia)[324]. W przeciwieństwie do wirtualnej rzeczywistości, w której wszystkie obiekty są sztucznymi tworami, w AR obrazy z prawdziwego świata zostają jedynie wzbogacone stworzonymi przez komputer elementami graficznymi: tekstami, obrazami i dźwiękami. Można spodziewać się, że w niedalekiej przyszłości zostaną spopularyzowane urządzenia wyświetlające AR, takie jak np. okulary, które już weszły do użycia, ale wciąż są mało powszechne ze względu na wysoką cenę. Okulary w istocie nie są niczym innym jak kompilacją szkieł optycznych z miniaturowymi ekranami, na których wyświetlane są elementy „rozszerzające" rzeczywisty obraz. Prawdopodobnie niedługo możliwe będzie przeniesienie zawartości ekranu komputera do rzeczywistej przestrzeni w postaci hologramu i tworzenie w nim obiektów 3D interaktywnie zmieniających kształt i położenie w przestrzeni[325].

---

[322] S. Jacobs, *Virtually Sacred. The Performance of Asynchronous Cyber-Rituals in Online Spaces*, „Journal of Computer-Mediated Communication", 12, 2007, http://onlinelibrary.wiley.com/doi/10.1111/j.1083-6101.2007.00365.x/pdf [dostęp 23.08.2013].

[323] R. Schroeder, N. Heather, R.M. Lee, *The Sacred and the Virtual. Religion in Multi-User Virtual Reality*, „Journal of Computer-Mediated Communication", 4/2, 1998, http://onlinelibrary.wiley.com/enhanced/doi/10.1111/j.1083-6101.1998.tb00092.x/ [dostęp 16.05.2014].

[324] Obecnie systemy Rozszerzonej Rzeczywistości stosowane są w telefonii komórkowej, wojsku, medycynie i przemyśle rozrywkowym, wprowadzane także zostają jako srodek edukacji. W oparciu o nie działają np. gra *Eye Pet* dedykowana na konsolę PlayStation 3 i PlayStation Portable, *Microsoft Kinect*, gra *Face Riders* na konsolę Nintendo 3ds. L. Hojnacki, M. Kowalczuk, K. Kudlek, M. Polak, P. Szlagor, *Mobilna edukacja. M-lerning, czyli (r)ewolucja w uczeniu się*, Warszawa 2011, s. 34.

[325] P. Pardel, *Przegląd ważniejszych zagadnień rozszerzonej rzeczywistości*, „Studia Informatica", 82/1, 2009, s. 35-40. Rozszerzona Rzeczywistość może być obecnie uzyskiwana również przy używaniu specjalnych okularów, których szkła zaopatrzone są w monitory komputerowe. Więcej na temat zastosowania tego typu okularów produkowanych przez Google zob. D. Raś, *Inspiracje Inter mirifica. Wspólnota kościelna rozwija nauczanie*

Z dużym prawdopodobieństwem można prognozować, że technologia związana z rozszerzoną rzeczywistością będzie miała coraz większe zastosowanie w tworzeniu aplikacji, w których na obiekty rejestrowane przez ludzkie oko będą nakładane komputerowo generowane obrazy i animacje odtwarzające zdarzenia, które miały miejsce wiele lat temu[326]. Można także przypuszczać, że aplikacje te znajdą szerokie zastosowanie w przemyśle turystycznym. Czy, i w jaki sposób, zostaną wykorzystane w świętych miejscach pielgrzymkowych? Czy pielgrzymi spacerujący po ogrodach meksykańskiego sanktuarium ujrzą na tle historycznej kaplicy Juana Diego, któremu objawia się Metyska Madonna? Czy w Ziemii Świętej turyści staną się świadkami komputerowo odtworzonej Męki Chrystusa? Rozważania te jak na razie pozostają w sferze spekulacji, ale jeśli staną się faktem, Kościół po raz kolejny stanie w obliczu dylematu, jak ustosunkować się do technologicznych osiągnięć, których stosowanie niesie niebezpieczeństwo naruszenia ustalonych przez etykę i naukę Kościoła granic.

2.4 Praktyki pobożnościowe w przestrzeni internetu

Badanie relacji religii z nowymi mediami wymaga omówienia ważnego z punktu widzenia doktryn wiary zagadnienia obecności obrzędów w mediach, a także obecności mediów w obrzędach. Rodzi to pytania o możliwość występowania przeżyć religijnych, jakich można doświadczać za pośrednictwem mediów oraz o ich jakość. Jakie warunki powinny zostać spełnione, aby czytanie religijnych tekstów, umieszczonych w sieci komputerowej można było określić jako czynność religijną? Czy spowiedź za pośrednictwem internetu jest ważnym sakramentem? Czy wysłanie wiadomości e-mailowej z prośbą o modlitwę jest już modlitwą[327]? To tylko niektóre z pytań o dopuszczalne granice wykorzystania i kształtowania obrzędów i praktyk religijnych w cyfrowym świecie[328]. Kwestia kultywowania pobożności i udzielania sakramentów za pośrednictwem internetu nie przez wszystkie związki wyznaniowe jest interpretowana w jednakowy sposób. Różnice stanowisk występują nawet wśród przywódców

odnośnie do mediów od czasów przedsoborowych, [w:] *Inter mirifica. Dziedzictwo i perspektywy*, red. A. Baczyński, M. Drożdż, M. Legan, Kraków 2013, s. 176-178; Zob. także A. Spadaro, *Cyberteologia...*, s. 164.

[326] http://historiaimedia.org/2010/05/30/rzeczywistosc-rozszerzona-i-historyczna-przestrzen-miejska/

[327] Z. Hanas, *Internet religijny a religijność...*, s. 37.

[328] H. A. Campbell, *Spiritualising the Internet...*, s. 8-14.

religijnych w obrębie jednej i tej samej wspólnoty. Z tych względów w tym miejscu zostaną przedstawione jedynie przykłady obrzędów i sakramentów oferowanych w internecie oraz próba oceny atrakcyjności form i podobieństwa do ich odpowiedników w rzeczywistym świecie, o ile w ogóle w nim istnieją.

Liturgia i obrzędy obecne w internecie od samego początku zainteresowania internetową religijnością stały się tematem badań naukowych. Stephen O'Leary już w 1996 r. przewidywał, że postępujący rozwój nowoczesnych technologii zrewolucjonizuje praktyki religijne. Zwrócił uwagę głównie na powszechne zastosowanie na stronach internetowych kamer transmitujących obraz w czasie rzeczywistym i możliwość wymiany nie tylko tekstów, ale także obrazu i dźwięku. Jak twierdził, rytuały w cyberprzestrzeni w zasadzie nie różnią się od tych, które dokonują się w realnej świątyni. Odnosząc się do zmian jakie nastąpią w tym względzie w Kościele katolickim wysuwał tezę, że w niedługim czasie wierni będą domagać się spowiedzi, zawierania małżeństw oraz udzielania poprzez internet innych sakramentów[329].

Równolegle z rozróżnieniem religii w sieci i sieciowej religii, przyjęty został przez badaczy także podział pomiędzy rytuałami, które funkcjonują w sieci w wielu różnorodnych postaciach. Rytuały w sieci (*ritual online*) odnoszą się do opisów tych, które funkcjonują w rzeczywistym, instytucjonalnych Kościołach. Do drugiej grupy przyporządkowane są sieciowe rytuały (*online ritual*), których charakter ukształtowany jest przez wirtualną rzeczywistość. Rytuały dokonujące się w wirtualnych świątyniach są dziwaczną mieszanką elementów synkretycznych, zabawy i rytuałów tradycyjnych[330]. Jednak większość rytuałów, które spotyka się na stronach religijnych w sieci, zwykle stanowi kalkę tych, które wierni odbywają w rzeczywistym świecie[331]. Potwierdza to tezę sformułowaną przez Douglasa Cowana, że religia w internecie prawie zawsze odnosi się do religii istniejącej w świecie realnym a jedynie marginalnie odnosi się do religii, która zrodziła się w cyberprzestrzeni[332].

[329] M.A .Vasquez, M. F. Marquart, *Globalizing the sacred...*, s. 102.

[330] C. L. Albanese, *Religion and American Popular Culture. An Introductory Essay*, „Journal of the American Academy of Religion", 64/4, 1996, s. 738-740.

[331] T. Hutchings, *The politics of familiarity Visual, liturgical and organisational conformity in the online church*, „Online – Heidelberg Journal of Religions on the Internet", 4.1, 2010, s. 63; Zob. także M. Altena, C. Notermans, T. Widlok, *Place, Action, and Community in Internet Rituals*, [w:] *Ritual, Media, and Conflict*, red. R. L. Grimes, U. Hüsken, U. Simon, E. Venbrux, Oxford 2011, s. 133-135.

[332] G. Young, *Reading and Praying Online...*, s. 100.

Śledząc witryny internetowe różnych religijnych wspólnot oraz te, które mają jedynie zabarwienie religijne ale z żadną wspólnotą nie są identyfikowalne odnosi się wrażenie, że w internecie można zrealizować wszystkie religijne potrzeby. Ludzie za pośrednictwem komputerowych aplikacji mogą zawrzeć związek małżeński lub symbolicznie pochować swoich bliskich na wirtualnych cmentarzach[333]. Dla wielu użytkowników internet staje się pełnoprawną, a dla niektórych jedyną, przestrzenią sakralną oferującą szeroki zestaw religijnej posługi.

Jednym z pierwszych przejawów traktowania internetu jako sakramentalnej przestrzeni przez tradycyjną wspólnotę religijną była trwająca 30 minut ceremonia błogosławieństwa internetu przeprowadzona przez buddyjskich mnichów w Nowym Jorku w 1996 r.[334] Zadomowione w internecie były już wówczas nowe ruchy religijne, w tym głównie grupy neopogańskie, które przestrzeń sieci bezproblemowo zaadaptowały do swoich potrzeb[335]. Wachlarz ich oferty jest niezwykle rozbudowany, od zapalenia wirtualnej świeczki aż po udzielenie „sakramentu"[336]. Cyberprzestrzeń stała się pierwszym miejscem masowych pogańskich zgromadzeń od czasów starożytnych[337]. Wiele witryn neopogańskich, oraz tych pozostających na obrzeżu oficjalnej religii, zaprasza do wzięcia udziału w celebracji rytuałów

[333] Przykładowa strona wirtualnego cmentarza: http://www.wirtualnycmentarz.pl/ ; Na świecie, a od niedawna także i w Polsce, rozwija się rynek usług obsługi uczestnictwa w pochówkach via internet. Transmitowany na żywo pogrzeb mogą obserwować bliscy zmarłego (a w wielu przypadkach także każdy, kto w tym czasie odwiedzi stronę), trudno bowiem byłoby nazwać taki udział w smutnej ceremonii uczestnictwem. http://www.interia.tv/wideo-pogrzeby-online-czyli-kosciol-w-dobie-internetu,vId,1585909,vAId,127876#iwa_item=1&iwa_ img=1&iwa_hash=15529&iwa_block=videos [dostęp 2.11.2014].; O historii powstania i sposobie funkcjonowania wirtualnych cmentarzy zob. także M. Mikrut-Majeranek, *Non omni moria! Wieczne trwanie w globalnej sieci 2.0 na przykładzie e-cmentarzy*, [w:] *Człowiek zalogowany. Różnorodność sieciowej rzeczywistości*, red. K. Tucholska, M. Wysocka-Pleczyk, Kraków 2014, s. 104-110; O wirtualnych praktykach żałobnych zob. M. Kamińska, *Praktyki żałobne w cyberprzestrzeni*, „Kultura popularna", 33/3, 2012, s. 112-115; A. Górny, A. Zygmunt, *Internet wobec tradycji religijnych. Wsparcie czy zagrożenie*, „Societas/Communitas", 9/1, 2010, s. 71-77.

[334] *The Encyclopedia of Religion, Communication, and Media*, red. D. A. Stout, New York 2006, s. 179.

[335] Nowe Ruchy Religijne wielokrotnie w swojej ofercie obiecują zbawienie bez spełnienia warunków, które do zbawienia są wymagane przez Kościół katolicki. Przez to stanowią atrakcyjną ofertę dla potencjalnych nowych wyznawców, w tym wiernych zrywających z katolickim wyznaniem P. Siuda, *Religia a internet* …, s. 146.

[336] C. Helland, *Surfing for Salvation*, „Religion", 32, 2002, s. 300.

[337] C. Carvalho, *The spiritual quest. Europe's common sacred ground (an historic overview)*, „Exedra Revista Científica", 6, 2012, s. 181.

online. Po zalogowaniu się uczestnik otrzymuje instrukcje, które pomagają mu w nich uczestniczyć. Na jednej z neopogańskich stron[338] czytamy:

> Nie mogą zobaczyć, jak uderzasz w bęben, nie możesz zatańczyć z ludźmi z którymi jesteś podłączony w sieci, nie możesz trzymać się z nimi za ręce lub zaintonować pieśni. Oni nie widzą zapalonych przez ciebie świec i nie czują zapachu tlącego się kadziła ... A może jednak? Może jest to możliwe w każdym znaczeniu tego słowa, z pomocą komputera i modemu? Ja twierdzę, że jest to możliwe[339].

Stephen O'Leary dokonując analizy odprawianych w internecie obrzędów neopogan zauważył jednak, że w wersji, w jakiej są dokonywane, stanowią pewnego rodzaju pastisz prawdziwych obrzędów. Dla uczestników są mniej zobowiązujące niż realne, nie wymagają od nich zaangażowania. Przypominają raczej grę komputerową a uczestnicy biorący w nich mają świadomość pewnej umowności oraz nieistotności rytuału[340].

Pierwszy wirtualny ślub został zawarty w sieci internetowej w maju 1996 r. Uroczystość ta miała miejsce w środowisku *AlphaWorld*, jednym z najstarszych wirtualnych światów w sieci. Nowożeńcami byli Janka i Tomas, dwoje Amerykanów, zamieszkałych w odległych od siebie miejscach. Przygotowania do uroczystości, które trwały kilka tygodni, były podobne do tych z realnego świata tyle, że odbywały się online. Młodzi ludzie wybudowali specjalny ślubny pawilon, opracowali swoje awatary oraz wysłali zaproszenia dla gości[341].

Ilustracja 4. *Uroczystość zawarcia małżeństwa w wirtualnym świecie, kadry z aplikacji*



Źródło: *http://www.digitalspace.com/avatars/book/fullbook/papers/interart2.htm*

[338] http://www.paganlibrary.com/rituals_spells/care_feeding_of_online_ritual.php [dostęp 26.07.2013].

[339] S. Heidbrink, N. Miczek, *Religions on the Internet – aesthetics and the dimensions of the senses*, „Online-Heidelberg Journal of Religions on the Internet", 4.1, 2010, s. 5.

[340] P. Siuda, *Cyberreligia - powstanie religijnych społeczności...*, s. 289.

[341] S. Jenkins, *Rituals and pixels...*, s. 99.

W internecie funkcjonuje duża liczba stron, które oferują możliwość przyjęcia „sakramentu". Wiele z nich nie jest związanych z żadną instytucją kościelną. Niektóre serwisy religijne (głównie reprezentujące wyznania protestanckie) instruują, w jaki sposób można przyjąć e-komunię przed monitorem komputera[342]. Osoba pragnąca przyjąć taki „sakrament" powinna postępować zgodnie z kolejnymi punktami szczegółowej instrukcji umieszczonej na stronie internetowej. Przygotowania obejmują także sferę offline. Przed monitorem należy ustawić naczynie z sokiem (w tym przypadku z reguły wino jest wykluczone) oraz chleb, produkty, które w odpowiednim momencie misterium rzekomo przeistoczą się w Ciało i Krew Chrystusa[343]. *Alpha Church*[344] jest jednym z pierwszych chrześcijańskich Kościołów, które powstały i działają jedynie w internecie. Pełniąca w nim funkcję pastora Patricia Walker oferuje swoim parafianom możliwość skorzystania za pośrednictwem sieci komputerowej niemal z każdego sakramentu, w tym komunii, chrztu i spowiedzi. Instrukcja postępowania w przypadku chęci użytkownika do przystąpienia do któregokolwiek z sakramentów przewiduje jedynie dopełnienia w domu, przed monitorem komputera pewnych elementów obrządku, takich jak spożycie chleba i wina, ablucję w poświęconej wodzie itp. Jak zapewnia Walker, sakramenty przyjmowane online są równoprawne z tymi, do których użytkownik przystąpiłby w rzeczywistej świątyni[345].

Trudno jest jednak ocenić, czy e-komunia jest przez użytkowników traktowana jako przeżycie religijne. Szczególnie, że samo przeczytanie instrukcji jest zaledwie przyczynkiem do sakramentu, który ma odbyć się w realnym świecie (picie soku, spożycie chleba). Dlatego raczej należy się skłonić do tezy Christophera Hellanda, który uznaje, że e-komunii nie można traktować jako aktywności religijnej w sieci[346]. Do podobnych wniosków można dojść, rozpatrując każdy inny sakrament oferowany w internecie.

Udział w obrzędach angażuje zarówno umysł, jak i ciało. Poprzez unoszenie rąk, postawę stojącą, klęczącą, kontakt wzrokowy z innymi wiernymi w czasie przekazywania znaku pokoju, wierny wyraża swój stosunek do elementu odbywającego się misterium. Obrzęd dokonujący się online całkowicie wyklucza materialny wymiar. Cyberprzestrzeń jest środowiskiem, które

[342] Zob. np. http://messageofthelighthouse.org/lighthouse-rooms/communion-room [dostęp 18.07.2013].

[343] Zob. więcej A. Spadaro, *Cyberteologia...*, s. 139-141.

[344] http://www.alphachurch.org/ [dostęp 16.07.2014].

[345] T. Hutchings, *The politics of familiarity Visual, liturgical and organisational conformity in the online church*, „Online – Heidelberg Journal of Religions on the Internet", 4.1, 2010, s. 65.

[346] C. Helland, *Online religion ...*, s. 11.

pobudza umysł i wyobraźnię, ale ignoruje ciało, które jest integralną częścią ludzkiej osoby.Przed upowszechnieniem internetu żadna technologia w tak wielkim stopniu nie dehumanizowała komunikujących się ze sobą osób. Nawet korzystanie z telefonu opiera się na założeniu, że na drugim końcu linii znajduje się realny człowiek, którego tożsamość można zidentyfikować poprzez brzmienie jego głosu. Również w przypadku rozmowy z nieznaną osobą, wciąż pozostaje świadomość jej rzeczywistego istnienia[347]. Religia buduje swoją naukę w oparciu o fizyczną wspólnotę wierzących. W tym kontekście uznać należy, że religia online w efekcie oferuje znacznie mniej, aniżeli obiecuje[348].

[347] M. A . Vásquez, M. F. Marquart, *Globalizing the sacred...*, s. 95.

[348] T. Bertolotti, C. Cinerari, *The Gospel according to Google*, „European Journal of Science and Theology", 9/1, 2013, s. 45.

Rozdział 3. Kościół katolicki w mediach

Współczesny Kościół katolicki pełni swoją posługę duszpasterską w świecie zdominowanym przez media. Jego mocny związek ze środkami masowego przekazu jest szczególnie widoczny w kontekście wykorzystywania prasy, radia i telewizji. Powstanie i rozwój internetu spowodował prawdziwą rewolucję, bo przestały obowiązywać uznawane przez tradycyjne media formalne ograniczenia[349]. Stolica Apostolska reaguje na pojawienie się nowości technologii medialnych powoli i ostrożnie, w przemyślany sposób adaptując je jako narzędzia wspomagające pełnienie duszpasterskiej posługi.

W wyniku ekspansji mediów świat skurczył się do rozmiarów globalnej wioski[350]. Jednak jak twierdzi Marek Robak *w takiej wiosce zamieszkać może Bóg. Jest obecny w każdym człowieku, w którym spotykamy się na elektronicznych ścieżkach*[351]

W większości katolickich krajów od lat utrzymuje się spadkowa tendencja liczby praktykujących wiernych[352]. Zjawiska te w długoterminowej perspektywie przemawiają za prawdziwością tezy o postępującej sekularyzacji społeczeństw. Niektórzy badacze mają jednak

[349] H. Sławiński, *Nowoczesna technologia a liturgia, historia i współczesne wyzwania*, „Studia Wrocławskie", 14, 2012, s. 302.

[350] Termin *globalna wioska* wprowadził Marshall McLuhan w 1962 r. w książce *The Gutenberg Galaxy* (*Galaktyka Gutenberga*). Teoria globalnej wioski należy do głównych koncepcji naukowca. *Globalna wioska* jest metaforą świata, w którym ludzie, dzięki środkom masowego przekazu, przeżywają jednocześnie te same wydarzenia i używają tych samych produktów masowej konsumpcji. Świat staje się coraz mniejszy dzięki coraz nowocześniejszym środkom komunikacji. Co prawda określenia tego McLuhan użył w kontekście wynalezienia telegrafu, jednak doskonale wpisuje się ono w ideę internetu. Określenie to weszło na trwałe do języka nauk społecznych. Zob. M. McLuhan, *Galaktyka Gutenberga*, [w:] *Wybór tekstów*, red. M. McLuhan, E. McLuhan, F. Zingrone, tłum. E. Różalska, J. M. Stokłosa, Poznań 2001, s. 136-208; Zob. także O. Krüger, *Discovering the Invisible internet. Methodological Aspects of Searching Religion on the internet*, „Online – Heidelberg Journal of Religions on the Internet", 1/1, 2005, s. 1.; R. Kluszczyński, *Społeczeństwo informacyjne*..., s. 29.

[351] M. Robak, *Teologia cyberświata*, [w:] *Internet - fenomen społeczeństwa informacyjnego*, red. T. Zasępa, R. Czmura, Częstochowa 2001, s. 51.

[352] J. Mariański, *Postawy Polaków wobec Kościoła katolickiego – analiza socjologiczna*, „Zeszyty Naukowe KUL", 225/1, 2014, s. 81; Zob. także W. Kasper, *Kościół katolicki. Istota – Rzeczywistość – Posłannictwo*, tłum. G. Rawski, Kraków 2014, s. 65.

na ten temat odmienne zdanie. Twierdzą oni, że kryzysu nie ma, a wręcz przeciwnie – religia zaczyna pełnić coraz ważniejszą rolę w życiu człowieka. Wiele inicjatyw we współczesnym świecie ma swoje źródła właśnie w religii, co świadczy o jej ważnej roli w życiu jednostki i całych społeczeństw[353]. Wbrew przewidywaniom zwolenników tezy sekularyzacyjnej, warto zauważyć, że elementy religijne nie zostały usunięte z życia, raczej przemodelowane[354]. Sekularyzacyjny paradoks zachodnich społeczeństw objawia się faktem, że coraz więcej ludzi deklaruje się jako osoby wierzące, lecz równocześnie coraz większa grupa wierzących dystansuje się od religii zinstytucjonalizowanych[355].

Obserwacje czynione w pierwszych kilkunastu latach XXI w. wskazują jednak, że religia i religijność wciąż odgrywają ważną rolę w życiu społeczeństw, zmieniły się tylko formy i sposoby ich przeżywania. O renesansie religii, a nie o sekularyzacji świadczy choćby rozkwit nowych ruchów wyznaniowych w sieciowej rzeczywistości, choć właśnie w tym fenomenie Manuel Castells upatruje jeden z głównych czynników przyczyniających się do wspomnianej sekularyzacji. Wynika to według niego stąd, że olbrzymia podaż i różnorodność oferty religijnej i quasi-religijnej często zniechęca i rozczarowuje użytkowników internetu, co może przekładać się na malejącą aktywność religijną w realnym świecie[356].

Amerykański socjolog Rodney Stark, w 1999 r. w artykule o wielce wymownym tytule *Secularization R.I.P*[357] napisał: *Raz na zawsze zadeklarujmy koniec socjologicznej naukowej wiary w teorię sekularyzacji, uznając, że była ona wynikiem myślenia życzeniowego*[358]. Za jeden z dowodów żywotności, a nie zaniku religii w obecnych czasach może uchodzić stała obecność informacji religijnych w mediach. Nie oznacza to oczywiście, że nie występują tarcia na linii religia - media, ale na pewno nie świadczą one o ubożeniu sfery duchowej współczesnego człowieka. W ciągu ostatnich dwóch dekad jeszcze wielokrotnie były wysuwane tezy, według których we współczesnym świecie religia powoli będzie tracić znaczenie i zanikać, ustępując miejsca triumfowi racjonalizmu i nauki. Tak się jednak nie dzieje. Życie religijne społeczeństw

[353] Zob. więcej S. M. Hoover, *Media and Religion*, Boulder 2008, s. 3, http://cmrc.colorado.edu/cmrc/images/stories/Center/Publications/whitepaperfinalversion.pdf [dostęp 18.08.2013].

[354] P. Poupard, *Pomiędzy barbarzyństwem a nadzieją*, s. 20.

[355] M. Kamińska, *Niecne memy...*, s. 204.

[356] M. Castells, *The Rise of the Network Society: Economy, Society and Culture. The Information Age: Economy, Society and Culture*, Malden 2000, s. 406; Zob. także Z. Hanas, *Internet religijny a religijność...*, s. 25.

[357] R.I.P. – akronim od *Requiescat in pace* (z j. łacińskiego) a także *Rest in Peace* (z j. angielskiego).

[358] R. Stark, *Secularization R.I.P*., „Sociology of Religion", 60/3, 1999, s. 269.

rozwija się, stymulowane procesami globalnymi takimi jak migracje i swobodny przepływ ludzi a także poprzez rewolucję medialną, dzięki której lokalne religijne wydarzenia mają szansę zaistnieć w globalnej skali[359]. Oczekiwany przez głoszących sekularyzacyjne tezy badaczy zmierzch, i w konsekwencji upadek religii nie nastąpił. Zamiast spodziewanego upadku religii nastąpiła jej pluralizacja, jednak człowiek w XXI w. wciąż jest człowiekiem religijnym[360]. Ma zatem raczej miejsce proces, który Emile Durkheim przewidział ponad wiek temu. Zakładał on, że religia w przyszłości nie zaniknie, ulegnie natomiast transformacji[361].

W obecnych czasach dużym wyzwaniem dla Kościoła katolickiego jest zyskanie atrakcyjności w obliczu rozprzestrzenionej w mediach bogatej propozycji z pogranicza religii, rozrywki i pop-kultury. Ich twórcy odwołują się do parapsychologii, magii i religii Wschodu, kuszą atrakcyjną oprawą graficzną i chwytliwymi treściami. Kościół stoi przed niełatwym zadaniem zainteresowania internautów swoją ofertą, nie wikłając się przy tym w otwarty konflikt z prezentowanymi na różnych stronach odmiennymi stanowiskami. Przekonanie do swoich racji odbywa się raczej poprzez konsekwentne i precyzyjne przedstawianie swojej nauki i stanowiska w ważnych kwestiach etycznych i moralnych[362].

W obecnych czasach Kościół katolicki nie pozostaje obojętny na zmiany, jakie dokonują się w wyniku rozwoju mediów i wynikających z tego nowych sposobów przekazu informacji i komunikowania się. Świadczy o tym choćby bogactwo dokumentów, jakie zostały poświęcone tym zagadnieniom: encykliki, listy duszpasterskie, adhortacje oraz zainicjalizowane przez papieża Pawła VI w 1967 r. orędzia na Światowy Dzień Środków Społecznego Przekazu. Każde nowopowstałe medium komunikacyjne niosło ze sobą nowe możliwości ewangelizacji[363]. Internet jest siecią nie posiadającą struktury organizacyjnej, co zwiększa możliwości jego

[359] M. A. Vásquez, M. F. Marquardt, *Globalizing the Rainbow Madonna. Old Time Religion in the Present Age*, „Theory, Culture & Society", 17/4, 2000, s. 137.

[360] M. Szulakiewicz, *Religie i religijność w kulturze*..., s. 22.

[361] E. Durkheim, *The elementary forms of religious life*, New York 1955, s. 432.

[362] K. M. Kaczmarek, *Konflikt między religiami w cyberprzestrzeni*, [w:] *Religijność i duchowość - dawne i nowe formy,* red. M. Libiszowska-Żółtkowska, S. Grotkowska, Kraków 2010, s. 350.

[363] Zbiór kluczowych dokumentów kościelnych związanych z tematyką relacji Kościoła z mediami zob. J. Smoleń, *Kościół i media. Wybrana literatura przedmiotu 1963–2013*, „Studia Socialia Cracoviensia", 5, 2013, s. 179-189.

wykorzystania nawet w społeczeństwach, w których rząd nadal usiłuje regulować lub hamować przepływ informacji[364].

Kościół katolicki coraz pewniej odnajduje się w wirtualnej przestrzeni. Do niedawna główne korzyści płynące z wykorzystania internetu przez instytucje kościelne wynikały z łatwego i szybkiego dostępu do ważnych zasobów religijnych i duchowych, bibliotek, miejsc kultu, dokumentów kurialnych, pism Ojców i Doktorów Kościoła. Internet stał się także doskonałym narzędziem komunikacji wewnątrz samego Kościoła[365]. Kościół, jako instytucja, jest coraz powszechniej obecny w sieci komputerowej, coraz więcej powstaje także podejmowanych przez świeckich katolików tak zwanych inicjatyw oddolnych, , które propagują styl życia zgodny z wartościami chrześcijańskimi[366].

Kultura współczesnych mediów elektronicznych osłabia znaczenie przekazów dystrybuowanych za pomocą innych środków i ta właściwość implikuje tezę głoszącą, że warunkiem zdobycia przez Kościół katolicki ugruntowanej pozycji w tej kulturze jest umiejętne i przemyślane zadomowienie się na stałe w wirtualnej przestrzeni[367]. W oficjalnych dokumentach Stolica Apostolska dla zaakcentowania charakteru internetu jako przestrzeni dialogu i wzajemnej wymiany myśli używa różnych metafor. Jest więc on nazywany Areopagiem, Agorą czy forum. Dominującym tematem w oficjalnym dyskursie o obecności Kościoła katolickiego w internecie jest potencjał sieciowego medium, który może być wykorzystany w dziele ewangelizacji[368].

Jedną z cech współczesnej kultury jest jej desakralizacja, co objawia się między innymi rozmyciem granicy rozdzielającej sacrum i profanum. Jak jednak słusznie zauważył jeden z uznanych polskich teologów Witold Kawecki, całkowity rozdział obu sfer nie jest możliwy, bo kultura, w której funkcjonuje religia jest płaszczyzną, w której *profanum przecina się z sacrum*[369]. Każde nowe medium, zgodnie ze swoją logiką funkcjonowania i dystrybucji

[364] B. S. Turner, *Religion and modern society...*, s. 103.

[365] Por. A. Domaszk, *Internet – wyzwanie dla seminariów duchownych,* „Seminare. Poszukiwania Naukowe", 33, 2013, s. 64-65.

[366] T. Peters, *Changing the Word...*, s. 163.

[367] D. Bell, *Cyberculture theorists:Manuel Castells and Donna Haraway*, London – New York 2007, s. 83-84.

[368] J. McDonnell, *Catholic Approaches to the Internet*, „Communication Research Trends", 31/2, 2012, http://www.questia.com/read/1G1-285994484/catholic-approaches-to-the-internet [dostęp 13.01.2014].

[369] W. Kawecki, *Próba diagnozy współczesnej...*, s. 143-156,

przekazu także przyczynia się do rozszczelniania granicy pomiędzy tym co świeckie a święte[370]. Uznać jednak należy, że media stanowią w dzisiejszych czasach ważny teren posługi misyjnej. Są narzędziami, bez których pole działań Kościoła byłoby ograniczone jedynie do lokalnych wspólnot. Media to brama wiodąca do milionów ludzi, do których Kościół pragnie trafić ze swoim przesłaniem. Przejście przez nią nie jest łatwe, trzeba się przez nią przeciskać i robić to umiejętnie, by nie doznać szwanku. Bo media zniekształcają prawdę, uzależniają, podważają chrześcijańską hierarchię wartości. Umberto Ecco powiedział kiedyś w Warszawie, że *media niszczą w człowieku sacrum*[371]. Krakowski znawca przedmiotu Wojciech Misztal przestrzega, że media mogą wymknąć się spod ludzkiej kontroli, zajmą zbyt ważne miejsce w życiu człowieka, na dalszy plan spychając inne obszary życia. Kluczową rolę w przyjmowaniu przekazów medialnych odgrywa zdolność przewidywania konsekwencji i odpowiedzialność ich użytkownika[372].

Działalność Kościoła katolickiego w świecie jest nieraz poddawana krytyce przez przedstawicieli innych wyznań oraz osoby określające się jako bezwyznaniowe. Wśród osób wyrażających niepochlebne opinie o Kościele jest także wielu katolików. Jedni krytykują go za zbytni konserwatyzm, który nie wpasowuje się we współczesny styl życia, inni z kolei zarzucają Kościołowi zbyt dużą uległość i nadmierne przystosowanie się do wymogów współczesności, które nie przystoi instytucji o wielowiekowej tradycji. Niezadowolenie wynika także z zakazów i nakazów, jakie stawia Kościół przez współczesnym człowiekiem, który źle znosi jakiekolwiek ograniczenia wolności a także z uwikłania Kościoła w sprawy polityczne[373]. Współczesne społeczeństwo konsumpcyjne, dla którego jedną z priorytetowych spraw w życiu stało się szybkie zaspokojenie własnych potrzeb, niechętnie podporządkowuje się zasadom głoszonym przez Kościół, coraz mocniej się od niego dystansując.

Duży udział w kreowaniu niekorzystnego wizerunku Kościoła mają także media, które najchętniej podejmują tematy zabarwione sensacją, związane z aferami politycznymi

[370] J. H. Mahan, *Reflections on the Past and Future of the Study of Religion and Popular Culture*, [w:] *Between sacred and profane. Researching Religion and Popular Culture*, red. G. Lynch, New York 2007, s. 52.

[371] A. Lepa, *Media w katechezie i ewangelizacji. Materiał ze spotkania Dyrektorów Wydziałów Katechetycznych Media a katecheza*, Przemyśl 2004, http://www.katecheza.episkopat.pl/index.php/menu/wydzialy-katechetyczne/63-materialy-ze-spotkan-dyrektorow-wydzialow-katechetycznych [dostęp 21.06.2014].

[372] W. Misztal, *Cyberprzestrzeń i mass media...*, s. 180.

[373] J. Mariański, *Postawy Polaków wobec Kościoła...*, s. 81.

i skandalami obyczajowymi. Wyłaniający się z doniesień medialnych obraz Kościoła często przedstawia jego nieprawdziwy, zdeformowany wizerunek. Medialne informacje, nawet te pozbawione uprzedzeń, często ujmowane są w ramy wydarzeń politycznych i społecznych. Trudno natomiast w mediach odnaleźć treści, które nawiązywałyby do pełnionej przez Kościół posługi duszpasterskiej i działalności charytatywnej. Większość mediów katolickich z kolei nie jest przyjmowana entuzjastycznie, bo burzy stereotypy poprawności politycznej i naukowej, stawia wysokie wymagania, nie dopuszcza kompromisów w istotnych sprawach związanych z etyką i moralnością[374].

Współczesna rzeczywistość medialna jest nieprzychylna Kościołowi, a zatem musi on sam, poprzez przemyślaną politykę medialną i aktywny udział w tworzeniu przekazów, zadbać o pozytywny wizerunek w mediach. Starania i inicjatywy podejmowane przez ludzi Kościoła zmierzające do budowania jego pozytywnego wizerunku są obecnie coraz bardziej widoczne i nie ograniczają się wyłącznie do adaptacji nowoczesnych narzędzi medialnych. To także działania długofalowe, takie jak szkolenia medialne dla księży i zakonników, jak również kształcenie specjalistów do spraw relacji z mediami.

Prawie cały przekaz trafiający do nowych mediów pozbawiony jest jakiejkolwiek kontroli. Umiejętność selekcjonowania i wyboru właściwych treści spoczywa więc na użytkowniku. Dlatego tak niezwykle istotnym zadaniem w dzisiejszych czasach jest edukacja do mediów, kształtowanie postawy krytycyzmu, twórczej aktywności i umiejętności wyboru. Zagadnienie to z punktu chrześcijańskiej postawy nie dotyczy jedynie nabywania sprawności w użytkowaniu mediów. Głównym celem działań edukacyjnych jest szeroko rozumiane powołanie do świętości w medialnym świecie współczesnej rzeczywistości[375].

Jeszcze kilka lat temu Kościół nie był instytucją najlepiej przygotowaną do prowadzenia edukacji medialnej. Ogromną rolę w zmianie tego stanu rzeczy wywarła świadomość, że tylko rzetelna edukacja medialna pozwoli ukształtować ludzi *na świadomych i krytycznych*

[374] J. Fessio, *Głosić słowo „nie w porę": Media katolickie we wrogiej kulturze*, [w:] *Media katolickie: Szanse i zagrożenia*, red. K. Bieliński, Toruń 2009, s. 38-39.

[375] M. Drożdż, *Potrzeba edukacji medialnej i dziennikarskiej według ks. prof. Antoniego Lewka w duchu Magisterium Ecclesiae*, „Kultura – Media – Teologia", 8, 2012, s. 57; O edukacji w szkołach katolickich zob. także A. A. Zukowski, *New Times Call for New Methods*, „Momentum", 39/4, 2008, https://www.questia.com /magazine/1P3-1616238771/new-times-call-for-new-methods [dostęp 6.11.2014].

konsumentów środków masowego przekazu[376]. Obecnie zadanie to jest realizowane z powodzeniem w seminariach i na katolickich uczelniach[377]. Edukacja medialna jest jednym z głównych filarów zainteresowania Watykanu nowymi mediami. Przeciwnie, niż w przypadku prasy, książki drukowanej czy filmu, Kościół nie cenzuruje treści umieszczonych w internecie, lecz zachęca do rozsądnego i przemyślanego korzystania z nich. Ten sam duch moralnej odpowiedzialności i świadomości powinien przyświecać katolikom podczas współtworzenia internetowych treści [378].

Dariusz Kowalczyk SJ stwierdził kiedyś żartobliwie: *Gdyby Jezus urodził się w naszych czasach, byłby dobrym moderatorem*[379]. Chociaż jest to tylko żart, zgodnie z zaleceniami Stolicy Apostolskiej, na każdym, kto podejmuje aktywność w mediach, spoczywa obowiązek świadomego i odpowiedzialnego moderowania tworzonych i rozpowszechnianych przez siebie treści.

Wspomniany już wcześniej Stephen O'Leary wysunął kilkanaście lat temu tezę, że internet zmieni religię w podobnym stopniu, jak uczynił to wynalazek prasy drukarskiej[380]. Jego prognozy nie były optymistyczne dla Kościoła katolickiego. Wyznawcy tej religii mieli bowiem porzucać świątynie i przenosić swoją duchową aktywność do wirtualnego świata. Przewidywania

[376] D. Raś, *Wychowanie katechizowanych do odbioru mediów*, Materiał ze spotkania Dyrektorów Wydziałów Katechetycznych *Media a katecheza*, Przemyśl 2004, http://www.katecheza.episkopat.pl/index.php/menu/wydzialy-katechetyczne/63-materialy-ze-spotkan-dyrektorow-wydzialow-katechetycznych [dostęp 21.06.2014]; Zob. także A.Vaľková, *Mediálna výchova v kontexte predmetu Katolícke náboženstvo*, „Kultura – Media – Teologia", 10, 2012, s. 24-28; A. Lepa, *Prawda i zakłamanie w mass mediach*, (Wykład wygłoszony 29.08.1996 r. w Katolickim Uniwersytecie Lubelskim w ramach Wykładów Akademickich dla Duchowieństwa i Świeckich), http://www.archidiecezja.lodz.pl/czytelni/lepa/prawda.html [dostęp 15.10.2014]; O edukacji medialnej i jej początkach zob. A. Ogonowska, *Edukacja medialna: ziemia wciąż nieznana?…*, „Kultura–Społeczeństwo–Edukacja", 1, 2012, s. 175; O umiejętności „czytania" mediów i dekodowania przekazów medialnych zob. W. Strykowski, *Technologia kształcenia i pedagogika medialna jako nauki o mediach*, „Neodidagmata", 22, 1996, s. 9-11. Obszernie temat edukacji medialnej w odniesieniu do postulatów dekretu *Inter mirifica* opracował także Marek Lis w M. Lis, *Edukacja medialna: ważny postulat Inter mirifica*, [w:] *Inter mirifica. Dziedzictwo i perspektywy*, red. A. Baczyński, M. Drożdż, M. Legan, Kraków 2013.

[377] P. Drzewiecki, *Media aktywni. Dlaczego i jak uczyć edukacji medialnej?*, Otwock – Warszawa 2010, s. 50-52; G. Łęcicki, *Edukacja medialna w służbie katechezy*, „Kultura – Media – Teologia", 4, 2011, s. 74-76.

[378] P. Soukup, *Vatican Opinion on Modern Communication*, [w:] *Quoting God. How Media Shape Ideas about Religion and Culture*, red. C. H. Badaracco, Waco 2005, s. 242.

[379] M. Woźniak, *Reklama dźwignią wiary*, „Kulisy", 35, 2003, http://www.zbawiciel.home.pl/new/index.php/czytelnia/inne-artykuy/1051.html [dostęp 7.07.2014].

[380] D. Nash, *Religious sensibilites in the age...*, s. 277.

O'Leary'ego można uznać za nietrafione, bo obecny odpływ wiernych z Kościoła katolickiego nie przekłada się na zasiedlanie przez nich wirtualnych przestrzeni religijnych.

W każdym momencie historii pojawienie się nowego środka przekazu niosło ze sobą zarówno nadzieję związaną z możliwościami jego wykorzystania, jak i obawy odnośnie do jego wpływu na życie społeczne. Wynalazki techniki stawiały Stolicę Apostolską przed koniecznością zajęcia stanowiska w sprawie ich użytkowania. Tak było w przypadku wynalezienia prasy, radia i filmu. W przeszłości prezentowała ona skrajnie różne stanowiska w sprawie mediów: od potępienia i odrzucenia do pełnej aprobaty. Obecnie Stolica Apostolska niemal równocześnie z pojawianiem się kolejnych nowoczesnych mediów zaleca ich użytkowanie i formułuje wskazówki dotyczące ich wykorzystania w działalności duszpasterskiej. Problemem użytkowania mediów zajmuje się Papieska Rada do Spraw Środków Społecznego Przekazu (łac. Pontificium Consilium de Communicationibus Socialibus), na której czele stoi obecnie arcybiskup Claudio Maria Celli[381]. Obecność Kościoła w internecie w krótkim czasie stała się faktem, a pytanie czy wykorzystać nowe medium do prowadzenia pracy duszpasterskiej zastąpiono pytaniem co robić, aby odnieść wymierne korzyści[382]. Początkowe obawy i niechęć Kościoła[383] w stosunku do nowych mediów wraz z upływem lat przemieniły się w pełną akceptację, która została potwierdzona w szeregu oficjalnych dokumentów Stolicy Apostolskiej.

W okresie średniowiecza aż do XII stulecia, głównymi siedzibami rozwoju i dystrybucji kultury i wiedzy były klasztory. Ich rolę zaczęły przejmować powstające w następnych stuleciach uniwersytety, które również przez długi czas pozostawały pod jurysdykcją Kościoła. Wynalazek druku i nadejście reformacji znacznie zakłóciło tę zasadę. Rzym początkowo entuzjastycznie przyjął wynalazek prasy drukarskiej, gdzie zaadoptowano dla swoich potrzeb słowo drukowane w drugiej połowie XV w.[384] Rozpoczęła się wówczas era masowej produkcji książek i pism, nad

[381] Oficjalne dokumenty tej dykasterii Kurii Rzymskiej można znaleźć na jej stronie internetowej: http://www.vatican.va/roman_curia/pontifical_councils/pccs/index.htm [dostęp 8.05.2012].

[382] D. Kowalczyk, *Kilka refleksji jubileuszowych*, http://mateusz.pl/mt/10lat/dk-krj.htm [dostęp 03.02.2013].

[383] Począwszy od tej części pracy sformułowanie „Kościół" dotyczyć będzie Kościoła katolickiego. W przypadku odniesienia się do innego, niż katolickie wyznania, określenie Kościół zostanie uszczególnione poprzez dodanie odpowiedniego określenia, np: protestancki, ewangelicki itd.

[384] Aby dowiedzieć się więcej na temat roli, jaką odegrało słowo drukowane w promocji treści religijnych na przełomie średniowiecza i nowożytności warto sięgnąć. m. in. do pozycji S. Füssel, *Gutenberg und seine Wirkung*, Frankfurt 1999; J. Man, *The Gutenberg Revolution. The Story of a Genius and an Invention that Changed the World*, London 2002.

którą Kościół starał się zachować pełną kontrolę. Wkrótce jednak entuzjazm został zastąpiony przez obawy o skutki, jakie wynalazek ten przyniesie dla katolickiej religii[385]. Wybuch reformacji i zakrojona na szeroką skalę dystrybucja drukowanych egzemplarzy Pisma Świętego spowodowała utratę przez Kościół katolicki kontroli nad interpretacją biblijnych tekstów. Stolica Apostolska zachowała swoją pozycję jedynie w części krajów europejskich. Poza Europą wskazać należy głównie hiszpańskie i portugalskie posiadłości kolonialne w Nowym Świecie, a wśród nich Nową Hiszpanię – późniejszy Meksyk. Ewolucja i zmiany w funkcjonowaniu środków masowego przekazu oraz sposoby ich wykorzystywania w działalności duszpasterskiej przez Kościół w Nowej Hiszpanii były niemal identyczne jak w Europie. O europocentrycznym charakterze katolickiej kultury w świecie decydował przede wszystkim język religii – łacina, oraz uznanie Rzymu za święte miasto katolików.

Wynalezienie prasy i wynikające z tego konsekwencje zapoczątkowały dyskusje na temat roli środków przekazu w Kościele. Do ich oceny i kontroli w późniejszym czasie powoływano instytucje odpowiedzialne za sposób i jakość funkcjonowania prasy, a później także radia i telewizji. Instytucje świeckie także wykazywały zainteresowanie środkami masowego przekazu ze względu na ich zasięg i wpływ, jaki słowo pisane, a przede wszystkim rozwój prasy w epoce nowożytnej zaczęło wywierać na życie społeczne.

Nowoczesne badania naukowe odnoszące się do funkcjonowania mediów rozpoczęto na szeroką skalę dopiero w latach 20. XX w. Zapoczątkowano je wraz z powstaniem nowych technik masowego przekazu takich jak film oraz radio. Tematyka pierwszych badań odnosiła się do wpływu nowych mediów na politykę i gospodarkę światową. W późniejszych latach do obszaru zainteresowań dołączono obecność w nich problematyki społecznej i religijnej. Przeprowadzane zostały krytyczne studia treści religijnych w mediach oraz analiza skutków, jakie za sobą pociągały. Do wyników tych badań nie przywiązywano jednak z początku zbyt dużej wagi. Religia wciąż traktowana była bowiem jeszcze jako odrębna sfera ludzkiego życia, którą z mediami łączą bardzo luźne relacje[386]. Ta zasada nie odnosiła się do tych rejonów świata,

[385] F. X. de Vaujany, *Between eternity and actualization. The difficult co-evolution of fields of Communication in the Vatican*, „Communications of the Association for Information Systems", 18, 2006, s. 359; Interesującego studium porównawczego rewolucji technologicznych – wynalezienia druku i sieci komputerowej dokonał w swojej pracy amerykański jezuita, professor w uniwersytecie Santa Clara, Paul Soukup. Por. P. A. Soukup, *Challenges for Evangelization...*

[386] P. Horsfield, *Media*, s. 112.

w których rozpoczęto metodyczną i systematyczną walkę z Kościołem i religią. Do nich należała w pierwszej połowie XX w. między innymi Rosja sowiecka, Meksyk i kilka innych krajów latynoamerykańskich[387]. W następnych latach wśród badaczy coraz bardziej wzrastała świadomość, że media nie są tylko ideowo obojętnymi przekaźnikami informacji, lecz zdolne są w określony sposób kształtować postrzeganie rzeczywistości a nawet ją kreować. Według tej teorii trudno więc byłoby uznać je za neutralne narzędzia służące jedynie do przekazu informacji i komunikacji[388]. W latach 60. XX w. Marshall McLuhan sformułował jedną z najsłynniejszych sentencji odnoszących się mediów. W swojej śmiałej tezie *Medium is the Message* uznał, że natura medium komunikacyjnego wpływa na odbiorcę co najmniej tak, jak przekazywana wiadomość[389]. Medium nie tylko przekazuje informację, ale także ją kształtuje, a sposób przekazu bezpośrednio przekłada się na rozumienie przez odbiorców jej treści[390]. Nowe podejście do mediów wpłynęło też na sposób postrzegania relacji pomiędzy mediami a religią, wzrosło również zainteresowanie mediami Stolicy Apostolskiej.

3.1 Stosunek Kościoła katolickiego do mediów

Kościół katolicki zawsze był ostrożny w wykorzystywaniu nowych mediów w pracy duszpasterskiej wspomagającej ewangelizację. Jednak, jak już wcześniej wspomniano,

[387] Więcej na ten temat zob. M. W. Hopkins, *Mass media in the Soviet Union*, New York 1970, s. 336-337; D. Spenser, *The Impossible Triangle. Mexico, Soviet Russia, and the United States in the 1920s*, Durham 1999, s. 32 i n.

[388] O. Krüger , *Gaia, God, and the Internet...*, s. 139.

[389] F. Sprenger, *A Theory of Media as a History of Electricity. How McLuhans thoughts about mediation are thwarted by their negation*, [w:] *McLuhan Galaxy Conference. Understanding Media, Today. Conference Proceedings*, red. M. Ciastellardi, C. Miranda de Almeida, C. A. Scolari, Barcelona 2011, s. 74; Zob. także S. Obirek, *Uskrzydlony umysł...*, s. 102-103.

[390] M. McLuhan, *Zrozumieć media. Przedłużenie człowieka*, tłum. M. Szczucka-Kubisz, Warszawa 2004, s. 221; Jedne z najnowszych badań, prowadzone przez Olivera Krügera wskazują jednak, że w przypadku internetu należy wyjść poza postulowany przez McLuhana i *Toronto School of Communication* paradygmat określony w sentencji *Medium is the Message*. Współczesnego internetu z jego funkcjonalnościami określonymi przez standard Web 2.0 nie powinno się traktować jako medium, dla którego daje się określić efekt jego działania. Internet jest czymś więcej, aniżeli kolejnym medium, poprzez fakt, że zapoczątkował on nieznane wcześniej formy komunikacji religijnej. Por. O. Krüger, *Die mediale Religion. Probleme und Perspektiven der religionswissenschaftlichen und wissenssoziologischen Medienforschung*, Bielefeld 2012, s. 12, 443.

stanowisko Kościoła na przestrzeni ostatnich wieków ewoluowało w kierunku pełnej ich akceptacji. W historii Kościoła można wskazać trzy punkty zwrotne, które nakreśliły i wpłynęły na kierunek rozwoju relacji tej instytucji z mediami. Pierwszym z nich było wynalezienie prasy drukarskiej w połowie XV w. i wszystkie związane z tym wynalazkiem konsekwencje. Kolejna doniosła transformacja postawy Stolicy Apostolskiej wobec mediów dokonała się w wyniku reformy zapoczątkowanej przez Sobór Watykański II, który uporządkował wiele spraw dotyczących środków społecznego przekazu. Trzecim przełomowym momentem był rozwój technologii informacyjnych i internetu w latach 80. XX w.[391]

Pierwsza rewolucja medialna, która wywarła olbrzymi wpływ na Kościół związana jest z wynalezieniem druku. Pierwszą wydrukowaną pozycją była Biblia, ale nowy wynalazek wykorzystywany był także do rozpowszechniania treści niezgodnych z doktryną Kościoła. Reakcją na taki stan rzeczy była seria dokumentów, w których Rzym usiłował przeciwdziałać szkodliwemu oddziaływaniu „złych druków". W 1479 r. papież Sykstus IV nadał prawa cenzorskie Uniwersytetowi w Kolonii, w późniejszym czasie także innym niemieckim uczelniom. W Bulli *Inter multiplices nostrae licitudinis curas*, wydanej 8 lat później, papież Innocenty VIII wprowadził cenzurę kościelną wszystkich materiałów drukowanych. Jego następca Aleksander VI w 1501 r. zagroził ekskomuniką wszytkim, którzy przyczynią się do druku i rozpowszechniania ksiąg wydanych bez zgody cenzury, a także wszystkim je czytającym. Kilkanaście lat później księgi wydane bez zgody władz kościelnych zaczęły trafiać na stos[392].

Na dworze papieskim było w tamtym czasie wielu dygnitarzy, którzy winą za rozłam i kryzys Kościoła w XVI w. obarczali wynalazek druku. Nie dziwi więc, że pojawienie się niezależnej prasy zostało przyjęte przez Kościół jako podobnie duże zagrożenie. Wolne słowo drukowane odegrało wielką rolę w promowaniu idei oświeceniowych i antykleryklanych w XVIII w. Konsekwencją tego oddziaływania były następnie przemiany polityczno-ustrojowe, ale również religijno- kulturowe w Europie i świecie w dobie Wielkiej Rewolucji Francuskiej. Opisywanie tych przemian nie mieści się w ramach tej rozprawy, warto jedynie wskazać na ważne momenty w dziejach Kościoła katolickiego w kontekście jego relacji z mediami w XIX i XX w. Wtedy bowiem ukształtowane zostały zarówno postawy moralne jak i dokumenty oraz ustawy, które mają wpływ na ich stan obecny.

[391] F. De Vaujany, *Between eternity and actualization...*, s. 359.

[392] K. Pokorna-Ignatowicz, *Kościół w świecie mediów. Historia – dokumenty – dylematy*, Kraków 2002, s. 16.

W pierwszym okresie dominowały nastroje niechętne mediom i ich zgubnemu wpływowi na postawy wiernych wobec tradycyjnych instytucji. I tak na przykład w ogłoszonej w 1832 r. encyklice *Mirari vos* papież Grzegorz XVI potępił rozpowszechnianie w prasie doktryn zwalczających naukę Kościoła. Szczególnie niebezpieczne według niego było propagowanie libertynizmu i idei rozdziału Kościoła od państwa. W tym też dokumencie podjęta została krytyka wolności sumienia i wolności druku:

> Do tego też zmierza owa najzgubniejsza, przeklęta i odstręczająca wolność druku, mająca na celu rozpowszechnianie wszelkich pism wśród pospólstwa, której niektórzy domagają się i popierają z taką natarczywością[393].
>
> Na podstawie tej jednakowej troskliwości wszystkich wieków, z jaką zawsze ta Święta Stolica Apostolska potępiała podejrzane i szkodliwe książki i usiłowała wyrwać je z rąk ludowi, widać jawnie jak błędna, fałszywa, zdradliwa, lekkomyślna i uwłaczająca tejże Stolicy Apostolskiej i straszliwie niszcząca lud chrześcijański, jest nauka tych, którzy nie tylko odrzucają cenzurę ksiąg jako zbyt uciążliwą i przykrą, ale nawet posuwają się do tego stopnia niegodziwości, że odważają się twierdzić, że jest przeciwna wszelkim zasadom praw, i że Kościół nie ma prawa ani jej ustanawiać ani podtrzymywać[394].

Podobne stanowisko zaprezentował ten papież w wydanej w 1840 r. encyklice *Probe nostis*. Oskarżał w niej prasę o odciąganie niewykształconego ludu od wiary katolickiej, zarzucał jej dekonstruktywny i deprawujący wpływ na młodzież[395]. Brak doktrynalnych ustaleń w sprawie mediów sprawiał, że do nowo powstających mediów Kościół podchodził z nieufnością a nawet z niechęcią[396]. Jednak z upływem lat, gdy prasa stawała się coraz bardziej powszechna, również Stolica Apostolska zaadaptowała ją do własnych potrzeb[397]. Stało się to już w latach pontyfikatu następnego papieża Piusa IX, kiedy to w 1850 r. w Neapolu jezuici wydali pierwszy numer katolickiego czasopisma „La Civiltà Cattolica"[398]. Pismo to początkowo uznawane było za

[393] Grzegorz XVI, *Encyklika o Liberalizmie i Religijnym Indyferentyzmie Mirari Vos*, p. 15 *Wolność druku*, http://www.kns.gower.pl/grzegorz_xvi/mirari.htm [dostęp 14.10.2014].

[394] Tamże, p. 16, *Tępienie złych książek*.

[395] K. Pokorna-Ignatowicz, *Kościół w świecie mediów...*, s. 18.

[396] A. Baczyński, *Jana Pawła II widzenie mediów masowych*, „Warszawskie Studia Pastoralne", 4, 2006, s. 50.

[397] F. De Vaujany, *Between eternity and actualization...*, s. 359.

[398] F. Dante, *Storia della "Civiltà Cattolica" (1850-1891). Il laboratorio del Papa*, Roma 1990, s. 57 i in.

nieoficjalny organ Stolicy Apostolskiej[399]. W lipcu 1861 r. zaczął regularnie ukazywać się „L'Osservatore Romano", oficjalne pismo Stolicy Apostolskiej[400]. Idea tak zwanej „dobrej prasy", jako odpowiedzi na coraz bardziej rozpowszechniającą się prasę niezależną, znalazła szereg popleczników. Jedną z najliczniejszych grup stanowili członkowie odnowionego Towarzystwa Jezusowego. Byli oni założycielami wielu pism katolickich między innymi we Francji, Anglii, w Niemczech, Hiszpanii i Stanach Zjednoczonych.

Wraz z upływem lat stanowisko Kościoła względem prasy stawało się coraz przychylniejsze. Było to szczególnie widoczne po wstąpieniu w 1878 r. na tron Świętego Piotra Leona XIII. W licznych swoich wypowiedziach papież ten podkreślał, że prasa, jeśli zostanie użyta w mądry, przemyślany sposób, będzie mogła oddać Kościołowi liczne usługi. Jako pierwszy z papieży, Leon XIII przedstawiał pogląd, że wolność słowa i druku nie musi być zagrożeniem dla Kościoła, a człowiek ukształtowany religijnie i intelektualnie powinien mieć wolny wybór lektur, z którymi chce się zapoznać. Były to śmiałe twierdzenia, szczególnie w kontekście obowiązującego jeszcze wówczas zakazu czytania książek i prasy prezentujących treści niezgodne z nauką Kościoła [401].

U schyłku XIX w. został wynaleziony film. Ruchomy obraz był dla żyjących w owych czasach ludzi nie mniejszą rewolucją, aniżeli internet dla współczesnych. Początkowo wynalazek filmu spotkał się z przychylnym przyjęciem przez papieża Leona XIII. Zaledwie rok po nakręceniu pierwszego ruchomego obrazu zaczęto produkować filmy o tematyce religijnej, które w okresie Wielkiego Postu wyświetlane były w kościołach[402]. Powstał specyficzny gatunek filmu religijnego. Kino czerpało z Biblii niemal gotowe scenariusze do swych produkcji, korzystając

[399] B. Secler, *Kościół i media. Następstwa Dekretu Inter mirifica*, [w:] *Między historią, politologią a medioznawstwem*, red. T. Wallas, Poznań 2010, s. 209.

[400] *L'Osservatore Romano* rozpowszechniane jest w wielu krajach na całym świecie w kilku językach. Druk czasopisma w j. francuskim rozpoczął się w 1949 r., w. j. angielskim w 1968 r. W 1969 r. rozpoczęto druk periodyku w j. hiszpańskim. Wydanie hiszpańskie drukowane jest także w Argentynie, Meksyku i Peru. W następnym roku (1971) rozpoczęto druk tygodnika w j. portugalskim, a w kolejnym (1972) w j. niemieckim. Z woli Jana Pawła II w 1980 r. powstała edycja polska, w którym to języku czasopismo wydawane jest jako miesięcznik. http://www.osservatoreromano.va/pl/pages/wydania [dostęp 23.06.2014].

[401] K. Pokorna-Ignatowicz, *Kościół w świecie mediów...*, s. 21-22; O stanowisku Kościoła w sprawie druku, filmu i prasy zob. A. Baczyński, *Media jako dobro...*, s. 284.

[402] K. Pokorna-Ignatowicz, *Kościół w świecie mediów...*, s. 27.

z faktu, że Święta Księga pełna jest barwnych opowieści o ponadczasowym charakterze[403]. W następnych latach superprodukcje o tematyce religijnej przyciągały do kin wielotysięczną publikę[404]. Najważniejsze oficjalne dokumenty kościelne odnoszące się do kinematografii powstały jednak wiele lat później.

Podobnie jak w przypadku prasy, z dużym dystansem Kościół odnosił się początkowo do radiofonii. Koncepcje związane z wykorzystaniem przez Stolicę Apostolską radia zaczęły się rysować w 1925 r. Miało to miejsce trzy lata po wstąpieniu na Tron Piotrowy Piusa XI, który okazał się wielkim entuzjastą radiofonii. Na prośbę papieża włoski jezuita, fizyk i matematyk Giuseppe Gianfranceschi rozpoczął pracę nad pierwszym projektem budowy radiostacji na terenie Watykanu, a dwa lata później Guglielmo Marconi wykonał ekspertyzy niezbędne do jego realizacji. Budowa stacji radiowej została rozpoczęta w 1929 r. Ostatecznie inauguracja Radia Watykańskiego miała miejsce 12 lutego 1931 r. Podczas uroczystości Marconi wygłosił słynne przemówienie: *Mam najwyższy zaszczyt poinformować, że w ciągu zaledwie kilku sekund, Papież, Pius XI, zainauguruje stację radiową państwa Watykan. Elektryczne fale radiowe przeniosą wszystkie jego słowa pokoju i błogosławieństwa*. Po słowach Marconi'ego Pius XI skierował do katolików na całym świecie w języku łacińskim równie entuzjastyczne inauguracyjne orędzie *Ad Universam Creaturam*, rozpoczynające się słowami: *Słuchajcie Niebiosa co mówię, niech słucha ziemia słów ust moich*[405]. Do obsługi rozgłośni Radia Watykańskiego zostali zaangażowani jezuici, których wkładu w rozwój watykańskiej radiofonii nie da się przecenić[406].

---

[403] Z. Hanas, *Podstawy wiedzy o mediach audiowizualnych*, [w:] *Media w Kościele i Kościół w mediach*, red. M. Przybysz, J. Kloch, Katowice 2012, s. 196-197; Zob. także K. Krzan, *Ekstaza w wersji pop. Poszukiwania mistyczne w kulturze popularnej*, Warszawa 2012, s. 246.

[404] Jednym z najlepszych przykładów takiej superprodukcji jest film pt. *Ben Hur* (produkcje nieme: 1907 r. reż. Sidneya Olcotta i z 1925 r., reż. Freda Niblo; film dźwiękowy z 1959 r. w reż. Williama Wylera; miniserial z 2010 r. w reż. Steve'a Shilla). Wiele innych filmów religijnych wpisało się na listę najpopularniejszych w historii kina dzieł. Niektóre z nich, jak np. superprodukcja Mela Gibsona pt. Passion of the Christ, według popularnej opinii, więcej zrobiła dla chrześcijaństwa niż dziesiątki kazań wygłaszanych w kościołach świata. B. S. Turner, *Religion and modern society...*, s. 279.

[405] Cytowane słowa Piusa XI pochodzą z Księgi Powtórzonego Prawa, rozdz. XXXII. Przemówienie papieskie zostało nagrane i do dziś znajduje się w archiwach Radia Watykańskiego. Zob. więcej http://old.radiopolska.pl/portal/article.php?story=Z_ziemi_wloskiej_do_Polski [dostęp 17.12.2014].

[406] Także dzisiaj większość pracowników radia stanowią członkowie Towarzystwa Jezusowego. Kierownikiem sekcji polskiej jest Ks. dr Leszek Gęsiak SJ. http://pl.radiovaticana.va/chisiamo5.asp [dostęp 23.06.2014]; Zob. także K. Pokorna-Ignatowicz, *Kościół w świecie mediów...*, s. 34-35. Od lat 90. XX w. Radio

Uruchomienie stacji radiowej nie oznaczało jednak rozpoczęcia stałego użytkowania przez Kościół nowego medium[407]. Możliwości radia nie zostały początkowo przez stolicę Apostolską docenione i przez kilka pierwszych lat wykorzystywano je tylko sporadycznie, z okazji ważnych wydarzeń kościelnych[408]. Przyczyn takiego stanu rzeczy można szukać m. in. w braku prawnych ustaleń dotyczących zasad jego użytkowania. Pierwsze radiowe transmisje Mszy Świętej miały miejsce już pod koniec lat 30. XX w., jednak dopiero w 1936 r. watykańska Kongregacja Rytów uznała za dopuszczalne transmitowanie kazań i ceremonii liturgicznych odbywających się we wnętrzach świątyń. Dykasteria ta zastrzegła przy tym, że wysłuchanie Mszy Świętej przez radio nie zastępuje obowiązku osobistego w niej uczestnictwa[409].

W czasie pontyfikatu Piusa XI Kościół wiele uwagi poświęcał ponadto wpływom na życie religijne filmu i prasy. Uznano, że właściwie wykorzystany potencjał tych mediów może odegrać dużą rolę w pracy ewangelizacyjnej. Przy parafiach zaczęły powstawać kluby, czytelnie i sale projekcyjne. Wiernym oferowano w nich prasę, książki oraz filmy akceptowane i polecane przez duchownych[410]. Ogłoszona w 1936 r. encyklika papieska o należytym użyciu i nadużyciu filmu *Vigilanti Cura* w całości poświęcona została kinematografii[411]. Z perspektywy czasu uznać należy, że Kościół katolicki wykorzystał szansę, jaką niesie ze sobą wynalazek filmu.

Watykańskie posiada także swoją witrynę internetową. Szerzej na ten temat zob. F. Lombardi, P. Cocco, *Vatican Radio,* [w:] *Religious Internet Communication. Facts, Trends and Expieriences in the Catholic Church.*, red. D. Arasa, L. Cantoni, L. A. Ruiz, Rome 2010, s. 203-208.

[407] Radio od początku funkcjonowania związane było z religią. Pierwszymi słowami, jakie nadano drogą radiową był fragment Ewangelii św. Łukasza, kolęda i życzenia świąteczne. Pierwszą stacją nadającą regularny program była chrześcijańska rozgłośnia z Pittsburgha powstała w 1920 r. P. Drzewiecki, *Wiara ze słuchania. Magisterium z teologii radia*, http://presscafe.eu/archives/505 [dostęp 27.12.2014].

[408] F. de Vaujany, *Between eternity and actualization...*, s. 359.

[409] H. Sławiński, *Nowoczesna technologia a liturgia...*, s. 305; Warto w tym miejscu wspomnieć, że Kościół w Polsce był jednym z pierwszych, który stosunkowo szybko zaczął wykorzystywać radio jako środek przekazu informacji dla wiernych. Polskie Radio zaczęło emitować audycje religijne już w 1927 r., czyli w czasie, gdy polska radiofonia dopiero zaczynała funkcjonować. Transmitowana 3.05.1927 r. Msza Święta z katedry w Poznaniu była najprawdopodobniej pierwszą transmisją Eucharystii w Europie. Polskie Radio transmitowało także nabożeństwa majowe z polskich sanktuariów maryjnych, z Ostrej Bramy, Piekar Śląskich, Jasnej Góry, a także rezurekcję z katedry wawelskiej. G. Łęcicki, *Media katolickie w III Rzeczypospolitej (1989-2009)*, „Kultura – Media – Teologia", 2/2, 2010, s. 117.

[410] K. Pokorna-Ignatowicz, *Kościół w świecie mediów...*, s. 37.

[411] Encyklika ta jest uważana za pierwszą próbę ustosunkowania się Kościoła katolickiego do nowych mediów. Zawiera głównie przestrogę przed filmami moralnie wątpliwymi i negatywnymi skutkami oddziaływania

Z dużą nadzieją, chociaż z pewnym niepokojem, Kościół przyjął natomiast wynalazek telewizji[412]. Obawy wynikały głównie z faktu, że telewizja w swojej ofercie bardziej kojarzyła się z szerzeniem zgorszenia, aniżeli propagowaniem wyższych wartości[413]. Wkrótce jednak okazało się, że tematyka emitowanych w telewizji programów jest niezwykle bogata i skierowana do widzów o różnorodnych oczekiwaniach. Telewizja od samego początku propagowała treści zarówno zgodne z nauczaniem Kościoła, jak i te nieakceptowane przez etykę chrześcijańską. Po raz kolejny Kościół musiał zmierzyć się z problemem negatywnego wpływu nowo powstałego medium na postawy wiernych. Podobnie jak w przypadku filmu, także w odniesieniu do telewizji Stolica Apostolska zdecydowała się nie ogłaszać nakazu unikania kontaktu z przekazem medialnym, ale zalecała umiejętny wybór z tego przekazu wartościowych treści. Wobec ogromnej popularności telewizji, Kościół uznał, że także nauka katolicka powinna znaleźć w niej swoje miejsce[414].

---

ruchomych obrazów, które przedstawiają „wszelkie zbrodnie, występki i grzech". Jednocześnie papież zachęca do promowania, na wzór amerykańskiej Legii Przyzwoitości, filmów moralnie wartościowych. *Vigilanti Cura*, p. 2, http://www.nonpossumus.pl/encykliki/Pius_XI/vigilanti_cura/wstep.php [dostęp 4.02.2014]; Zob. także K. Pokorna-Ignatowicz, *Kościół w świecie mediów...*, s. 40-41; Z. Hanas, *Podstawy wiedzy o mediach...*, s. 198-199.

[412] Pierwsze transmisje telewizyjne miały miejsce w latach 20. XX w., ale powszechny dostęp do tego medium pojawił się dopiero po II wojnie światowej. A. R. Smith, *Television. An International History*, New York 1995, s. 19 i n.

[413] K. Zanussi, *Koniec czasów Gutenberga*, [w:] *Kościół a środki społecznego przekazu*, red. J. Chrapek, Warszawa 1990, s. 8-9; Problemy z akceptacją nowych mediów w przeszłości miał nie tylko Kościół katolicki. Podobne kontrowersje przechodził również kilkadziesiąt lat temu Kościół anglikański. Koronacja Jerzego VI w 1937 r. była pierwszym medialnym wydarzeniem o tak wysokiej randze społecznej w Wielkiej Brytanii, które było transmitowane na żywo. Sprzęt rejestrujący wydarzenie, aby nie był widoczny dla osób uczestniczących w uroczystości, został umieszczony wysoko, tuż pod sklepieniem katedry. Na krótko przed chwilą w której nowo koronowany króla i królowa mieli przyjąć Najświętszy Sakrament transmisja została przerwana, a radiosłuchacze mogli w tym czasie usłyszeć muzykę kościelną nadawaną z innego miejsca. Warto wspomnieć, że w tym czasie możliwa była także telewizyjna transmisja koronacji, jednak John Reith, ówczesny dyrektor generalny BBC nie otrzymał zgody na zainstalowanie kamer w katedrze. K. Lundby, S. M. Hoover, *Summary Remarks. Mediated Religion*, [w:] *Rethinking Media, Religion, and Culture*, red. S. M. Hoover, K. Lundby, London 1997, s. 301-302.

[414] Przychylne przyjęcie nowego medium wiązało się także z głębokim kryzysem w Kościele, niezadowoleniem wiernych ze stanowiska Kościoła w wielu istotnych sprawach takich jak życie społeczne czy interpretacja zasad religijnych. Być może w obliczu narastającego kryzysu i odchodzenia wiernych od Kościoła, Stolica Apostolska zdecydowała się na przyjęcie telewizji, upatrując w tym szansę na przywrócenie prestiżu społecznego. K. Pokorna-Ignatowicz, *Kościół w świecie mediów...*, s. 49. W Polsce pierwszą telewizją katolicką była telewizja Niepokalanów, która rozpoczęła swoją działalność w 1995 r. W kolejnych latach powstały TV Puls, TV

W obranej przez Piusa XII polityce dotyczącej mediów wyraźnie widoczny był przychylny do nich stosunek. On to jako pierwszy z papieży uznał nowe ówcześnie media za cudowny dar od Boga i zobowiązał duchownych do wykorzystywania ich w pracy duszpasterskiej. Chociaż od inauguracji radia minęło już pół dekady, dopiero w 1936 r. zostały przeprowadzone dwie pierwsze radiowe transmisje Mszy Świętej. Były to pasterka z paryskiej katedry Notre Dame i pasterka celebrowana w katedrze św. Patryka w Nowym Jorku.

W styczniu 1948 r. Pius XII powołał została do życia *Papieską Komisję do spraw Obserwowania i Oceny Kościelnej Filmów o Tematyce Religijnej i Moralnej*[415]. W orędziu wielkanocnym *Voici le jour* wygłoszonym w kwietniu 1949 r., papież w entuzjastyczny sposób odniósł się do możliwości radiofonii słowami: *Powiedziano światu, że religia była u schyłku, a dzięki pomocy tego ostatniego cudu, świat ujrzy ogromny tryumf Eucharystii i Maryi*[416]. Jako pierwszy z papieży Pius XII zainteresował się zjawiskiem opinii publicznej. Dał temu wyraz poświęcając jej wiele uwagi w oficjalnych dokumentach i wystąpieniach, w których podkreślał, że opinia publiczna pełni doniosłą rolę w funkcjonowaniu demokratycznego społeczeństwa[417].

Pius XII pozostawił po sobie liczne dokumenty, przemówienia i orędzia odnoszące się do mediów. Jednak najistotniejszym z nich pozostaje opublikowana w 1957 r. encyklika o kinematografii, radiu i telewizji *Miranda Prorsus*, która rozpoczyna się słowami: *Zadziwiające wprost wynalazki techniczne, którymi szczyci się ludzkość współczesna, jakkolwiek są wynikiem wysiłku umysłu i pracy ludzkiej, to jednak w rzeczywistości są darem Boga Stwórcy naszego, od*

Trwam, Religia TV. P. Jezierski, *Catholic media in Poland*, [w:] *The Polish Media System 1989 – 2011*, red. K. Pokorna-Ignatowicz, Kraków 2002, s. 148.

[415] Zadaniem komisji była obserwacja i moralna ocena rozwijającego się kina. We wrześniu 1948 r. zmieniona została jej nazwa na *Komisja do Spraw Kinematografii Religijnej i Dydaktycznej*. W 1952 ponownie zmieniono statut komisji i uzyskała ona nazwę *Komisji do spraw Kinematografii*. F. X. de Vaujany, *Between eternity and actualization...*, s. 360.

[416] Cyt. za K. Pokorna-Ignatowicz, *Kościół w świecie mediów...*, s. 49. Cyt. oryg: *On a dit au monde que la religion était à son déclin, et, à l'aide de cette nouvelle merveille, le monde verra les grandioses triomphes de l'Eucharistie et de Marie*, Pius XII, *Discours du pape Pie XII aux fidèles, retransmis pour la première fois par la télévision française*, 17.04.1949, http://w2.vatican.va/content/pius-xii/fr/speeches/1949/documents/hf_p-xii_spe_19490417_messaggio-telev-francia.html, [dostęp 2.01.2015]; Zob. także H. Sławiński, *Nowoczesna technologia a liturgia...*, s. 306.

[417] K. Pokorna-Ignatowicz, *Kościół w świecie mediów...*, s. 52-56.

którego wszelkie dzieła dobre pochodzą[418]. Encyklika ta była pierwszym oficjalnym dokumentem zawierającym pełne stanowisko Kościoła dotyczące środków społecznego przekazu. Papież podkreślił w nim ogromne korzyści, jakie może przynieść ludzkości rozwój, zachęcił do krytycznego odbioru przekazów medialnych. Kilkanaście punktów encykliki papież poświęcił radiu, wyraził w niej także przekonanie o pozytywnej roli filmu w kształtowaniu postawy religijnej wiernych[419]. Encyklika ta stała się inspiracją dla jednego z najważniejszych dokumentów odnoszących się do mediów, wydanym przez jego następcę Pawła VI (1963-1978). Był nim ogłoszony w grudniu 1963 r. *Dekret o środkach społecznego przekazywania myśli Inter mirifica*[420]. Zawarte w nim treści nie pozostawiają wątpliwości, że Kościół akceptuje media i zamierza korzystać z nich w pracy duszpasterskiej i ewangelizacyjnej: *uznaje on (Kościół katolicki - przyp. autora) że do jego obowiązków należy głoszenie orędzia zbawienia, również za pomocą środków społecznego przekazu, i pouczanie ludzi o właściwym ich wykorzystaniu*[421].

Jednym z postulatów dekretu było ustanowienie Światowego Dnia Środków Społecznego Przekazu. Po raz pierwszy był on obchodzony na polecenie papieża Pawła VI w niedzielę 7.05.1967 r.[422] Od tego czasu każdego roku papież piastujący w tym czasie urząd wystosowuje do wiernych specjalne orędzie, nawiązujące do tematyki związanej z mediami. W tym samym czasie episkopaty poszczególnych państw sporządzają list pasterski, w którym poruszają problemy związane z funkcjonowaniem mediów w danym kraju, zgodnie z dyrektywami i zaleceniami ujętymi w ogłoszonym papieskim orędziu[423].

---

[418] Pius XII, *Encyklika o kinematografii, radiu i telewizji (Miranda Prorsus)*, [w:] *Kościół a kultura masowa*, opr. F. Adamski, Kraków 1984, s. 237.

[419] G. Ortiz, *The Catholic Church and its Attitude to film as an Arbiter of Cultural Meaning*, [w:] *Mediating Religion. Studies in Media, Religion, and Culture*, red. J. P. Mitchell, S. Marriage, London – New York 2003, s. 182-183; Zob. także K. Pokorna-Ignatowicz, *Kościół w świecie mediów...*, s. 62-67.

[420] P. Cząstka, *Ewolucja nauki Kościoła a kształtowanie się wolności słowa w prasie*, [w:] *Wolność w mediach. Między poprawnością a odpowiedzialnością,* red. M. Drożdż, Tarnów 2010, s. 129.

[421] Sobór Watykański II, *Dekret o środkach społecznego przekazywania myśli Inter mirifica*, [w:] *Sobór Watykański II. Konstytucje, dekrety, deklaracje,* Poznań 2002, s. 88.

[422] K. Stefanowicz, *Działalność Kościoła katolickiego w internecie. Nowe formy ewangelizacji*, [w:] *Kreowanie przestrzeni społecznej w cyfrowym świecie wpływ mediów na rzeczywistość polityczną oraz funkcjonowanie ruchów społecznych i religijnych w Polsce i Europie Środkowo-Wschodniej*, red. M. Łyszczarz, S. Marcinkiewicz, M. Sokołowski, Toruń 2014, s. 239.

[423] Tematyka mediów stała się jednym z ważniejszych zagadnień poruszonych przez hierarchów polskiego Kościoła podczas trwania II Synodu Plenarnego (1991-1999). Jeden z końcowych dokumentów zatytułowanych

W 1971 r. Papieska Komisja do Spraw Środków Społecznego Przekazu przedstawiła instrukcję Duszpasterską o Środkach Społecznego Przekazu *Communio et Progressio*. Ze względu na swoją wagę zwana jest ona często *Magna Charta* komunikacji społecznej. Pod wieloma względami *Communio et Progressio* pozostaje do dzisiaj jednym z najważniejszych kościelnych dokumentów odnoszącym się do mediów[424]. Odwołuje się on do wspomnianej wyżej encykliki Piusa XII *Miranda Prorsus* z 1957 r, jest rozszerzeniem nauczania soborowego, stanowi jego logiczną i formalną kontynuację[425]. W dokumencie podjęte zostały kwestie odnoszące się do wpływu mediów na ludzi, jak również wskazania dotyczące aktywności katolików w obszarze środków społecznego przekazu. Po raz kolejny Stolica Apostolska potwierdziła przychylny stosunek Kościoła do mediów: *Kościół widzi w środkach przekazu „dar Boży", ponieważ zgodnie z opatrznościowymi zamiarami Boga doprowadzają one do braterskiej przyjaźni między ludźmi, którzy w ten sposób łatwiej odpowiadają jego zbawczej woli*[426]. Paweł VI określił media jako narzędzia, z których Kościół nie tylko może korzystać, ale wykorzystanie ich potencjału jest obowiązkiem Kościoła. Papież ten podkreślił ważną rolę mediów w procesie katechizacji i pracy duszpasterskiej w 1974 r., w orędziu na VIII Światowy Dzień Środków Społecznego Przekazu:

> […] bierzemy pod uwagę stosowanie środków masowego przekazu, aby dotrzeć do krajów, środowisk i osób, do których apostolstwo słowa nie może docierać bezpośrednio ze względu na kapłanów, lub dlatego, że Kościół nie może swobodnie wypełniać swej misji[427].

W podobnym tonie utrzymane zostały papieskie tezy ujęte w adhortacji apostolskiej *Evangelii nuntiandi* z 1975 r.:

Ewangelizacja kultury i środków społecznego przekazu poświęcony został katolickim mediom. Umieszczone w nim zostały zalecenia, aby Kościół w pracy duszpasterskiej i katechetycznej posługiwał się własną prasą, rozgłośniami radiowymi i internetem. W dokumencie została podkreślona ogromna rola, jaką internet spełnia we współczesnym życiu społecznym.

[424] H. Rolfes, *Inter Mirifica, and What Followed. The Second Vatican Council as the Beginning of a New Era in the Relationship between the Church and the Media*, [w:] *Communicatio Socialis. Challenge of Theology and Ministry in the Church*, red. H. Rolfes, A. Zukowski, Kassel 2007, s. 8.

[425] K. Pokorna-Ignatowicz, *Kościół w świecie mediów...*, s. 12.

[426] Instrukcja Duszpasterska o Środkach Społecznego Przekazu *Communio et Progressio*, s. 277.

[427] Paweł VI, Orędzie na VIII Międzynarodowy Dzień Środków Społecznego Przekazu, *Środki społecznego przekazu i ewangelizacja*, http://www.nonpossumus.pl/encykliki/Pawel_VI/sdssp_08/ [dostęp 11.12.2014].

> W naszych czasach, które charakteryzują się używaniem środków społecznego przekazu, zwanych mass-media, przy pierwszym zapoznawaniu z wiarą, w nauczaniu katechetycznym, czy w dalszym pogłębianiu wiary, nie może braknąć ich pomocy […] Kościół byłby winny przed swoim Panem, gdyby nie używał tych potężnych pomocy, które ludzki umysł coraz bardziej usprawnia i doskonali[428].

Dwa lata później papież postulował, aby instytucje związane z Kościołem stale śledziły rozwój nowoczesnej techniki i czerpały z niej natchnienie dla szerzenia ewangelicznego przesłania[429].

Najintensywniejszy rozwój nowoczesnych mediów przypadł na czas pontyfikatu Jana Pawła II (1978-2005). Polski papież w pełni uświadamiał sobie siłę mediów w kształtowaniu postaw i przekonań religijnych społeczeństw[430]. W trakcie pełnienia najwyższej funkcji w Kościele katolickim wygłosił on i napisał ponad 200 tekstów o mediach i dziennikarstwie. Uznawał on nowoczesne środki przekazu za potężne narzędzie kształtowania opinii publicznej, które choć kryją w sobie wielkie zagrożenie, to są wielką szansą dla Kościoła i stojącego przed nim zadania ewangelizacji. To ogromne zainteresowanie Jana Pawła II mediami sprawiło, że nadano mu przydomek *Papieża mediów*[431]. Lata jego pontyfikatu to czas intensywnego wzrostu zainteresowania mediami w kontekście obecności w nich tematyki religijnej.

W latach 80. XX w. powstała nowa dyscyplina naukowa zwana teologią środków społecznego przekazu lub teologią mass-mediów (mass-mediologią), zajmująca się różnymi aspektami funkcjonowania środków społecznego komunikowania w życiu Kościoła. W zakres jej zainteresowań wchodzą zagadnienia związane z teologią, socjologią, filozofią, historią kultury a także naukami technicznymi. Nauka ta, przez niektórych teologów bardziej uznawana jest za „refleksję nad mediami". Warto wspomnieć, że w Polsce cieszy się ona dużym zainteresowaniem

[428] Paweł VI, Adhortacja Apostolska *Evangelii nuntiandi*, 1975, R. IV, p. 45, [w:] *Jan XXIII, Paweł VI, Jan Paweł II, Encykliki. Tekst łacińsko-polski*, Warszawa 1981, s. 391.

[429].Paweł VI, Orędzie Na XI Światowy Dzień Środków Społecznego Przekazu, *Środki społecznego przekazu: korzyści – niebezpieczeństwa – odpowiedzialność*, Watykan 1977, http://www.nonpossumus.pl/encykliki/Pawel_VI/sdssp_11/ [dostęp 11.12.2014].

[430] B. S. Turner, *Religion and modern society...*, s. 222; Zob. także D. Górska, *Ewangelizacja przez sieć Internet*, „Fides. Biuletyn Bibliotek Kościelnych", 2/1999, s. 82-84.

[431] A. Lewek, *Informacja w nauce Kościoła o mediach*, „Kultura – Media – Teologia", 2/2, 2010, s. 16; E. Robek, *Główne idee nauczania Jana Pawła II o mediach i dziennikarstwie*, „Studia Warszawskie Pastoralne", 13, 2011, s. 247.

uznanych teologów i badaczy. I tak na przykład na Wydziale Nauk Społecznych Uniwersytetu Papieskiego Jana Pawła II w Krakowie w ramach Instytutu Dziennikarstwa działają dwie katedry nawiązujące do refleksji teologicznej nad mediami. Są to Katedra Duchowości Mediów i Relacji Społecznych oraz Katedra Teologii Mediów[432]. Tam też, z inicjatywy ks. prof. Michała Drożdża corocznie od 2007 r. odbywa się Międzynarodowa Konferencja Etyki Mediów.

W 1990 r. Jan Paweł II ogłosił orędzie na XXIV Światowy Dzień Środków Społecznego Przekazu, *Misja Kościoła w erze komputerów*[433]. Dokument ten ukazał się 10 lat po upowszechnieniu się komputerów osobistych, ale równocześnie kilka lat przed ekspansją internetu. Co prawda pojęcie „internet" nie pojawia się w treści dokumentu, jednak papież w niezwykle trafny sposób dokonał prognozy spodziewanych zmian w świecie, wynikających z postępu technicznego i rozwoju technik telekomunikacyjnych związanych z pojawieniem się internetu. W nawiązaniu do Soboru Watykańskiego II papież przypomniał, że postęp techniczny „zmienia oblicze ziemi", a *Ojcowie Soboru […] uznali, że w szczególności szybkie tempo rozwoju nowych technologii przekazu informacji musi wywołać reakcję łańcuchową i prowadzić do nieoczekiwanych konsekwencji*[434]. Papież podkreślił, że środki społecznego przekazu to nie tylko narzędzia, czy wytwory techniki, ale *część pewnej kultury, wciąż jeszcze podlegającej ewolucji, której wszystkie implikacje nie są na razie dokładnie rozpoznane, a jej możliwości wykorzystywane są jak dotąd tylko częściowo*[435].

W encyklice *Redemptoris Missio* z 1990 r. Jan Paweł II przyrównał nowe w owych czasach medium do współczesnego Areopagu, symbolu nowych miejsc, z których należy głosić Ewangelię:

---

[432] K. Klauza, *Eklezjogenetyczna funkcja środków społecznego przekazu,* [w:] *Kościół a środki społecznego przekazu*, red. J. Chrapek, Warszawa 1990, s. 160; Na temat problematyki związanej z teologią mediów zob. M. Laskowska, *Media i teologia. Kierunki badań teologicznych w ujęciu magisterium Kościoła*, „Teologia praktyczna", 14, 2013, s. 142-147. Na temat teologii mediów i obszaru jej zainteresowań zob. także J. Majewski, *Media a religia. Czwarte kuszenie Chrystusa?*, „Homo Dei. Przegląd Teologiczno-Duszpasterski", 1, 2008, s. 30-46; A. Lewek, *Podstawy edukacji medialnej i dziennikarskiej*, Warszawa 2003, s. 22-23.

[433] Orędzie papieskie *Misja Kościoła w erze komputerów* z 1990 r. było pierwszym dokumentem, w którym pojawiło się pojęcie *komputer*. W dokumencie tym nie ma jeszcze mowy o internecie, jednak Papież pisze o rozwoju technologii i technikach telekomunikacyjnych, skomputeryzowanych systemach uczestnictwa i o kulturze komputerowej.

[434] Jan Paweł II, Orędzie na XXIV Światowy Dzień Środków Społecznego Przekazu *Misja Kościoła w erze komputerów*, [w:] *Internet i Kościół*, red. J. Kloch, Warszawa 2011, s. 18.

[435] Tamże, s. 18.

> Pierwszym „areopagiem" współczesnym jest świat środków przekazu, który jednoczy ludzkość i czyni z niej, jak to się określa, „światową wioskę". […] Środki społecznego przekazu osiągnęły takie znaczenie, że dla wielu są głównym narzędziem informacyjnym i formacyjnym, przewodnikiem i natchnieniem w zachowaniach indywidualnych, rodzinnych, społecznych […] Zaangażowanie w dziedzinie środków społecznego przekazu nie ma jednak wyłącznie na celu zwielokrotnienia przepowiadania. […] Nie wystarcza zatem używać ich do szerzenia orędzia chrześcijańskiego i Magisterium Kościoła, ale trzeba włączyć samo orędzie w tę „nową kulturę", stworzoną przez nowoczesne środki przekazu[436].

W instrukcji duszpasterskiej *Aetatis novae* z 1992 r. zawarte zostały tezy, które do dzisiaj zachowują swoją aktualność. Jedno z jej sformułowań głosi, że *potęga środków przekazu jest tak wielka, że wpływają one nie tylko na to, jak ludzie myślą, ale także o czym myślą*. Kolejna, nie tracąca aktualności myśl głosiła, że środki przekazu mogą zarówno umacniać, jak i niszczyć tradycyjne wartości w sferze religijności, kultury i życia rodzinnego[437].

Trzy lata później, w 1995 r. została inaugurowana oficjalna witryna internetowa www.vatican.com, co należy uznać za szczególny wyraz aprobaty Stolicy Apostolskiej dla technologii sieciowych. Powstała ona w czasie, gdy liczba instytucjonalnych kościelnych stron była niewielka. Miała służyć głównie jako przestrzeń publikowania dokumentów wydanych przez Stolicę Apostolską. W pierwszym roku funkcjonowania miesięcznie odwiedzało ją około 7 milionów internautów, przy czym największym powodzeniem cieszyły się strony przedstawiające sylwetkę papieża Jana Pawła II[438]. Zakres tematyczny i liczba artykułów systematycznie rosła. Witryna watykańska jest obecnie bogata w treści, do których dotarcie przed jej utworzeniem było niezwykle trudne. Służy głównie jako repozytorium oficjalnych oświadczeń i materiałów źródłowych. Można tu znaleźć wszystkie ważniejsze dokumenty odnoszące się do oficjalnego nauczania Kościoła i jego doktryny. Treści udostępnione są, w zależności od

[436] Jan Paweł II, Encyklika *Redemptoris Missio - O stałej aktualności posłania misyjnego*, [w:] *Encykliki Ojca Świętego Jana Pawła II*, opr. W. Życiński, Kraków 1996, s. 554-555.

[437] Papieska Rada do Spraw Środków Społecznego Przekazu, *Aetatis novae, Instrukcja Duszpasterska o przekazie społecznym w dwudziestą rocznicę ogłoszenia instrukcji Communio et Progressio*, [w:] *Ewangelizacja przez media*, red. M. Gołąb, J. Szewek, Kraków 2006, s. 27.

[438] D. Kuczwał, *Internet w duszpasterstwie Kościoła katolickiego*, „Perspectiva. Legnickie Studia Teologiczno-Historyczne", 16/1, 2010, s. 81.

dokumentu, w 7 do 10 językach, niektóre z nich zostały opublikowane w językach chińskim i arabskim[439].

Pomimo, że Stolica Apostolska znalazła dla siebie miejsce w nowym medium, nie znaczy to, że nie dostrzegała także zagrożeń, które mogło ono nieść dla jego użytkowników. W dokumencie Papieskiej Rady do Spraw Środków Masowego Przekazu z 2000 r. obawy te zostały sformułowane w następujący sposób: *Zwłaszcza internet budzi niepokój z powodu «jego radykalnie nowych konsekwencji, takich jak utrata samoistnej wartości poszczególnych informacji, uniformizacja i monotonia przekazywanych treści, zredukowanych do czystej informacji, brak odpowiedzialnego odzewu (feedback) i pewne osłabienie relacji międzyludzkich»*[440]. Podkreślony także został dualizm wpływu internetu na jednostkę ludzką: *Człowiek może się wspiąć na wyżyny ludzkiego geniuszu i cnoty albo pogrążyć się w otchłani ludzkiego poniżenia, siedząc samotnie przed ekranem i klawiaturą*[441].

Koniec XX w. stanowił przełomowy moment dla niemal wszystkich sfer życia społecznego w kontekście przemian związanych z rozwojem nowych technologii i globalizacją. Coraz mocniej zarysowała się relacja religijności jednostki z rozbudowaną sferą jej medialnego bytu. W 1999 r. polski papież ogłosił świętego Izydora z Sewilli patronem internetu, internautów i programistów. Tym samym światowa sieć stała się pełnoprawnym elementem rzeczywistości Kościoła[442]. W 1999 r. Jan Paweł II jako pierwszy papież stał się użytkownikiem poczty

[439] Dokładny opis przedstawiony jako stadium przypadku powstania i funkcjonowania witryny Stolicy Apostolskiej został przedstawiony przez jej twórczynię i opiekunkę Judith Zoebelein. J. Zoebelein, *The Vatican*, [w:] *Religious Internet Communication. Facts, Trends and Expieriences in the Catholic Church.*, red. D. Arasa, L. Cantoni, L. A. Ruiz, Rome 2010, s. 139-144; Zob. także J. Botelho, *Church and the Internet*..., s. 238; J. McDonnell, *Catholic Approaches to the Internet*, http://www.questia.com/read/1G1-285994484/catholic-approaches-to-the-internet [dostęp 13.01.2014].

[440] Papieska Rada do Spraw Środków Społecznego Przekazu, *Etyka w środkach społecznego przekazu*, „L'Osservatore Romano" (wyd. polskie), 232/4, 2001, s. 54.

[441] Tamże, s. 55.

[442] A. Górny, *Religijne portale internetowe...*, s. 182; Święty Izydor zm. w VI w. był twórcą pierwszej encyklopedii wiedzy teologicznej i świeckiej. Jej charakterystyczną cechą był łatwy dostep do informacji z poszczególnych dziedzin nauki, w czym przypominała współczesny internet. Liturgiczne wspomnienie św. Izydora Kościół obchodzi 4 kwietnia. H. Honisz, *Internet jako miejsce ewangelizacji*, [w:] *Wartości w Mediach - z doliny na szczyty*, red. A. Baczyński, M. Drożdż, Tarnów 2012, s. 316.

e-mailowej. Wykorzystał ją do symultanicznego przesłania posynodalnej adhortacji apostolskiej *Ecclesia in Oceania* do wszystkich diecezji regionu[443].

Przełomowym momentem otwierającym drogę instytucjom kościelnym do wykorzystania internetu w pracy wspomagającej ewangelizację stało się orędzie papieża w 2001 r. na XXXV Światowy Dzień Środków Społecznego Przekazu, *Rozgłaszajcie to na dachach: ewangelia w epoce globalnej komunikacji*. Papież odniósł się bezpośrednio do internetu, jako potężnego medium *zdolnego przenosić także religijne informacje i nauczanie poza wszelkie bariery i granice*. Stwierdził wówczas: *Możliwość przemawiania do tak szerokiego kręgu odbiorców nie istniała nawet w najbardziej fantastycznych wyobrażeniach tych, którzy głosili Ewangelię przed nami*[444].

Orędzie papieskie na XXXVI Światowy Dzień Środków Społecznego Przekazu *Internet: nowe forum głoszenia Ewangelii* w całości zostało poświęcone internetowi. Jan Paweł II określił w nim sieć internetową jako drogę, która prowadzi z wirtualnej przestrzeni do świadomego uczestnictwa w chrześcijańskiej wspólnocie w rzeczywistym świecie:

> Kościół podchodzi do tego nowego środka międzyludzkiej komunikacji z realizmem i zaufaniem. Internet, podobnie odobnie jak inne narzędzia komunikacji, jest środkiem, a nie celem samym w sobie. Może on stworzyć wspaniałe warunki do prowadzenia ewangelizacji, pod warunkiem, że będziemy zeń korzystać w sposób kompetentny, z pełną świadomością jego zalet i wad. Nade wszystko zaś Internet, jako narzędzie, które dostarcza informacji i rozbudza nasze zainteresowania, może stać się okazją do pierwszego spotkania z chrześcijańskim przesłaniem, szczególnie dla młodych, którzy coraz częściej korzystają z cyberprzestrzeni, uważając ją za swoje okno na świat. Z tego względu wspólnota chrześcijańska powinna się zastanowić, w jaki sposób można konkretnie pomóc tym wszystkim, którzy po raz pierwszy stykają się z chrześcijaństwem za pośrednictwem Internetu, aby mogli przejść z wirtualnego świata cyberprzestrzeni do rzeczywistego świata wspólnoty chrześcijańskiej[445].

---

[443] D. Raś, *Papieski e-mail,* http://www.opoka.org.pl/biblioteka/Z/ZW/ecclesia_oceania_email.html [dostęp 26.11.2012].

[444] Jan Paweł II, Orędzie na XXXV Światowy Dzień Środków Społecznego Przekazu, *Rozgłaszajcie to na dachach: Ewangelia w epoce globalnej komunikacji*, „L'Osservatore Romano" (wyd. polskie), 232/4, 2001, s. 5.

[445] Jan Paweł II, Orędzie na XXXVI Światowy Dzień Środków Społecznego Przekazu, *Internet - nowe forum głoszenia Ewangelii*, [w:] *Internet i Kościół*, red. J. Kloch, Warszawa 2011, s. 24-25.

Swój stosunek do mass-mediów Jan Paweł II opierał o stanowisko wypracowane przez uczestników Soboru Watykańskiego II, którzy nie wahali się nazwać ich „cudownymi”[446]. Sobór ten stał się także w swym przesłaniu wyrazem otwarcia instytucji kościelnych na nowoczesne środki komunikacji i przekazu. Z całą pewnością Sobór Watykański II dał początek nowej ery w stosunkach między Kościołem a mediami. Od tego czasu środki społecznego przekazu zostały włączone do oficjalnej, odnowionej doktryny Kościoła. Sobór dokonał zwrotu od informacji do komunikacji, kładąc nacisk na zwiększenie udziału dialogu w kontaktach instytucji kościelnej z wiernymi[447]. W trakcie soborowych obrad po raz pierwszy został użyty termin *Communicatio Socialis*. O wiele precyzyjniej oddawał on istotę komunikacji międzyludzkiej, niż używane do tej pory pojęcie „mass-media”[448]. W terminologii związanej z mediami Kościół obecnie używa we wszystkich oficjalnych dokumentach pojęcia „środki społecznego przekazu” unikając dehumanizującego określenia „środki masowego przekazu”[449].

W 2002 r. Papieska Rada do spraw Środków Społecznego Przekazu proklamowała dwa ważne dokumenty, w których odniosła się do kwestii wykorzystania internetu w pracy duszpasterskiej. W pierwszym z nich, *Kościół a Internet*, został skierowany apel do duchownych każdego szczebla oraz do świeckich członków kościelnej wspólnoty, aby czynnie wprowadzili Kościół do cyberprzestrzeni:

---

[446] Tezy te zostały zawarte w *Dekrecie o środkach społecznego przekazywania myśli Inter mirifica*. Problem mediów zawężał się do prasy, kinematografii, radiofonii i telewizji. W dokumencie tym znaleźć można zapis: *środki te, właściwie użyte, oddają rodzajowi ludzkiemu wielką przysługę, ponieważ przyczyniają się niemało do odprężenia i ubogacenia ducha oraz szerzenia i umacniania Królestwa Bożego*.

[447] M. Jagodziński, *Teologiczno-komunikacyjny kontekst interpretacyjny informacji*, [w:] *Nauka – Etyka – Wiara. NEW ’09. Konferencja Chrześcijańskiego Forum Pracowników Nauki. Jastrzębia Góra 11-14 czerwca 2009 (Na początku była informacja)*, red. A. Zabłotny, A. Niemyska, Warszawa 2009, s. 112.

[448] H. Rolfes, *Inter Mirifica, and What Followed...*, s. 8.

[449] Zastosowanie przez Kościół określenia „społeczny”, w miejsce „masowy”, co wynikałoby z tłumaczenia z języka angielskiego pojęcia „mass-media” miało na celu zwrócenie uwagi, że środki te mają pełnić rolę uspołecznienia człowieka i uczynienia go otwartym na innych ludzi. Społeczeństwo nie jest „masą ludzką”, którą można dobrowolnie manipulować, ale złożonym organizmem, zdolnym do zachowania swojej podmiotowości. W przemówieniu w 1980 r. Papież podkreślił: *Skoro środki te są „społecznymi” środkami przekazu, nie mogą pozostawać tylko środkami dominacji nad innymi czy to ze strony czynników sprawujących władzę polityczną, czy też ze strony potentatów finansowych, dyktujących ich program i profil.[...] Muszą liczyć się z kulturą narodu i jego historią.* Jan Paweł II, *Przyszłość człowieka zależy od kultury*. Przemówienie wygłoszone 2.06.1980 r. w Paryżu, w siedzibie UNESCO, *Przemówienia i homilie Ojca Świętego Jana Pawła II*, red. J. Poniewierski, Kraków 1997, s. 279-280.

> Zachęcamy związane z Kościołem grupy, które jeszcze nie podjęły kroków do wejścia w cyberprzestrzeń, by zastanowiły się nad możliwością uczynienia tego jak najszybciej. Usilnie zalecamy wymianę pomysłów i informacji co do internetu pomiędzy tymi, którzy mają już w tej dziedzinie doświadczenie a nowicjuszami[450].

W tym samym dokumencie zaznaczone zostało, że choć strony WWW stają się standardowymi dokumentami instytucji kościelnych – diecezji, parafii, zakonów, seminariów, wydawnictw oraz rozmaitych organizacji katolickich, nie znaczy to, że Kościół w bezkrytycznym zachwycie nie dostrzega także i zagrożeń wynikających z użytkowania internetu. Mocno zasygnalizowany został problem obecności w internecie stron, które uderzają w Kościół katolicki. W dokumencie ujęta została przyczyna tego stanu rzeczy: *Wynika to po części stąd, że kultura medialna jest tak głęboko przepojona typowo postmodernistyczną mentalnością, dla której jedyną absolutną prawdą jest ta, iż nie istnieją prawdy absolutne, a gdyby nawet istniały, byłyby niedostępne dla ludzkiego rozumu i tym samym pozbawione znaczenia*[451]. Także w tym dokumencie zostało nakreślone stanowisko Kościoła odnoszące się do granic dopuszczalnych praktyk pobożnościowych, które katolicy mogą podejmować za pośrednictwem sieci komputerowej.

Drugi z dokumentów opublikowanych w 2002 r. przez Papieską Radę do Spraw Środków Społecznego Przekazu zatytułowany *Etyka w Internecie* odnosił się do katolickiej wizji wykorzystania internetu[452]. Był on niejako kontynuacją dokumentu przedstawionego przez radę dwa lata wcześniej, dotyczącego etyki w środkach społecznego przekazu.

Janowi Pawłowi II nieobca była także problematyka edukacji do mediów. W orędziu na Światowy Dzień Środków Społecznego Przekazu w 2004 r. podkreślił, że w edukacji medialnej bardzo ważną, a równocześnie pierwszą rolę odgrywa rodzina. Tym samym papież zwrócił uwagę na potrzebę przygotowania dzieci do korzystania z mediów jeszcze w wieku

[450] Dokument Papieskiej Rady do spraw Środków Społecznego Przekazu, *Kościół a Internet*, [w:] *Internet i Kościół*, red. J. Kloch, Warszawa 2011, s. 35.

[451] Tamże, s. 36.

[452] Dokumenty *Kościół a Internet* i *Etyka w Internecie* stanowią dwa niejako uzupełniające się dokumenty. Pierwszy z nich mówił o tym, jak Kościół powinien korzystać z nowoczesnego narzędzia, drugi natomiast określa etyczne standarty użytkowani sieci komputerowej.

przedszkolnym[453]. W świetle faktu, że najmłodszy pacjent terapii uzależnień komputerowych w Polsce w 2012 r. miał dwa lata, problem edukacji do odbioru mediów uznać należy za jeden z priorytetowych[454]. Ostatnim dotyczącym komunikacji dokumentem podpisanym przez papieża Polaka był wpisujący się w obchody 40-lecia powstania dekretu *Inter mirifica* list apostolski do odpowiedzialnych za środki społecznego przekazu *Il rapido sviluppo – Szybki postęp* z 2005 r. Papież dokonał w nim refleksji krytycznej użytkowania mediów przez Kościół w dziele ewangelizacyjnym, odniósł się do technologii stojących u źródeł nowej kultury: *Kościół bowiem nie tylko wezwany jest do tego, aby korzystał z mediów w celu szerzenia Ewangelii, ale – dzisiaj jak nigdy dotąd – do zespolenia zbawczego orędzia z „nową kulturą", którą potężne narzędzia komunikowania tworzą i nagłaśniają. Odczuwa on, że posługiwanie się techniką i technologią współczesnej komunikacji jest integralną częścią jego misji w trzecim tysiącleciu*[455].

W ostatnich latach Orędzia Apostolskie z okazji Światowego Dnia Środków Społecznego Przekazu coraz bardziej szczegółowo odnoszą się do szans i możliwości, jakie oferują współczesnemu Kościołowi intensywnie rozwijające się nowoczesne technologie komunikacyjne. Podczas sympozjów i obrad przywódców kościelnych, dotyczących ewangelizacji i dialogu Kościoła ze światem, pojawiają się mocne nawiązania do prowadzenia misji duszpasterskiej w „świecie cyfrowym". To szansa na dotarcie z przesłaniem do wszystkich i do każdego z osobna. *Nowoczesne technologie pozwalają stworzyć nowe relacje z tymi, którzy szukają sensu życia, pragnąc prawdy i dobra*[456].

Wielokrotnie tematykę internetu i nowych mediów podejmował następca Jana Pawła II, Benedykt XVI (2005-2013). W 2009 r. w orędziu na XLIII Światowy Dzień Środków Społecznego Przekazu papież podkreślił znaczenie wykorzystania nowoczesnych narzędzi

[453] Wnikliwa analiza papieskiego nauczania o mediach została przeprowadzona w pracach: *Media i dziennikarstwo w nauczaniu Jana Pawła II*, red. A. Lewek, Warszawa 2008, A. Baczyński, M. Drożdż, *Nie lękajcie się. Jan Paweł II i media*, Kraków 2011, oraz G. Łęcicki, *Media audiowizualne w nauczaniu Jana Pawła II*, Warszawa 2012.

[454] P. Boroń, *Edukacja przez media..., http://www.ktime.up.krakow.pl/symp2013/referaty_2013_10/boron.pdf* [dostęp 13.12.2013].

[455] Jan Paweł II, *Il rapido sviluppo - Szybki postęp. List apostolski do odpowiedzialnych za środki społecznego przekazu*, [w:] *Mediokracja w Polsce*, red. I. Skubiś, Częstochowa 2008, s. 199-200.

[456] *Kościół a nowe technologie przekazu jako szansa dla misji duszpasterskie*, Komunikat ze spotkania w Maladze 28-30.06.2010, http://www.deon.pl/religia/kosciol-i-swiat/z-zycia-kosciola/art,2234,nowe-technologie-przekazu-w-duszpasterstwie.html [dostęp 3.11.2013].

technologicznych słowami: *Dostęp do telefonów komórkowych i komputerów, w połączeniu z globalnym zasięgiem oraz rozprzestrzenianiem się Internetu, stworzył wiele dróg, jakimi momentalnie można przesyłać słowa i obrazy do najodleglejszych i najbardziej odosobnionych zakątkówświata"*[457]. Rok później zaś nawoływał do wykorzystania potencjału informacyjnego nowych mediów:

> Któż lepiej niż człowiek Boży może, dzięki własnym umiejętnościom w zakresie nowych mediów cyfrowych, rozwinąć i wprowadzić w życie duszpasterstwo, które sprawi, że Bóg będzie żywy i aktualny w dzisiejszej rzeczywistości, a religijna mądrość przeszłości będzie ukazywana jako bogactwo rzeczywistości, a religijna mądrość przeszłości będzie ukazywana jako bogactwo, z którego można czerpać […][458].

W posynodalnej adhortacji apostolskiej *Verbum Domini* po raz kolejny papież podkreślił, że Słowo Boże powinno być dostępne nie tylko w formie drukowanej, lecz także być rozpowszechniane poprzez inne formy przekazu: *Również w świecie Internetu, dzięki któremu na milionach monitorów mogą pojawiać się miliardy obrazów na całym świecie, powinno być widoczne oblicze Chrystusa i słyszalny Jego głos*[459].

W 2011 r. w przemówieniu z okazji zgromadzenia plenarnego Kongregacji Edukacji Katolickiej papież po raz kolejny podkreślił swoją aprobatę dla działalności duszpasterskiej wspomaganej narzędziami internetowymi:

> Kiedy jest wykorzystywany z rozwagą [internet – przyp. autora], w sposób inteligentny i roztropny, stanowi narzędzie, którym można się posłużyć nie tylko w nauce, ale także w działalności duszpasterskiej przyszłych księży w różnych dziedzinach życia kościelnego, takich jak ewangelizacja, misje, katecheza, projekty edukacyjne i zarządzanie instytucjami[460].

---

[457] Benedykt XVI, Orędzie na XLIII Światowy Dzień Środków Społecznego Przekazu *Nowe technologie, nowe relacje. Trzeba rozpowszechniać kulturę szacunku, dialogu i przyjaźni*, [w:] *Internet i Kościół*, red. J. Kloch, Warszawa 2011, s. 72.

[458] Benedykt XVI, Orędzie na XLIV Światowy Dzień Środków Społecznego Przekazu, *Kapłan i duszpasterstwo w cyfrowym świecie: nowe media w służbie Słowa,* [w:] *Internet i Kościół*, red. J. Kloch, Warszawa 2011, s. 85.

[459] Benedykt XVI, *Adhortacja Apostolska Verbum Domini. O Słowie Bożym w Życiu i Misji Kościoła,* Kraków 2010, s. 117.

[460] Przemówienie z okazji zgromadzenia plenarnego Kongregacji Edukacji Katolickiej: *Rola internetu w formacji seminaryjnej*. Benedykt XVI spotkał się 7.02.2011r. w Sali Konsystorza z uczestnikami zgromadzenia

W tym samym roku, w przesłaniu na XLV Światowy Dzień Środków Społecznego Przekazu, Papież podkreślił, że *sieć jest integralną częścią ludzkiego życia. Internet przyczynia się do rozwoju nowych i bardziej złożonych form świadomości intelektualnej i duchowej, wspólnych przekonań*[461].

Dwa lata później, w 2013 r., w orędziu na XLVII Światowy Dzień Środków Społecznego Przekazu papież odniósł się do popularności sieci społecznościowych i podkreślił potrzebę autentyczności w komunikacji sieciowej. W dokumencie tym nie po raz pierwszy skierował do młodzieży apel o ich obecność, jako chrześcijan, w cyfrowej przestrzeni. Przypomniał także słowa, które skierował w maju 2010 r. podczas spotkania do przedstawicieli świata kultury w Lizbonie: *Skoro istnieje różnorodność kulturowa, należy dążyć do tego, by ludzie nie tylko zaakceptowali inne kultury, ale starali się też ubogacać się nimi i ofiarować im to, co w ich własnej kulturze jest dobre, prawdziwe i piękne*[462]. W swoich słowach papież podkreślił, że ścisłe rozróżnianie tego co realne, od tego co wirtualne powoli zaczyna tracić sens*: Świat cyfrowy nie jest światem paralelnym ani czysto wirtualnym, lecz dla wielu ludzi, zwłaszcza najmłodszych, stanowi część codziennej rzeczywistości*[463]. Benedykt XVI odnosił się do problemu mediów w Kościele katolickim wielokrotnie. Temat podejmował w okolicznościowych przemówieniach, encyklikach, orędziach, listach i adhortacjach. Podkreślał wymiar edukacyjny, aksjologiczny, wychowawczy i społeczno-kulturowy mediów, a także ich istotność w procesie formacyjnym[464].

Piastujący obecnie najwyższy urząd w Kościele katolickim papież Franciszek, podobnie jak jego poprzednicy, również nie pozostaje obojętny wobec znaczenia wykorzystania mediów w dziele ewangelizacyjnym. W pierwszym napisanym przez siebie orędziu na XLVIII Światowy

---

plenarnego Kongregacji Edukacji Katolickiej (Seminariów i Instytucji Naukowych). Benedykt XVI, *Rola internetu w formacji seminaryjnej*, [w:] *Internet i Kościół*, red. J. Kloch, Warszawa 2011, s. 96-97.

[461] Benedykt XVI, Orędzie na XLV Światowy Dzień Środków Społecznego Przekazu, *Prawda, przepowiadanie i autentyczność życia w erze cyfrowej*, L'Osservatore Romano" (wyd. polskie), 331/3, 2011, s. 10.

[462] Benedykt XVI, Orędzie na XLVII Światowy Dzień Środków Społecznego Przekazu *Sieci społecznościowe: Bramy prawdy i wiary, nowe miejsca ewangelizacji,* „L'Osservatore Romano" (wyd. polskie), 351/3-4, 2013, s. 11.

[463] Tamże.

[464] M. Klementowicz, *Edukacyjne zadania mediów w świetle wypowiedzi Benedykta XVI* , [w:] *Media w edukacji. Obszary lokalności – różnorodność współczesności*, red. A. Roguska, Siedlce 2013, s. 261-267; K. C. Graham, *Facebook, Social Media Can Bring Church Back to Its Roots*, „National Catholic Reporter", 47/11, 2011, https://www.questia.com/read/1G1-253388263/facebook-social-media-can-bring-church-back-to-its[dostęp 6.11.2014].

Dzień Środków Społecznego Przekazu papież wyraźnie określił wybraną przez siebie strategię dotyczącą wykorzystania nowoczesnych mediów w życiu Kościoła. Kolejne akapity orędzia potwierdziły, że jest to kontynuacja drogi, jaką obrali dwaj jego poprzednicy. Franciszek rozpoczął od słów: *Żyjemy dziś w świecie, który staje się coraz "mniejszy"*[465]. W dalszej części orędzia papież podkreślił ambiwalentny charakter mediów: *szybkość przekazu informacji przewyższa nasze zdolności refleksji i osądu i nie pozwala to na zrównoważone i poprawne wyrażanie samych siebie [...] Świat środków przekazu może nam pomóc się rozwijać, lub przeciwnie, może nas dezorientować*[466]. Papież Franciszek podkreślił jednak nadrzędną rolę człowieka w procesie komunikowania się, prymat człowieka nad maszyną*: [...] przekaz jest w ostatecznym rozrachunku bardziej zdobyczą ludzką niż technologiczną*[467].

W ostatnich słowach orędzia wskazał na wagę podejmowania dialogu pomiędzy ludźmi i rolę, jaką w tym zadaniu mogą pełnić cyfrowe media. Papież podkreślił przy tym, że otwarcie drzwi kościołów oznacza także otwieranie ich w środowisku cyfrowym:

> Nie bójcie się zamieszkać w świecie cyfrowym. Wrażliwość i obecność Kościoła w świecie przekazu są ważne, aby prowadzić dialog z dzisiejszym człowiekiem i prowadzić go na spotkanie z Chrystusem: Kościoła, który towarzyszy w drodze i potrafi iść ze wszystkimi. W tym kontekście rewolucja w dziedzinie środków przekazu i informacji jest wielkim i pasjonującym wyzwaniem, które wymaga świeżej energii i nowej wyobraźni, by przekazywać innym piękno Boga[468].

Franciszek nawiązał też bezpośrednio do roli i znaczenia sieci społecznościowych w dziele ewangelizacji. Podkreślił, że mogą i powinny być one miejscem realizacji chrześcijańskiego powołania: *Przekaz przyczynia się do nadawania kształtu misyjnemu powołaniu całego Kościoła, a sieci społecznościowe stanowią dziś jedno z miejsc, w których można żyć tym powołaniem do odkrywania piękna wiary, piękna spotkania z Chrystusem* [469].

[465] Franciszek, Orędzie na XLVIII. Światowy Dzień Środków Społecznego Przekazu *Przekaz w służbie autentycznej kultury spotkania*, „L'Osservatore Romano" (wyd. polskie), 359/2, 2014, s. 6.

[466] Tamże.

[467] Tamże, s. 6-7.

[468] Tamże, s. 8.

[469] Tamże, s 7.

Dokumenty, z których pochodzą cytowane wypowiedzi, wyraźnie potwierdzają konsekwentną kontynuację przez Stolicę Apostolską przyjętej kilka dekad wcześniej przez Pawła VI strategii włączania mediów w pracę duszpasterską i ewangelizacyjną Kościoła. Media odnosząc się do obranej przez Franciszka koncepcji budowania relacji Kościoła z mediami, piszą o medialnej rewolucji. Doceniają prosty styl wypowiedzi i bezpośredni język, jakim posługuje się ten papież. Argentyński dziennik *La Nación* w jednym ze swoich artykułów podsumował medialną działalność Franciszka stwierdzeniem: *Franciszek urodził się dla Twittera*[470].

Łączenie się wirtualności z rzeczywistym światem zostało jeszcze wielokrotnie podkreślone w wypowiedziach wysokich dostojników kościelnych. Przewodniczący Papieskiej Rady do spraw Środków Społecznego Przekazu, Claudio Maria Celli, głosząc wykład inauguracyjny 28.10.2013 r. w Wyższej Szkole Kultury Społecznej i Medialnej w Toruniu, podkreślił, że tradycyjne przeciwstawianie tego, co „realne", temu, co „wirtualne" jest już dzisiaj nieaktualne. Mówić natomiast należy o *kulturze cyfrowej, wywodzącej się od aktualnych technologii, ponieważ wpływają one głęboko na naszą osobowość*[471].

W ostatnich latach niemal natychmiast po pojawieniu się w cyfrowym świecie nowego medium powstaje oficjalny kościelny dokument, w którym Stolica Apostolska odnosi się do nowej formy komunikacji. Kościół katolicki nie tylko promuje zastosowanie technologii do wyznaczonych zadań, ale także ustanawia granice ich stosowania i wykorzystania, tak aby zachowana została zgodność z doktryną i wyznawanymi wartościami[472]. Można już jednak śmiało przyznać, że internet stał się dziś pełnoprawnym, uznanym narzędziem służącym do ożywienia żarliwości religijnej, do wspierania i promowania praktyk religijnych. Nie budzi wątpliwości rola informacyjna internetu w pracy instytucji kościelnych, ale wciąż wiele kwestii pozostaje otwartych, jak np. wykorzystanie wirtualnej przestrzeni w celu budowania wspólnoty wiernych w realnym życiu. W przeciwieństwie do ostrożnego dystansu, jaki towarzyszył

[470] http://www.niedziela.pl/artykul/5144/Medialna-rewolucja-papieza-Franciszka [dostęp 16.08.2014].

[471] C. M. Celli, *Ewangelizacja i nowe techniki komunikacji*, „Nasz Dziennik", 4795/256, 2013.

[472] J. McDonnell, *Catholic Approaches to the Internet*, http://www.questia.com/read/1G1-285994484/catholic-approaches-to-the-internet [dostęp 13.01.2014].

pierwszym kontaktom Kościoła z wcześniejszymi mediami, potęgę internetu Stolica Apostolska dostrzegła i doceniła niemal od początku jego powstania[473].

Kościół „zaprzyjaźnił się" nie tylko ze współczesnymi mediami, ale także zaadaptował do swoich potrzeb nowe technologiczne rozwiązania, takie jak: iPody, tablety, smartfony, czytniki e-booków. Szczególnie chętnie z nowoczesnych narzędzi korzystają młodzi księża, nie tylko w prywatnym czasie, ale także podczas publicznych wystąpień a nawet w trakcie celebracji Mszy Świętej. Z pomocą urządzeń elektronicznych księża odmawiają brewiarz, czytają komentarze do liturgii i modlitwy wiernych oraz głoszą homilie. W Środę Popielcową 2011 r. meksykański kardynał Norberto Rivera Carrera czytał Ewangelię w katedrze metropolitalnej w Meksyku w czasie Mszy Świętej, korzystając z tabletu firmy *Apple*[474]. W niektórych diecezjach w USA biskupi przesyłają do parafii listy pasterskie w wersji prezentacji multimedialnej. Następnie proboszczowie oglądają je razem z parafianami zasiadając na czas ich odtwarzania w kościelnych ławkach[475]. Do takich praktyk zachęcał papież już pół wieku temu w instrukcji duszpasterskiej o środkach społecznego przekazu *Communio et Progressio*:

> Środki społecznego przekazu oddają wielkie usługi w udostępnianiu wszystkim nauki chrześcijańskiej. Mogą one bowiem zaangażować wytrawnych specjalistów w dziedzinie chrześcijańskiego wychowania i najbardziej aktualnych problemów Kościoła. Massmedia dysponują takimi ułatwieniami i taką aparaturą techniczną, dzięki której można przedstawiać omawiany temat w sposób artystyczny, atrakcyjny i nowoczesny[476].

---

[473] Zestawienie dokumentów kościelnych i papieskich orędzi i wystąpień, w których poruszony został temat mediów przez Kościół zostało ujęte w J. Smoleń, *Kościół i media. Wybrana literatura przedmiotu 1963–2013*, „Studia Socialia Cracoviensia", 9/2, 2013, s. 179-189.

[474] Kardynał Norberto Rivera Carrera znany jest jako entuzjasta nowoczesnych technologii i zastosowań sieciowych. Jako jeden z pierwszych kardynałów Ameryki Łacińskiej założył własny profil w sieciach społecznościowych *Facebook* i *Twitter*.

[475] H. Sławiński, *Nowoczesna technologia a liturgia...*, s. 307-309; Rozważając stosowność użytkowania mobilnych urządzeń komputerowych w liturgii warto zastanowić się nad wykorzystaniem przez Kościół wcześniejszych, powstałych wiele lat temu osiągnięć technologicznych takich jak np mikrofon. Zob. A. Spadaro, *Cyberteologia...*, s. 135-137.

[476] Instrukcja Duszpasterska o Środkach Społecznego Przekazu *Communio et Progressio*, [w:] *Kościół a kultura masowa*, opr. F. Adamski, Kraków 1984, s. 309.

Przekaz zawarty w tym dokumencie nie dotyczy jednak używania narzędziowych zamienników tekstów pisanych. Wymiana papierowej wersji Biblii na cyfrowy e-tekst niebezpiecznie odbiega od tradycji i symboliki chrześcijańskiej, która towarzyszy rytuałom i obrzędom. Biblia w postaci księgi w sposób prosty, a zarazem głęboki unaocznia gotowość niesienia ludziom Słowa Bożego. Inaczej jest w przypadku urządzenia mobilnego, które jest urządzeniem wielofunkcyjnym, a teksty biblijne stanowią jedynie niewielką część umieszczonych w nim danych. Uznając prawdziwość McLuhan'owskiej tezy *Medium is the Message*, należy zgodzić się także z faktem, że zastosowanie tabletu jako zamiennika drukowanej Biblii wiąże się w wysłaniem do wiernych zupełnie innego komunikatu, aniżeli czytanie Słowa Bożego z kart papierowej Biblii. Tablet jest ikoną mediów społecznościowych, nośnikiem rozrywki, narzędziem pracy. Biblie drukowane traktowane są przez katolików z należytym szacunkiem. Właściciel elektronicznego urządzenia nie traktuje go z szacunkiem i namaszczeniem przez fakt, że na jego dysku w cyfrowej postaci zapisane zostały święte teksty[477].

3.2 Nowe media w duszpasterstwie

Środki społecznego przekazu pomagają Kościołowi otworzyć się na współczesny świat, sprzyjają nawiązaniu dialogu w obrębie Kościoła, a także wspomagają poznanie mentalności ludzi, do których Kościół kieruje swoje przesłanie[478]. Jednocześnie w czasach e-kultury powołaniem Kościoła jest nie tylko regulować na bieżąco sposób uczestnictwa w życiu dyktowanym przez e-kulturę, ale także stałe, bieżące i ciągłe uczestniczenie w tych zmianach[479].

Przez wieki Kościół przemawiał *ex cathedra*, nie oczekując przy tym informacji zwrotnej od wiernych. Jednak w obecnych czasach duszpasterska działalność Kościoła powinna uwzględniać charakterystykę sieciowego kanału komunikacji, w którym przekaz zamienia się w dialog. Internetowe media opierają się na relatywnej równości nadawcy z odbiorcami przekazu. Wymaga to umiejętności partnerskiego traktowania wiernych, przy jednoczesnych

[477] T. Bulkeley, *Presence and pixels...*, s. 57.

[478] Instrukcja Duszpasterska o Środkach Społecznego Przekazu *Communio et Progresio*, s. 308.

[479] Zob. więcej A. Zukowski, *Shifting sands. Catechesis...*, s. 127-128.

zachowaniu zgodności z nauczaniem i powagą Kościoła katolickiego[480]. Internet jest podstawowym narzędziem nauczania Kościoła realizowanego za pośrednictwem mediów, jednak ze względu na swoją specyfikę, aby skutecznie pełnił rolę nowego pola działalności misyjnej, wymaga nowego rodzaju misjonarzy. Osoby odpowiedzialne za dystrybucję przekazu religijnego w sieci powinny wykazywać się specyficznym zestawem umiejętności[481]. Portale katolickie nie są nośnikiem treści związanych jedynie z doktryną Kościoła, ale z każdą, interesującą społeczność wiernych dziedziną życia[482]. Na osobach zarządzających tą treścią spoczywa odpowiedzialność twórczego zagospodarowania powierzonej im przestrzeni sieciowej tak, aby ich działalność wzmocniła związek wiernych z Kościołem. Sieć niesie ze sobą ogromny potencjał wynikający z liczby ludzi, którzy w sieciowej pajęczynie poszukują Boga i chcą poszerzyć swoją religijną wiedzę[483].

Jeszcze w ostatnich latach XX w. strony instytucji kościelnych koncentrowały się głównie na przekazywaniu informacji, a nie tworzeniu środowiska do kultywowania wiary. Sytuacja ta wraz z upływem lat uległa zmianie, głównie ze względu na rozwój możliwości technologicznych, a w konsekwencji także na panującą w sieci konkurencyjność zawłaszczenia uwagi użytkownika internetu. Na poparcie tej tezy warto przytoczyć słowa: *Diabeł wykorzystuje wszystkie nowoczesne technologie, Kościół musi więc używać tej samej broni do walki z nim*[484].

---

[480] Por. *Ewangelizacja viralem. Kościół katolicki w internecie odnajduje się coraz lepiej,* http://natemat.pl/43319,ewangelizacja-viralem-kosciol-katolicki-w-internecie-odnajduje-sie-coraz-lepiej [dostęp 25.11.2013].

[481] H. A. Campbell, *Evangelicals and the internet...*, s. 287.

[482] A. Lewek, *Podstawy edukacji medialnej...*, s. 120, 149.

[483] Według raportu *Google Zeitgeist 2007* najczęściej szukaną w internetowej wyszukiwarce frazą w 2006 roku była: *who is god,* natomiast pytanie o Jezusa zajęło czwartą pozycję. A. Górny, *Religijne portale internetowe...*, s. 182; Pod koniec 2010 r. wyszukiwarka *Google* dla hasła „*religion*" zwracała ponad 200 milionów wyników. S.Heidbrink, N. Miczek, *Religions on the Internet...*, s. 1. Do połowy 2014 r. liczba ta wzrosła do niespełna 750 milionów. W Polsce przeprowadzone zostały badania, w których analizie poddane zostało użytkowanie religijnych stron internetowych. Według opracowanego w 2014 r. przez CBOS raportu *Korzystanie z religijnych stron i portali internetowych,* z religijnych stron internetowych korzysta obecnie około 3 milionów Polaków. Zwykle nie szukają oni w sieci nowości, lecz pragną poszerzyć swoją wiedzę lub umocnić wiarę. Na podstawie wyników badań opartych o analizę jakościową treści odwiedzanych witryn, CBOS sformułował wnioski, że Polacy *zazwyczaj nie są 'religijnymi poszukującymi', ale raczej interesuje ich znalezienie konkretnych informacji związanych z wyznaniem, do którego należą*. *CBOS o religijnych stronach internetowych,* http://www.idziemy.pl/media/cbos-o-religijnych-stronach-internetowych/1/ [dostęp 2.06.2014].

[484] J. Kwabena Asamoah-Gyadu, *"Get on the Internet!" Says the LORD'. Religion, Cyberspace and Christianity in Contemporary Africa*, „Studies in World Christianity", 13/3, 2007, s. 228.

Internetowy przekaz ma jednak granice, których przekroczenie, przynajmniej jak na razie, nie wydaje się możliwe. Nieustalone jest do dzisiaj stanowisko Kościoła wobec podejmowanych w sieci niektórych aktywności instytucji kościelnych i osób duchownych. Dotyczy to np. blogów duchownych katolickich i ich statusu prawnego w świetle prawa kościelnego[485]. Kościół nawołuje do pełnienia posługi duszpasterskiej poprzez kontakt zapośredniczony przez media, stojąc przy tym na stanowisku, że dialog rozpoczęty w sieci nie może zastąpić osobistego kontaktu interpersonalnego. Pomimo ogromnych możliwości komunikacyjnych internetu, podejmowana w nim aktywność pełni jedynie rolę preewangelizacji[486], sama zaś ewangelizacja powinna oprzeć się na fizycznym kontakcie z duszpasterzem.

Najbardziej cieszącą się formą aktywności w sieci w środowisku wierzących katolików jeszcze kilka lat temu było przesyłanie maili o treści religijnej i wysyłanie internetowych kartek okolicznościowych z okazji świąt religijnych. Internauci szukali w sieci informacji religijnych, wskazówek dotyczących celebracji świąt i informacji o miejscach nabożeństw. Stosunkowo wielu, bo aż 7% internautów angażowało się w intencje modlitewne, tyle samo za pośrednictwem internetu przekazywało darowizny kościołom, instytucjom kościelnym lub na cele dobroczynne, związane z ich działalnością[487]. Obecnie wśród aktywności dostępnych na bazie dostępu do internetu prym wiodą portale społecznościowe, blogosfera i mikroblogi. Dynamika zmian uprawnia do przypuszczeń, że za rok, dwa lata popularnością cieszyć się będą usługi i media, których jeszcze dzisiaj świat nie zna. Myśl technologiczna ostatnich trzech dziesięcioleci ofiarowała Kościołowi „nową sieć piotrową" w postaci nowych mediów. Ewangelizacja przez sieć, zwana często e-ewangelizacją, choć wyrosła na bazie nowoczesnych wynalazków

[485] A. Adamski, *Ksiądz w blogosferze*, „Kultura – Media – Teologia", 2/2, 2010, s. 99.

[486] Preewangelizację zgodnie z etymologią pojęcia należy rozumieć jako przygotowanie terenu do realizowania zasadniczej ewangelizacji. Jak tłumaczy Wojciech Misztal, nie musi to oznaczać pewnego wyprzedzenia chronologicznego. Podstawowymi obszarami preewangelizacji są: obecność w świecie, świadectwo życia chrześcijańskiego, dialog z ludźmi dobrej woli i służba potrzebującym. Rola mediów w procesie preewangelizacji jest niezwykle ważna we wszystkich czterech wymienionych aspektach. W. Misztal, *Środki społecznego przekazu jako narzędzia ewangelizacji: preewangelizacja, postewangelizacja*, [w:] *Inter mirifica. Dziedzictwo i perspektywy*, red. A. Baczyński, M. Drożdż, M. Legan, Kraków 2013, s. 72.

[487] http://pewinternet.org/Reports, 2004/Faith-Online.aspx [dostęp 10.02.2014]. Przedstawione dane odnoszą się do katolików mieszkających w Stanach Zjednoczonych.

współczesnej technologii, opiera się na wypracowanych i sprawdzonych metodach, które Kościół stosuje od dawna w pracy duszpasterskiej[488].

Przekaz internetowy wykorzystali na przykład tynieccy benedyktyni w 2008 r. do rozpowszechnienia informacji o organizacji tzw. antysylwestera, czyli powitania Nowego Roku w murach klasztornych. Oferta skierowana była do wiernych, pragnących oderwać się od codziennych spraw i zamiast spędzić sylwestra w tłumie bawiących się ludzi, woleli ten około noworoczny czas poświęcić wyciszeniu się, medytacji i modlitwie. Internet odgrywa ważną rolę informującą wiernych o cieszących się ogromnym powodzeniem corocznie organizowanych przez krakowskich jezuitów wyjazdowych rekolekcjach ignacjańskich[489].

Od wielu lat popularną formą pracy duszpasterskiej wykorzystującej internet są rekolekcje prowadzone przez internet. Ich uczestnicy wielokrotnie przedstawiają się pod swoimi wpisami imieniem i nazwiskiem. Rezygnacja z anonimowości w medium, którego właśnie anonimowość jest główną cechą, świadczyć może o głębokim duchowym przeżywaniu doświadczenia religijnego, które wymaga uzewnętrznienia, aby doświadczać go we wspólnocie wiernych, innych uczestników rekolekcji[490]. Być może wkrótce kustosze niektórych sanktuariów rozważą możliwość ich prowadzenia.

Adwentową „pobudkę" rozpoczęli dziś rano na Twitterze duchowni. Od 6 rano przez trzy godziny „ćwierkali" na temat Adwentu. Akcja podjęta w adwencie 2013 r. pod hasłem "Nastaw sobie budzik" nawiązywała do słów św. Pawła z listu do Rzymian *Teraz nadeszła dla was godzina powstania ze snu*. Wiadomości, które miały trafiać do wiernych opatrzone były hashtagiem #budzik. W swoich tweetach księża nawiązywali do czytanych w kościołach w całej Polsce ewangelii[491]. Kamil Rogalski, jezuita, jest przekonany, że Św. Ignacego zapewne bardzo ucieszyłyby te nowatorskie propozycje. Napisał on bowiem w Uwagach Wstępnych do Ćwiczeń Duchowych, że charakter rekolekcji powinien być dopasowany do trybu życia i możliwości odprawiających je osób[492].

[488] H. A. Campbell, *Religion and the internet*, s. 5.

[489] W. Misztal, *Milczenie: pomoc czy przeszkoda dla społeczeństwa medialnego?*, „Studia Socialia Cracoviensia", 9/2, 2013, s. 55.

[490] A. Górny, *Religijne portale internetowe...*, s. 193-194.

[491] http://kosciol.wiara.pl/doc/1817162.Twitter-Nastaw-sobie-budzik [dostęp 12.04.2013].

[492] I. Radziszewska, *Na wieki wieków, enter*, „Polityka", 2841/2, 2012, http://archiwum.polityka.pl/art/na-wieki-wiekow-enter,388111.html [dostęp 21.11.2014].

Kolejnym przykładem podjętej przez Kościół inicjatywy, której realizacja opiera się głównie na komunikacji internetowej jest nawiązujący nazwą do świątyni jerozolimskiej „Dziedziniec pogan”[493]. Pomysłodawcą projektu był papież Benedykt XVI, który w 2009 r. w przemówieniu kierowanym do Kurii Rzymskiej poddał pod rozwagę utworzenie płaszczyzny umożliwiającej spotkanie i dialog ludzi wierzących z niewierzącymi. Głównym celem projektu jest wzajemne poznanie i wymiana opinii na różne, uniwersalne tematy, niekoniecznie poruszające sprawy wiary, raczej skupiające się na promowaniu uniwersalnych wartości takich jak prawda, dobro i piękno. Papież podkreślił przy tym, że dialog wierzących z osobami niewierzącymi może przyczyniać się do pogłębienia ich wiary[494]. W orędziu na Światowy Dzień Społecznego Przekazu w 2010 r wśród form realizacji projektu papież wymienił strony internetowe, fora, blogi i komunikatory służące do przesyłania krótkich wiadomości tekstowych[495].

Jedną z nowszych inicjatyw podejmowanych przez Kościół w oparciu o media internetowe jest darmowa aplikacja „Tweetując z Bogiem” dołączona do książki pod tym samym tytułem[496]. Ma ona stanowić pomoc do przygotowań duchowych przed Światowymi Dniami Młodzieży, które odbędą się w Krakowie w 2016 r. Aplikacja przeznaczona jest na urządzenia mobilne. Udostępnia teksty Mszy Świętej, katolickie modlitwy w kilku językach obcych oraz pytania i krótkie odpowiedzi na tematy związane z wiarą katolicką[497]. Warto wspomnieć, że przygotowania do kolejnych obchodów Światowych Dni Młodzieży coraz mocniej wspierane są nowoczesną technologią. Początkowo wykorzystywane były głównie witryny internetowe zaprojektowane w celu informacyjnym, później także komunikacyjnym. W kolejnych latach do narzędzi tych włączone zostały także sieci społecznościowe. I tak na przykład oficjalna strona Światowych Dni Młodzieży mających się odbyć w Madrycie w 2011 r. już w październiku 2010 r. odnotowywała 5000 wizyt dziennie, by w maju następnego roku liczbę tę podwoić. Tuż

[493] http://www.cortiledeigentili.com/home/home.asp

[494] P. Mąkosa, *"Dziedziniec pogan" przestrzenią spotkania i dialogu wierzących z niewierzącymi*, „Przegląd Homiletyczny”, 16, 2012, s. 82-83; Zob. także F. Pascual, *La Iglesia católica ante el mundo de Internet*, „Ecclesia”, 25/2, 2011, s. 168.

[495] P. Mąkosa, *"Dziedziniec pogan"...*, s. 86-87.

[496] Strona projektu http://www.tweetingwithgod.com/pl [dostęp 2.01.2015]. Witryna Światowych Dni Młodzieży http://www.sdm.org.pl/?k=500 [dostęp 2.01.2015].

[497] http://ekai.pl/wydarzenia/polska/x85121/przed-sdm-darmowa-aplikacja-tweetujac-z-bogiem/ [dostęp 2.01.2015].

przed rozpoczęciem imprezy liczba fanów oficjalnego profilu na *Facebooku* papieskich spotkań z młodymi wynosiła 439340[498].

Podczas kolejnych Światowych Dni Młodzieży, które miały miejsce w 2013 r. w Rio de Janeiro papież Franciszek umożliwił wiernym uzyskanie odpustu zupełnego za pośrednictwem *Twittera*. Jak wyjaśniał Claudio Maria Celli, przewodniczący Papieskiej Rady do spraw komunikacji społecznej, wierny aby dostąpić odpustu za pośrednictwem *Twittera* zobowiązany jest do spełnienia uprzednio szeregu warunków określonych przez Kodeks Prawa Kanonicznego, niemniej jednak było to bezprecedensowe wydarzenie, które świadczy o coraz większym otwarciu się Kościoła na rozwiązania komputerowo zapośredniczone[499].

Podążając za ewangelicznym wezwaniem *Idźcie więc i nauczajcie wszystkie narody*[500] współczesny Kościół powołuje wiernych do nowej ewangelizacji i zaleca, by w tym dziele korzystali ze wszelkich dostępnych metod. Papież Jan Paweł II podkreślał, że nowa ewangelizacja nie może być tylko powtórzeniem dawnych jej sposobów i nie może poprzestać na nowej gorliwości, ale potrzebuje wykorzystania nowych form i środków[501]. Nowa ewangelizacja odnosi się do nowych wyzwań, jakie posłannictwu Kościoła stwarza współczesny świat[502].

W dystrybucji religijnych treści zawsze wykorzystywano dostępne w danym czasie możliwości, a chcąc zyskać jak największą liczbę odbiorców, skłaniano się do poszukiwania nowych[503]. Pomimo ogromnych zmian, jakie dokonały się w wyniku rozwoju technologii,

[498] A. Inversini, L. Cantoni, S. de Ascanis, M. Stefania, *New Media in Religious Communication: Supporting WYD Madrid 2011*, „e-Review of Tourism Research", 10/3, 2012, http://www.cabdirect.org.sci-hub.org/abstracts/20133261156.html?freeview=true# [dostęp 14.04.2014].

[499] http://www.theguardian.com/world/2013/jul/16/vatican-indulgences-pope-francis-tweets

[500] Ewangelia według św. Mateusza, 28, 19-20.

[501] Jan Paweł II, *Nowa ewangelizacja. postęp człowieka. Kultura chrześcijańska*, Przemówienie na otwarcie obrad IV Konferencji Ogólnej Episkopatu Ameryki Łacińskiej, Santo Domingo 12 X 1992, „L'Osservatore Romano" (wyd. polskie), 12, 1992, s. 24. Za: P. Mąkosa, *Kompetencje ewangelizatorów fundamentem nowej ewangelizacji*, [w:] *Nowa ewangelizacja w nowej katechezie*, red. P. Mąkosa, Rzeszów 2013, s. 193; O nowej ewangelizacji zob. także Cz. Parzyszek, *Odnowa współczesnego świata...*, s. 115-117; Zob. także W. Kasper, *Kościół katolicki...,* s. 595-598.

[502] Jan Paweł II, *Przekroczyć próg nadziei*, Lublin 1994, s. 97.

[503] S. Budzik*, Internet i rzeczywistość wirtualna Szanse i zagrożenia dla przekazu wiary u progu trzeciego tysiąclecia*, „Currenda", 1, 2002, http://www.currenda.diecezja.tarnow.pl/archiwum/1-00/r-2.htm [dostęp 15.08.2014].

metody ewangelizacji nie zmieniły się w radykalny sposób, raczej dostosowały do współczesnych możliwości.

Początki chrześcijaństwa przypadły na okres, gdy niemal cały cywilizowany świat został zjednoczony politycznie, gospodarczo i kulturowo w Cesarstwie Rzymskim. Nad bezpieczeństwem jego mieszkańców czuwały legiony rzymskie. Mieszkańcy cesarstwa porozumiewali się we wspólnym języku, odbywali podróże przemierzając rozległe tereny szerokimi i bezpiecznymi drogami. Tak dwa tysiące lat temu wyglądał „świat globalnego porozumienia", dający ogromną możliwość międzyludzkiej komunikacji[504]. Nie sposób nie znaleźć analogii obecnej sytuacji, gdy niemal dwa tysiące lat później został wymyślony internet, narzędzie dające możliwość niemal nieograniczonej komunikacji[505].

Od początku istnienia Kościół katolicki do promowania swoich idei wykorzystywał w mniejszym lub większym zakresie środki komunikacji i przekazu informacji dostępne w danej epoce. Podstawową metodą ewangelizacji od zarania dziejów był przekaz ustny. Kościół pierwotny wykorzystywał jedynie potęgę słowa[506]. Jego założyciel, Jezus Chrystus, według przekazu ewangelicznego umiał pisać, jednak nie pozostawił po sobie żadnego napisanego tekstu. Ale już apostołowie posługiwali się tym środkiem przekazu, w ten właśnie sposób powstały pisma Nowego Testamentu. W kolejnych latach Słowo Boże docierało do wiernych jako zapisane teksty liturgiczne.

Wachlarz środków ewangelizacyjnych znacząco zwiększył się po uzyskaniu przez Kościół w 312 r. prawa do publicznej działalności. Ogromną rolę zaczęła pełnić przestrzeń sakralna kościołów, zdobiona witrażami, obrazami i rzeźbami świętych. Architektura i rozplanowanie budynków kościelnych służyć ma od tego czasu osobistemu spotkaniu człowieka z Bogiem, przemawiać do wiernych swoim pięknem i symboliką[507]. Funkcja sztuki, rzeźby i architektury polegała i polega do dzisiaj głównie na budzeniu wzniosłych emocji religijnych[508]. Od początku

[504] M. Starowieyski, *Pierwsi świadkowie. Wybór najstarszych pism chrześcijańskich*, Kraków 1988, s. 5-14.

[505] K. Gonet, *Wiara, biblioteki i Internet*, „Fides. Biuletyn Bibliotek Kościelnych", 2/1, 1997, s. 200.

[506] D. Morgan, *Mediation or mediatisation. The history of media in the study of religion*, „Culture and Religion", 12/2, 2011, s. 146.

[507] W. Kawecki, *Zobaczyć wiarę. Studium obrazu postrzeganego jako komunikacja wiary z perspektywy teologii kultury i teologii mediów*, Kraków 2013, s. 136-137.

[508] H. Sławiński, *Nowoczesna technologia a liturgia...*, s. 304; Zob. także L. Petrażycki, *Wstęp do nauki prawa i moralności*, Warszawa 1959, s. 423 – 424; W ewangelizacji Nowej Hiszpanii obrazy grały szczególnie ważną rolę. Przybyli do hiszpańskiej kolonii Franciszkanie i dominikanie uznali, że pożyteczniejszym narzędziem

chrześcijaństwa w propagandzie ewangelizacyjnej wykorzystywane było także świadectwo życia świętych, których dobre i szlachetne życie stawało się przykładem prawdziwej wiary[509].

Do dzisiaj wszystkie te formy wciąż uczestniczą w dziele ewangelizacyjnym. Obok podstawowych metod ewangelizacji takich jak głoszenie Słowa Bożego, rekolekcje, odpusty, uroczystości religijne, dokonuje się ona przez sztukę sakralną, przedmioty liturgiczne, znaki, symbole i przedmioty kultu chrześcijańskiego[510]. Z kolei wizualizacja i multimedialność przekazu internetowego stron katolickich jest prostym odniesieniem do tradycji modlitwy i kościelnych śpiewów, obrazów i religijnych symboli.

Obecnie, w czasach dominacji kultury obrazowej, zasadnym staje się pytanie, czy nie powinno zwiększyć się udziału środków artystycznych takich jak film, taniec, muzyka, performance w ewangelicznym przekazie[511]. I nie chodzi tu bynajmniej o rozumienie obrazu jako prostego przekładu biblijnych tekstów, jak miało to miejsce w przypadku Biblii Pauperum, lecz o nowy sposób przedstawienia tradycji i kultury chrześcijańskiej, z wykorzystaniem nowoczesnych osiągnięć techniki komunikacyjnych[512]. Obraz bowiem jest środkiem, który w wybitny sposób *akcentuje cielesność ludzkiej egzystencji.* Obraz skuteczniej oddziałuje na odbiorcę komunikatu, przekaz oparty na obrazie w odpowiedniej proporcji skorelowanej z tekstem ma moc przekazywania wartości, emocji i idei. Witold Kawecki rozważania na temat

---

ewangelizowania Indian jest przekazywanie im Dobrej Nowiny za pomocą obrazów niż słów, gdyż *lepiej uczą się oni oczami, aniżeli uszami*. Potęga obrazów potwierdzona została przez sobór trydencki (postanowienia soboru zostały ogłoszone w Ameryce w 1565 r.). Ojcowie soborowi, w obliczu ataków protestanckich, potwierdzili stanowisko Kościoła głoszące wartość i skuteczność działania obrazów w ewangelizacji wiernych, N. Farriss, *Introductory Essay: The Power of Images*, „Colonial Latin American Review", 19/1, 2010, s. 5, 15.

[509] A. Jackowski, *Pielgrzymowanie*, Wrocław 2004, s. 29-45.

[510] H. Słotwińska, *Ewangelizacyjna działalność parafii*, [w:] *Katecheza ewangelizacyjna*, red. P. Mąkosa, Lublin 2010, s. 212.

[511] W. Kawecki, *Zobaczyć wiarę..*, s. 65-66.

[512] Na rolę filmu w przekazywaniu wartości zwrócił także uwagę Jan Paweł II w orędziu na XXIX Światowy Dzień Środków Społecznego Przekazu w 1995 r. w orędziu *Kino nośnikiem kultury i wartości*. W tym samym roku Papieska Rada do spraw Komunikacji Społecznej i Filmoteka opublikowaław 1995 r. listę 45 filmów uznanych za szczególnie godnych polecenia. W. Misztal, *Cyberprzestrzeń i mass media...*, s. 187; Tenże, *Media jako sprzymierzeniec duchowości*, [w:] *Wartości w Mediach - z doliny na szczyty*, red. A. Baczyński, M. Drożdż, Tarnów 2012, s. 292.

kultury audiowizualnej formułuje w tezie głoszącej, że kultura wizualna stanowi *locus theologicus* dla poszukiwań teologicznych[513].

Przekaz słowa i obrazu chrześcijańskiego w mediach jest podobny do słów i obrazów liturgii. Często zresztą dochodzi do identyfikacji przekazu medialnego i pastoralnego[514]. W większości religii z pobożnymi praktykami i celebracją obrzędów łączy się słowo mówione. Sakralność oparta na słowie pisanym i tak utrzymuje prymat oralności, na przykład poprzez głośne odczytywanie Ewangelii podczas celebracji Mszy Świętej. Ma to silny wydźwięk symboliczny – przekaz, który świadczy o tym, że Bóg przemawia, a nie pisze do wiernych[515].

Skuteczność ewangelizacji i szeroko pojętej pracy misyjnej za pośrednictwem mediów zależy od wielu uzupełniających się wzajemnie czynników. W pracy tej wymagane jest użycie specyficznych środków i nabycie odpowiednich umiejętności duszpasterzy i osób świeckich zaangażowanych w pobożne dzieło. Ze względu na ogromną dynamikę rozwoju nowych mediów niezbędne jest stałe podnoszenie kwalifikacji i szkolenie w kierunku mediów i komunikacji z ich zastosowaniem. Podstawą sukcesu jest strategiczne planowanie, ocena osiągnięć, dzielenie się nimi z innymi podobnymi placówkami, a także uczenie się na podstawie własnych doświadczeń. Także w zakresie pracy z mediami, aby posługa misyjna przynosiła jak największe owoce powinna być wykonywana z profesjonalnym zaangażowaniem i z zawodowym powołaniem[516].

Przez długi czas zakładano, że ludzie będą korzystać z mediów katolickich z powodu samej przynależności do Kościoła katolickiego. Takie podejście prowadziło jednak do orientowania się pracy duszpasterskiej na grupy ludzi, którzy już byli blisko związani z Kościołem i instytucjami kościelnymi. Tymczasem media internetowe, dzięki prywatności, elastyczności i dostępności bez ograniczeń czasowych, są doskonałym narzędziem zwracania się do grup, które z jakichkolwiek

[513] W. Kawecki, *Od kultury wizualnej do teologii wizualnej*, „Kultura – Media – Teologia", 1/1, 2010, s. 24, 29.

[514] J. Kulowski, *Wartości w mediach*, s. 124.

[515] W. J. Ong, *Wtórna oralność* [w:] *Nowe media w komunikacji społecznej w XX wieku. Antologia*, red. M. Hopfinger, Warszawa 2002, s. 180.

[516] M. Drożdż, *Publiczne radio lokalne w integracji małych ojczyzn*, [w:] *Media publiczne. System Medialny w Polsce – Pytania i Dezyderaty*, red. P. Bielawski, A. Ostrowski, Wrocław 2010, s. 278-279.

przyczyn pozostają z dala od Kościoła, co nie znaczy, że nie będą stroną w podjętym dialogu poprzez media[517].

Wspólnota Kościoła opiera się na *communio personarum*, czyli integracji członków wspólnoty wiernych i odniesienia do drugiego człowieka. Sieć komputerowa natomiast poprzez indywidualizację i anonimowość wybitnie sprzyja unifikacji i wtapianiu się w tłum[518]. Pomimo to przestrzeń wirtualna stanowi w obecnych czasach jedną z trzech płaszczyzn, obok duchowej i fizycznej, w których funkcjonuje Kościół. Na wirtualnej płaszczyźnie znajduje swoje miejsce każde ważne wydarzenie, od celebracji Mszy Świętej począwszy, po prywatne oddolne inicjatywy wiernych. Ta płaszczyzna sprzęga religię, informację i technikę, i odgrywa coraz istotniejszą rolę[519].

Ewangelizacji z pomocą nowoczesnych mediów nie można nie doceniać, ale także nie należy przeceniać. Wciąż wiele wspólnot i społeczności pozostaje poza zasięgiem sieci internetowej, a przyczyny tego stanu rzeczy dają podstawę sądzić, że sytuacja ta nie zmieni się w najbliższym czasie. Powodem „braku kompatybilności z internetem" jest nie tylko brak infrastruktury technicznej, ale także cały szereg przyczyn ekonomicznych, społeczno-kulturalnych i edukacyjnych. Dlatego wiele kultur nie jest obecnych w internecie, podobnie jak w innych mediach[520].

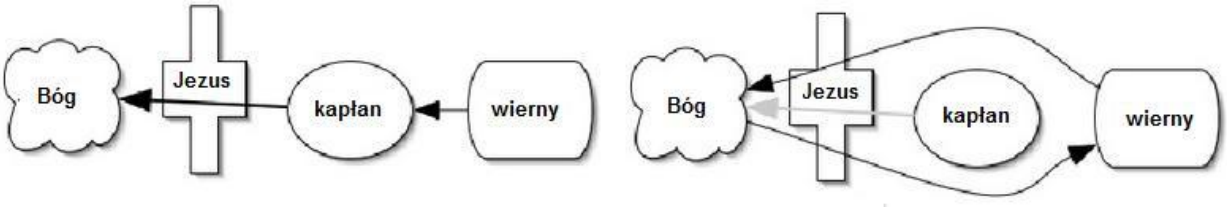
[517] D. Frank, *Taking on the Challenge of Furthering Catholic Communications: An Ongoing Task in an Ever-Changing World*, [w:] *Communicatio Socialis. Challenge of Theology and Ministry in the Church,* red. H. Rolfes, A. Zukowski, Kassel 2007, s. 114-115.

[518] M. Wyrostkiewicz, *Media jako narzędzia integrowania społeczeństwa w refleksji teologicznej*, [w:] *Integracja w globalnej wiosce. Media o cudzoziemcach w Polsce i Unii Europejskiej*, red. W. Wciseł, M. Wyrostkiewicz, s. 145.

[519] D. Guzek, *Konwergencja mediów katolickich w Polsce*, [w:] *Konwergencja mediów masowychi jej skutki dla współczesnego dziennikarstwa*, red. M. Gierula, P. Szostok, Katowice 2012, s. 227.

[520] G. Deussen, *The Cultures of Africa – Voiceless in the internet. An Exploration in Franz-Josef Eilers' Trac*ks [w:] *Communicatio Socialis. Challenge of Theology and Ministry in the Church,* red. H. Rolfes, A. Zukowski, Kassel 2007, s. 38-40.

Ilustracja 5. *Pośrednictwo kapłana w relacji Bóg – człowiek w kościele wyznania katolickiego i protestanckiego*



Źródło: *B. Murley, The Mediahood of All Receivers: New Media, New 'Church' and New Challenges, http://www.academia.edu/176994/TheMediahood _of_All_Receivers_ New_Media_New_Church_and_New_Challenges*

Ewangelizacja za pośrednictwem sieci komputerowej łączy się z szeregiem ograniczeń, wynikających z charakterystyki tego medium. Brakuje tu fizycznych elementów związanych z funkcjonowaniem Kościoła, takich jak budynek świątynny, jego geograficzne umiejscowienie, przestrzeń wokół niego i wiążące się z tym formy zachowań: przybycie do świątyni, pobyt w niej, a następnie powrót do miejsca zamieszkania. Brak jest także elementów związanych z fizycznością przeżywania wiary i pobożności. Inne ograniczenia i trudności wynikają ze złej organizacji niektórych katolickich stron internetowych. Jednym z błędów, jakie popełniają ich twórcy jest próba dotarcia do zbyt wielu różnych grup użytkowników, co w konsekwencji może prowadzić do spłycenia i zeświecczenia przekazywanych treści. Odbiorcy mają bowiem niejednakowe rozeznanie i zdolność osądu. Niebezpieczeństwo dowolnej interpretacji prezentowanych treści wynika z braku bezpośredniego i osobistego kontaktu.

Powszechność internetu przyczyniła się do ograniczenia, a często także utraty kontroli Magisterium Kościoła nad procesem ewangelizacji. Zjawisko to wiąże się z upadkiem tradycyjnych autorytetów oraz malejącym zaufaniem do instytucji kościelnych. Pod wpływem przemian kulturowych często traktuje się obecnie religię jako sprawę prywatną, uznając prawo do własnych przekonań i samodzielnego poszukiwania duchowej tożsamości[521]. Postawa taka w szczególnie negatywnie oddziałuje na funkcjonowanie i rolę Kościoła katolickiego, nawet w tych krajach, które są jego najmocniejszą ostoją. Rosnąca liczba wiernych oddalających się od Kościoła katolickiego to zjawisko, które objęło w ostatnich latach także kraje od wielu wieków zakorzenione w katolickiej tradycji. Proces ten potwierdzają analizy przeprowadzanych badań. Młodzi ludzie oddalają się coraz bardziej od Kościoła, rośnie ich niechęć wobec księży. Nie oznacza to jednak odsunięcia się od Boga, który wciąż pełni w ich życiu ważną rolę. Relacje

[521] S. M. Hoover, *Media and Religion*, s. 5.

z nim budują na bazie indywidualizacji wiary, zdystansowanej od modelu religijności kościelnej. Następuje więc odwrót nie tyle od Boga, co od kościelnej instytucji[522].

Podobne zjawisko nasila się w ostatnich latach także w Meksyku. Zmieniający się kontekst społeczno-kulturowy wpłynął na ugruntowany przez stulecia stosunek do tradycji, zwyczajów i praktyk religijnych. Jedną z konsekwencji tych zmian są przemiany kulturowe różnych dziedzin życia, w tym religijności. Historia i tradycja, której kultywowanie, szczególnie dla młodego pokolenia, staje się coraz mniej ważne, nie są już składnikami wiążącymi człowieka z wyznawaną religią. Skutkiem takiej postawy jest osłabienie więzi z instytucjami, które podtrzymują i pielęgnują tradycję[523]. Zasadnym staje się pytanie, w jakim stopniu współczesne postawy i zjawiska religijne pozostają w zgodzie z wieloletnią tradycją, a na ile ulegają wpływom powodowanym przez zmiany społeczne i procesy transformujące społeczeństwa, wynikające z użytkowania nowoczesnych mediów.

Od dawna media dostarczyły wiedzę o innych kulturach i religiach, funkcjonujących w świecie poza lokalnymi granicami społeczności. Obecnie coraz więcej członków małych wspólnot zaczęło odrzucać wartości, w których zostali wychowani na rzecz tych, z którymi zetknęli się w mediach. Jedną z przyczyn jest degradacja więzi międzypokoleniowych i tradycyjnego przekazu wartości. W miejsce tradycji religijnych i narodowych tworzą się nowe zwyczaje, jako produkty współczesnej cywilizacji nastawionej na konsumpcjonizm[524].

3.3 Internet – (nie)sakramentalna przestrzeń

Rozwój i upowszechnienie nowoczesnych technologii komunikacyjnych postawiło Kościół katolicki w obliczu zasadniczych pytań dotyczących ważności liturgii i religijnych obrzędów, które miałyby się dokonywać za pośrednictwem sieci komputerowej. Szczególnie ważne było przyjęcie oficjalnego stanowiska w sprawie przyjmowania sakramentów przez internet.

[522] M. Libiszowska-Żółtkowska, *Dlaczego odchodzą? Studenci mówią „nie" Kościołowi katolickiemu. Analiza wyników badań empirycznych*, „Annales Universitatis Mariae Curie Skłodowska", 35/1, 2010, s. 121-134.

[523] S. Zaremba, *Współczesny katolicyzm polski. Ile tradycji, ile zmiany*?, „Przegląd Religioznawczy", 237/3,2010, s. 107, 112.

[524] E. Barker, *In and out of place...*, s. 250; Zob. także J. Pawłowicz, *Rola tradycji w wychowaniu moralnym, kulturalnym i patriotycznym młodych pokoleń*, „Українська Полоністика" , 8, 2011, s. 33-34; Zob. więcej A. Górny, A. Zygmunt, *Internet wobec tradycji religijnych...*, , s. 57-78.

Do dzisiaj w wielu środowiskach prowadzone są dyskusje na ten temat, niejednokrotnie w gorącej atmosferze, pomimo że Stolica Apostolska stanowisko dotyczące warunków ważności sakramentów przedstawiła już wielokrotnie w kluczowych, oficjalnych dokumentach. W dokumencie Papieskiej Rady do Spraw Środków Społecznego Przekazu *Kościół a Internet* w 2002 r., po raz kolejny potwierdzone zostało, że w internecie nie można udzielać sakramentów, a jakiekolwiek doświadczenia religijne nie mogą zastąpić współdziałania z innymi wiernymi w świecie rzeczywistym[525].

Zgodnie z doktryną Kościoła katolickiego celebracja obrzędów i uzyskiwanie sakramentów musi opierać się na fizycznej obecności zgromadzonych wiernych, osoby przyjmującej sakrament i osoby udzielającej sakramentu. Warunkiem koniecznym ważności sakramentu jest *hic et nunc*, czyli „tutaj i teraz" podkreślająca konieczność jedności czasu i miejsca[526]. Pomimo że Kościół stoi na stanowisku wykluczającym możliwość zastąpienia praktyk religijnych i budowania wspólnoty zamiennikami funkcjonującymi w wirtualnej rzeczywistości, co pewien czas pojawiaja się głosy, że być może w przyszłości rozpowszechnią się praktyki religijne realizowane za pośrednictwem sieci. Obecnie nie ma jednak jakichkolwiek racjonalnych przesłanek, które upoważniałyby do snucia przypuszczeń na temat zmian stanowiska Kościoła w tej sprawie[527].

Warto tu wspomnieć, że pomysł udzielania sakramentów bez fizycznej obecności przystępującej do sakramentu osoby nie jest nowy i nie narodził się w czasach internetu. Podobne dylematy wiązały się z możliwością wykorzystania w tym celu wcześniejszych mediów. W XIX w., gdy wynalazek Alexandra Bella umożliwił zdalną komunikację osób oddalonych od siebie, pojawiło się pytanie, czy możliwa jest spowiedź przez telefon. Kodeks Prawa Kanonicznego dopuszcza możliwość spowiedzi za pośrednictwem tłumacza, ale nie należy

[525] Papieska Rada do Spraw Środków Społecznego Przekazu, *Kościół a Internet*, [w:] *Internet i Kościół*, red. J. Kloch, Warszawa 2011, s. 39; Zob. także S. D. O'Leary, *Utopian and dystopian possibilities of Networked Religion in the New Millennium*, [w:] *Religion and Cyberspace*, red. M. Højsgaard, M. Warburg, London 2005, s. 45; A. Spadaro, *Cyberteologia...*, s. 141-142.

[526] P. Drzewiecki, *Bezcielesność cyberprzestrzeni...*, s. 114; Zob. także L. Kong, *Religion and Technology. Refiguring Place, Space, Identity and Community*, „Area", 33/4, 2001, s. 410-411; A. Spadaro, *Cyberteologia...*, s. 145-149.

[527] T. Hutchings, *Creating Church Online...*, s. 257.

traktować tego udogodnienia jako kroku w kierunku dopuszczenia możliwości telefonicznego lub internetowego pośrednictwa[528].

Obrzędy takie jak np. Adoracja Krzyża, którego wizerunek oglądany jest w transmitowanym w czasie rzeczywistym obrazie z kamery internetowej, także nie jest uznawany za pełnowartościową, ważną praktyką religijną. Adoracja jest jednym z elementów liturgii i wymaga fizycznego przebywania w przestrzeni sakralnej. Z sakramentami związane są czynione znaki, takie jak polanie głowy osoby przyjmującej chrzest wodą, namaszczenie czoła bierzmowanego olejami, czy przyjęcie Ciała Chrystusa w postaci opłatka[529]. Takie sformułowane tez powinno rozwiać także jakiekolwiek wątpliwości dotyczące ważności uczestnictwa w transmitowanej na żywo Mszy Świętej.

Transmisje internetowe, podobnie jak telewizyjne przekazy na żywo i połączenia wideokonferencyjne nie mogą zastąpić fizycznej obecności wśród zgromadzonych wiernych[530]. Są jednak wyjątki, w których Kościół aprobuje uczestnictwo w telewizyjnych czy internetowych przekazach uroczystości religijnych, a nawet gorąco do niego zachęca. Okolicznościowe msze celebrowane z okazji ważnych wydarzeń kościelnych i narodowych (papieskie pielgrzymki, święta narodowe, wyjątkowe wydarzenia, jak np. uroczystości pogrzebowe znanych ludzi i autorytetów kościelnych). Tłumaczy się to faktem, że tylko nieliczna grupa wiernych ma możliwość uczestniczenia w nich osobiście. Dzięki transmisjom w czasie rzeczywistym, katolicy mieszkający w różnych częściach świata uczestniczą, chociaż jedynie w wirtualny sposób, w ważnych celebracjach. Takie uczestnictwo w niezaprzeczalny sposób przyczynia się do umocnienienia wspólnoty wiernych i pomaga zwiększyć poczucie przynależności do Kościoła[531].

---

[528] Warto w tym miejscu wspomnieć, że telefon, który był wynaleziony w 1886 r. został zaakceptowany przez Watykan dopiero po traktatach laterańskich w 1929 r. F.X. de Vaujany, *Between eternity and actualization...*,s. 360, http://www.opoka.org.pl/biblioteka/T/TA/TAP/spowiedz_internetowa.html [dostęp 7.05.2013].

[529] M. Robak, *Zarzućcie sieć*, Warszawa 2004, s. 80.

[530] S. E. George, *Believe It or Not. Virtual Religion in the 21st Century*, [w:] *End-User Computing. Concepts, Methodologies, Tools, and Applications*, red. S. Clarke, Hershey 2008, s. 2302.

[531] Instrukcja Duszpasterska o Środkach Społecznego Przekazu *Communio et Progresio*, s. 308. Jednym ze znamiennych przykładów wykorzystania telewizji w ważnych przekazach Kościoła katolickiego jest uczestnictwo Jana Pawła II w wielkopiątkowej Drodze Krzyżowej 25 marca 2005 r. Umierający Papież nie mógł osobiście wziąć udziału w uroczystościach, jak czynił to każdego roku. Przy XIV stacji Jan Paweł II przebywając w swojej prywatnej kaplicy wziął krzyż w swoje ręce i objął go. Za pośrednictwem telewizji przekaz ten został transmitowany na żywo do wielu krajów świata. J. Ratzinger, *Droga Krzyżowa w Koloseum w Wielki Piątek 2005. Rozważania przygotowane przez kard. Josepha Ratzingera, dziekana Kolegium Kardynalskiego,*

Nie zmienia to faktu, że połączenie się z miejscem wydarzenia za pomocą mediów nie oznacza rzeczywistego uczestnictwa w nim. W ten sposób wierni stają się jedynie obserwatorami Świętego Misterium, które się odbywa w przestrzeni odległej od miejsca jego odbioru. Transmisja regularnej cotygodniowej Mszy Świętej ma swój głęboki sens, ale jedynie dla grupy wiernych, którzy nie mogą z różnych względów w niej uczestniczyć[532].

W 2005 r. Kościół katolicki przedstawił oficjalne stanowisko dotyczące kwestii udzielania sakramentu pokuty za pośrednictwem internetu. W oświadczeniu Papieskiej Rady do Spraw Środków Społecznego Przekazu figuruje zapis, który nie pozostawia żadnych wątpliwości, ani możliwości dowolności interpretacji: *do sakramentu spowiedzi, w uzupełnieniu do warunków i wymagań związanych z sakramentu, wymagana jest fizyczna obecność spowiadającego się*[533]. Warunki udzielania sakramentów zostały też określone w Prawie Kanonicznym:

> […] ktokolwiek przy pomocy jakiegokolwiek instrumentu technicznego nagrywa lub rozpowszechnia za pomocą środków społecznego przekazu to, co jest mówione przez spowiednika lub penitenta podczas spowiedzi sakramentalnej prawdziwej lub fałszywej, uczynionej przez niego samego lub przez inne osoby, zaciąga na mocy samego prawa karę ekskomuniki[534].

Kościół ze szczególną troską podchodzi do ochrony sakramentu spowiedzi, a jego niezachwiane stanowisko ma na celu ochronę sakramentu przed nadużyciami, w tym przez podsłuchaniem, nagraniem i rozpowszechnieniem[535]. Pomimo oficjalnego stanowiska Kościoła w tej sprawie, w szeregach duchownych pojawiają się głosy poddające w wątpliwość słuszność

---

http://www.opoka.org.pl/biblioteka/W/WR/inne/ratzinger_drogakrzyzowa-or_25032005.html# [dostęp 12.11.2014]. Zdjecia i filmy rejestrujące to wydarzenie są dostępne w internecie na wielu stronach i serwisach, np. http://fakty.interia.pl/galerie/religia/ostatnia-droga-krzyzowa-jana-pawla-ii-zdjecie,iId,1007692,iAId,71746#1007683 [dostęp 12.11.2014].

[532] Internetowe transmisje Mszy Świętej doceniane są przez wiernych, którzy spędzają wakacje w krajach, w których udział w niedzielnej Eucharystii jest mocno ograniczony lub wręcz niemożliwy; Zob. więcej A. Górny, A. Zygmunt, *Internet wobec tradycji religijnych...*, s. 63-65; Problem profanizacji obrzędów religijnych w transmisjach online poruszono także w P. I. A. Carvajal, *La Basílica de Guadalupe en la Internet. La difusión de las prácticas religiosas en la era de las tecnologías de información*, „Renglones", 61, 2009-2010, s. 29.

[533] R. Kluver, Y. Chen, *The Church Of Fools...*, s. 119.

[534] Por. D. Borek, *Przestępstwa przeciwko sakramentom*, „Prawo Kanoniczne", 4, 2012, s. 150.

[535] Tamże, s. 151.

postawy Stolicy Apostolskiej w sprawie internetowej spowiedzi. Wyrażają oni przekonanie, że sakrament pokuty udzielany za pośrednictwem internetu przez uprzednio poznanego osobiście księdza byłby równie wartościowy, jak spowiedź z zachowaną fizyczną współobecnością spowiednika i spowiadającego się[536]. Dzisiaj jedną z najczęściej poszukiwanych przez użytkowników informacji w serwisach sanktuarium jest możliwość spowiedzi w świętym miejscu[537]. Nie dziwi więc, że pomysł spowiedzi za pośrednictwem internetu spotkał się z owacyjnym przyjęciem przez internautów. Wydaje się więc, że zapewne wielu z nich, gdyby pojawiła się możliwość „elektronicznej spowiedzi", chciałoby z niej korzystać.

Kościół katolicki nie dopuszcza możliwości przyjmowania sakramentów w świecie wirtualnej rzeczywistości, jednak uznaje zasadność umieszczania w sieci wskazówek mogących być pomocą w przygotowaniu się do ich przyjęcia[538]. Akceptuje również pomoc nowoczesnych mediów w przygotowaniu się do sakramentu pokuty. W 2011 r. została wprowadzona na rynek dedykowana na iPhona i iPada aplikacja *Confession: A Roman Catholic App*. Można ją zakupić za 1,99$ w sklepie *App Store*. Aplikacja pomaga użytkownikowi w dokonaniu szczegółowego rachunku sumienia. Lista grzechów generowana jest na podstawie udzielanych odpowiedzi na szereg szczegółowych pytań. Użytkownik może spersonalizować aplikację wprowadzając podstawowe dane o sobie, takie jak płeć, wiek, stan cywilny i wiele innych. Może również uzupełniać dostępną w niej bazę grzechów i przewinień. Jest także możliwość wyświetlenia statystyk zapisanych w pamięci urządzenia wyników ostatnio dokonanych rachunków sumienia. Oczywiście ta, i jej podobne aplikacje są tylko pomocą w przygotowaniu się do sakramentu,

[536] Por. D. Kowalczyk, *O możliwości spowiedzi przez internet*, „Więź", 8-9, 2002, s. 98-108. Autor broniąc opinii dopuszczającej ważność spowiedzi przez internet pisze: *Przez kratki konfesjonału zazwyczaj niewiele albo nic nie widać. Jeśli penitent się nie przedstawi, to bywa, że ksiądz myli się znacznie co do wieku, a nawet co do płci penitenta. W każdym razie kontakt penitenta ze spowiednikiem jest kontaktem słuchowym. Obydwie strony po prostu słyszą siebie nawzajem. Kapłan słyszy penitenta, który wyznaje swoje grzechy oraz zapewnia o swym żalu. Penitent natomiast słyszy kapłana, który poucza, zadaje pokutę.* Polemikę z D. Kowalczykiem podjął Andrzej Draguła w A. Draguła, *Ciało koniecznie potrzebne. Czy możliwa jest spowiedź przez internet?*, „Więź", 531/1, 2003, s. 77-85. Zob. także M. Robak, *Teologia cyberświata*, s. 52; A. Górny, A. Zygmunt, *Internet wobec tradycji religijnych...*, s. 67-71.

[537] K. Marciniak, *E-religijność*, [w:] *e-kultura, e-nauka, e-społeczeństwo*, red. B. Płonka-Syroka, M. Staszczak, Wrocław 2008, s. 172; Na stronach internetowych ludzie poszukują inspiracji do przygotowań uroczystości towarzyszących np sakramentom bierzmowania, małżeństwa, pierwszej Eucharystii dziecka. M. Altena, C. Notermans, T. Widlok, *Place, Action, and Community...*, s. 133.

[538] Z. Hanas, *Internet religijny a religijność...*, s. 35.

jednak samo rozgrzeszenie może dokonać się jedynie poprzez ważny sakrament, w warunkach jasno określonych przez Kościół katolicki. Powstanie aplikacji jest przykładem ujawniania się nowych trendów przy spotkaniu religii, nowych mediów i internetowej kultury[539]. Nie zmienia to faktu, że choć proces przygotowania się do sakramentu może odbywać się w kontaktach realizowanych za pomocą internetu, to jego finał musi mieć miejsce w realnym świecie[540].

Bywa czasem, że proste, z głębi serca płynące słowa ludzi nie będących ekspertami w danej dziedzinie w trafny sposób potrafią wyjaśnić skomplikowane niejednokrotnie kwestie. W artykule odnoszącym się do użytkowania internetu w posłudze Kościoła katolickiego autorstwa Agaty Zygmunt i Andrzeja Górnego przytoczona została wypowiedź internauty, która zapewne odzwierciedla opinię wielu katolików, którzy dystansują się od internetu, jako zamiennika rzeczywistych pobożnych praktyk:

> Niech mi nikt nie mówi, że posiedzieć przed kompem, to to samo, co iść na mszę. A ciekawe jak mamy przyjąć Pana Jezusa do swojego serca. To już nie jest możliwe przez internet. Może i jest to dobry pomysł ale tak jak nie można wyleczyć zębów przez internet nie będąc u dentysty tak też nie wyleczy się duszy nie uczestnicząc w pełni fizycznie i duchowo we Mszy Świętej[541].

3.4 Internet jako pielgrzymkowa przestrzeń

Historia pielgrzymowania jest niemal tak wiekowa jak historia ludzkości. Stanowi jedną z form pobożności zwykle podejmowaną spontanicznie. W religii katolickiej nigdy nie został ustanowiony żaden nakaz pielgrzymowania, ale w wielu krajach znajdują się miejsca kultu tak ważne, że zwyczajowo każdy członek społeczności choć raz w życiu czuje potrzebę odbyć pielgrzymkę w to miejsce. Kościół, chociaż nie narzuca obowiązku pielgrzymowania, to jednak zachęca i obejmuje patronat nad grupami pielgrzymów, którzy zmierzają do świętych miejsc.

---

[539] P. H. Cheong, C. Ess, C., *Religion 2.0? Relational and hybridizing pathways in religion, social media and culture*, [w:] *Digital Religion, Social Media and Culture: Perspectives, Practices, Futures*, red. P.H. Cheong, P. Fischer-Nielsen, S. Gelfgren, C. Ess, New York 2012, s. 1-2.

[540] M. Robak, *Zarzućcie sieć*, s. 81.

[541] A. Górny, A. Zygmunt, *Internet wobec tradycji religijnych*..., s. 65-67.

Od najdawniejszych czasów główną motywacją do podróży były pobudki religijne. Pielgrzymka jest uważana za najstarszy typ podróży, podejmowanej z powodów innych niż gospodarcze. Pielgrzymka to także jeden z głównych czynników kształtujących kulturę religijną. Jest to podróż podejmowana do miejsca uznanego za święte ze względu na szczególne działanie w nim Boga. Skoro jednak pielgrzymka jest podróżą, choć podróżą wyjątkową, musi składać się z trzech podstawowych elementów: podejmującej podróż osoby, przestrzeni, którą należy pokonać i docelowego miejsca, do którego pątnik zmierza, przebywa w nim, a opuszczając je wraca do miejsca, z którego rozpoczął podróż. Przestrzeń pielgrzymkowa określona jest poprzez dwa krańcowe punkty: miejsce, z którego pielgrzym podejmuje podróż, oraz jej punkt docelowy, święte miejsce, do którego pielgrzymował. Jest to zwykle świątynia, w której przechowywany jest otaczany szczególną czcią wizerunek lub rzeźba albo relikwie świętego. To także punkt, w którym rozpoczyna się powrót do miejsca rozpoczęcia pielgrzymki[542]. Pielgrzymka w tradycyjnej formie jest skomplikowanym rytuałem, rozciągającym się w czasie i wiążącym się ze zmianą miejsca pobytu. Pielgrzym ponosi trud długiej podróży. Po osiągnięciu celu wznosi się on na wyżyny duchowych przeżyć, zatapia w modlitwie, przedstawia Bogu intencje, z którymi przybył do świętego miejsca.

Internet zaproponował nowy styl pielgrzymowania – podróże do świętych miejsc odbywane przed monitorem komputera. Praktykę podejmowania peregrynacji w internecie określa się mianem cyberpielgrzymki[543]. Cyberpielgrzymki bardzo różnią się pomiędzy sobą poziomem technicznych możliwości, stopniem interaktywności, organizacją treści[544]. Niektóre z nich to

[542] A. Jackowski, *Pielgrzymowanie*, s. 6-7; Zob. także D. Freedberg, *Potęga wizerunków. Studia z historii i teorii oddziaływania*, tłum. E. Klekot, Kraków 2005, s. 101.

[543] Wielu badaczy tematu pielgrzymowania w internecie używa wymiennie pojęć *wirtualna pielgrzymka* i *cyberpielgrzymka*. Inni (C. Hill-Smith, M. MacWilliams, C. Helland) rozróżniają oba pojęcia ze względu na środowisko, w jakim mają miejsce. Za wirtualną pielgrzymkę uznają podróż, którą człowiek podejmuje w ramach kontemplacji i medytacji, odwiedzając święte miejsce wyłącznie za pomocą jego wyobrażenia. W odniesieniu do pielgrzymek podejmowanych w internecie stosują określenie cyberpielgrzymka. W niniejszej pracy pojęcia te stosowane są wymiennie, jako że nawet przy rozróżnieniu pojęć cyberpielgrzymka pozostaje pojęciem szerszym – pielgrzymowanie przed monitorem komputera podobnie jak wirtualne (w sensie wyłącznie wyobrażeniowym) także wymaga zaangażowania wyobraźni.

[544] Ze względu na miejsce, które stanowi cel cyberpielgrzymki, należy rozróżnić i w różnych kategoriach rozpatrzyć ich dwa rodzaje. Pierwsze z nich prowadzą uczestnika do miejsca rzeczywiście istniejącego w realnym świecie. Drugi rodzaj stanowią cyberpielgrzymki, które rozgrywają się w miejscach nierzeczywistych, wymyślonych przez ich twórców. Te drugie nie mieszczą się w tematyce niniejszej pracy i nie będą tu omawiane. Por. C. Hill-

nieskomplikowane strony internetowe prezentujące opisane fotografie wykonane w świętych miejscach, ewentualnie wzbogacone zawołaniami modlitewnymi. Inne przesycone są symboliką religijną, interaktywnymi modlitwami, efektami dźwiękowymi i symulacjami rytuałów, podobnymi do tych odprawianych w rzeczywistych sanktuariach[545].

Podobnie jak w realnej peregrynacji, także w cyberpielgrzymce można wskazać trzy kluczowe elementy. Pierwszym z nich jest pielgrzym, czyli osoba podejmująca podróż – w sieci jest nim internauta. Przemierzaną przestrzenią jest cyberprzestrzeń, a konkretyzując jest to zbiór podstron witryny serwisu pielgrzymkowego. Rolę sakralnego obiektu, do którego podejmowana jest peregrynacja w cyberprzestrzeni spełnia podstrona, która zgodnie z logiczną konstrukcją witryny zostanie odwiedzona jako ostatnia. Można także uznać, że w cyberpielgrzymce można wyodrębnić te same etapy, co w tradycyjnej. I tak na przykład rytuał przejścia, charakterystyczny dla tradycyjnej peregrynacji, jest tu realizowany poprzez zalogowanie się do cyberprzestrzeni, a komputer służy jako „portal" wiodący do świętego miejsca pielgrzymki. Internauta w skupieniu przemierzając podstrony serwisu pielgrzymkowego, podobnie jak pielgrzymi osiągający punkt docelowy w tradycyjnej peregrynacji, osiąga stan duchowego uniesienia w chwili dotarcia do strony docelowej wirtualnej pielgrzymki. Internet staje się zatem miejscem doświadczania liminalności[546].

Wspólnoty, które tworzą się w wyniku wspólnego tradycyjnego pielgrzymowania znoszą bariery społeczne, wynikające z różności wieku, płci, rasy, wykształcenia, statusu materialnego czy pozycji społecznej. Pielgrzymi podejmujący trud dotarcia do świętego miejsca pokonują wspólne dla wszystkich przeszkody i trudności a spotykając się u kresu drogi, czują się braćmi w obliczu trudów podjętej wędrówki, którą właśnie ukończyli z sukcesem. Analiza wpisów w księgach gości na stronach poświęconych wirtualnym świętym podróżom upoważnia do stwierdzenia, że cyberpielgrzymki również posiadają moc wspólnototwórczą[547]. Użytkownicy podejmujący wirtualne pielgrzymowanie pomiędzy stronami serwisu koncentrują się na przeżywaniu podróży i dzieleniu się wrażeniami z innymi internautami.

Smith, *Cyberpilgrimage. A Study of Authenticity...*, http://www.questia.com/read/1G1-213033192/cyberpilgrimage-a-study-of-authenticity-presence [dostęp 11.01.2014].

[545] C. Hill-Smith, *Cyberpilgrimage: The (Virtual) Reality of Online Pilgrimage Experience*, „Religion Compass", 5/6, 2011, s. 237.

[546] M. W. MacWilliams, *Virtual Pilgrimages on the internet,* „Religion", 32, 2002, s. 325.

[547] P. Siuda, *Religia a internet...*, s. 99.

Multimedialność i interaktywność internetu pozwala cyberpielgrzymowi zbliżyć się do świętego miejsca, najczęściej poprzez kontemplację jego obrazu przekazywanego w czasie rzeczywistym przez kamerę internetową. Wcześniej rolę tę pełniły fotografie świętych miejsc. Pielgrzym ów zwykle ma także możliwość pozostawienia po swojej wizycie realnego śladu. Witryny oferujące wirtualną pielgrzymkę zazwyczaj mają wbudowane skrypty umożliwiające przesyłanie próśb modlitewnych poprzez przygotowany na stronie formularz.

Motywy skłaniające ludzi do tradycyjnego pielgrzymowania są dość zróżnicowane. Wierni podejmują pielgrzymki pokutne, dziękczynne, lub zmierzają do świętego miejsca z intencją błagalną o łaski. Dla niektórych pątników pielgrzymka jest wypełnieniem złożonych ślubów. Trudno byłoby sobie jednak wyobrazić, aby któryś z tych motywów kierował wiernym przemieszczającym się pomiędzy podstronami internetowej witryny. W tym kontekście pielgrzymowanie online nie ma wiele wspólnego z tradycyjną peregrynacją. Cyberpielgrzymowanie nie spełnia także wielu wymogów stawianych przed realną pielgrzymką. Brak tu jednego z głównych elementów pielgrzymowania – uciążliwej podróży, ascetycznych praktyk wiążących się z pokutnym charakterem pielgrzymki. Cyberpielgrzymka jest natychmiastowa, do świętego miejsca dociera się za pomocą jednego kliknięcia. Podobnie samo miejsce odwiedzane jest tylko w przenośni, a nie w świecie realnym. Wirtualna pielgrzymka nie oferuje żadnego zamiennika dla wielu aktywności podejmowanych przez tradycyjnych pielgrzymów w świętych miejscach. Przesłanie pocztą e-mailową lub za pośrednictwem formularza intencji modlitewnej nie może się równać z pozostawieniem karteczki z odręczną notatką przy którymś z ołtarzy w sanktuarium. Podobnie intymny, bezpośredni kontakt z figurą czy obrazem jest duchowym przeżyciem w żaden sposób nieporównywalnym z kontemplacją obrazu wyświetlonego na ekranie monitora[548].

Trudno jednak byłoby nie dostrzec pozytywnej roli, jaką cyberpielgrzymka pełni w wielu szczególnych przypadkach. Jest ona propozycją dla tych wiernych, dla których udział w tradycyjnej pielgrzymce byłby trudny lub nawet niemożliwy ze względów finansowych, geograficznych, związanych z wiekiem lub stanem zdrowia[549]. Wspomnieć tu należy, że

[548] M. Altena, C. Notermans, T. Widlok, *Place, Action, and Community...*, s. 144; Zob. także C. Helland, *Diaspora on the Electronic Frontier...*, s. 968-969.

[549] Dzięki mediom imigranci zachowują kontakt z członkami rodzin i bliskimi w kraju, z którego emigrowali. Radio, telewizja, prasa dostarczają wiadomości z kraju. Internet także spełnia tę rolę, ale dodatkowo daje szansę na utrzymywania kontaktów z rodziną i przyjaciółmi, którzy pozostali w ojczyźnie. Rolę internetu w praktykowaniu

pielgrzymowanie pozbawione czynnika fizycznego przemieszczania się nie jest zjawiskiem nowym i wcale nie narodziło się wraz z rozwojem sieci komputerowej. Cyberpielgrzymka jest rozszerzeniem pielgrzymki duchowej, której istotą jest podróż wewnętrzna przeżywana w głębi duszy. Pozostając w domu pielgrzym może odbyć duchową peregrynację. Podejmując w jej trakcie modlitwę i medytację, czyni on zadość drugiemu istotnemu, obok fizycznej podróży, czynnikowi tradycyjnej pielgrzymki[550].

* * *

Lokalne i globalne procesy, takie jak rozwój przemysłowy i technologiczny, zmiana stylu życia społeczeństw wpływają na metamorfozę niemal wszystkich procesów społecznych. Przekształceniom ulega także sposób pielgrzymowania. Podróżowanie w dzisiejszych czasach jest nieporównanie łatwiejsze niż wieki temu, gdy głównym sposobem dotarcia przez pątników do świętego miejsca było pokonanie dzielącego ich od niego dystansu piechotą. Rozwój środków transportu i poprawa warunków życia sprawiły, że obecnie coraz większa liczba wiernych podejmuje decyzję o podjęciu peregrynacji. Rytuały przejścia w zdefiniowanym przez Victora Turnera modelu pielgrzymki uległy znacznej modyfikacji i zatraciły pokutny charakter. Współczesny pielgrzym do miejsca peregrynacji zostaje dowieziony wygodnym, klimatyzowanym autokarem, a po pobycie w świętym miejscu w podobnie komfortowych warunkach powraca do miejsca zamieszkania[551].

Dla pielgrzymów, którzy odbyli tradycyjną pielgrzymkę w realnym świecie cyberprzestrzeń, poprzez dostępność odpowiednich narzędzi, daje możliwość przedłużenia

---

wiary emigrantów zamieszkałych z dala od macierzystego kraju zbadała kilka lat temu Sabine Kalinock. Poddała ona analizie wykorzystanie sieci przez irańskich imigrantów zamieszkałych w Niemczech. Internet był dla niech narzędziem służącym głównie podtrzymywaniu kontaktów z rodziną i bliskimi zamieszkałymi w opuszczonym przez nich kraju. Pomocny był im także przy uzyskiwaniu praktycznych informacji takich jak adresy meczetów znajdujących się w pobliżu miejsca ich obecnego zamieszkania. Sieć służyła im także do szukania mieszkających w ich pobliżu ludzi o takich samych przekonaniach religijnych. Nawiązywane za pomocą internetu kontakty dawały im poczucie przynależności do tradycyjnej wspólnoty. S. Kalinock, *Going on pilgrimage online. The representation of the twelver-shia in the internet*, "Online-Heidelberg Journal of Religions on the Internet" 2.1, 2006, s. 6.

[550] P. Różycki, *Kilka uwag o turystyce i pielgrzymowaniu*, „Folia Turistica", 27, 2012, s. 168.

[551] Por. P. Maxwell, *Virtual Religion in Context*, „Religion", 32, 2002, s. 351; Zob. także O. Czerniawska, *Podróż i jej andragogiczny wymiar*, „Chowanna", 25/2, 2005, s. 91-92.

doświadczenia bycia pielgrzymem. W sieci łatwe jest bowiem podtrzymywanie kontaktów nawiązanych podczas pielgrzymki. Narzędziami skutecznie budującymi i podtrzymującymi wspólnotę pielgrzymów są funkcjonujące na stronach sanktuariów księgi gości, blogi, serwisy społecznościowe. Jest to więc przedłużenie ostatniej fazy pielgrzymowania – fazy określanej przez Victora Turnera jako postliminalnej[552]. Doświadczenia związane z pielgrzymką nie kończą się wraz z powrotem pątników do domu, ale wkraczają w kolejną fazę, stale wzbogacaną wpisami, dokumentacją fotograficzną i filmową przeżytych doświadczeń, opisem wrażeń z życia „po pielgrzymce". Faza ta trwa zwykle o wiele dłużej, aniżeli czas podróży pielgrzymkowej.

Internetowe relacje z odbytych pielgrzymek pełnią ważną rolę w kształtowaniu się u zapoznających się z ich treścią internautów pragnienia podjęcia podobnej podróży. Szczególną rolę odgrywają fotografie. Odpowiednio dobrane w sposób szczególnie mocny wywołują u oglądających je osób chęć odwiedzenia przedstawionego miejsca.[553] Działa tu mechanizm podobny do wielokrotnie w literaturze przedmiotu opisywanych przypadków, gdy osobista relacja ustna lub książka powstała na podstawie podróży zintensyfikowały ruch turystyczny i pielgrzymkowy w danym obszarze geograficznym.

W internecie ma swój początek i swoje zwieńczenie wiele wypraw podejmowanych do miejsc świętych w realnym życiu. W sieci przyszli pielgrzymi szukają informacji o planowanych destynacjach, bywa także, że informacje umieszczone w sieci stają się dla nich inspiracją do podjęcia wcześniej nie planowanej podróży. Po jej odbyciu pielgrzymi dzielą się w sieci z innymi użytkownikami swoimi wrażeniami i przeżyciami. Warto w tym miejscu przywołać jeden z najbardziej znanych przykładów potwierdzających tę prawidłowość, jakim jest lektura znanej książki pt. *Pielgrzym* autorstwa Paula Coelho. W 1968 r. Coelho odbył szlakiem św. Jakuba pielgrzymkę do słynnego hiszpańskiego sanktuarium Santiago de Compostela. Mistyka miejsca i wrażenia towarzyszące podróży wywarły na młodym pisarzu wrażenie tak ogromne, że przeżycia i refleksje z pątniczego szlaku opisał w wyżej wymienionej książce. W krótkim czasie powieść zyskała miano bestselleru, stała się inspiracją dla wielu czytelników, przez co przyczyniła się do ożywienia ruchu pielgrzymkowego na jakubowym szlaku. Do dzisiaj wielu

[552] P. Siuda, *Religia a internet...*, s. 91-100.

[553] K. Stepaniuk, *Portal społecznościowy w kreowaniu potrzeb turystycznych*, „Zeszyty Naukowe Uniwersytetu Szczecińskiego", 698, 2012, s. 48.

pielgrzymów podejmuje peregrynację do miejsca spoczynku szczątków św. Jakuba Apostoła po części pod wpływem lektury *Pielgrzyma*[554].

Warto tu wspomnieć także, że internetowe doświadczenia nie dotyczą przełożenia na podejmowanie pielgrzymkowej aktywności w realnym życiu jedynie w kontekście podróży do świętych miejsc. Przedmiotem badań naukowych pozostają już od wielu lat pielgrzymki nie mające nic wspólnego z przeżyciami religijnymi[555]. Dotyczą tak zwanych pielgrzymek fanów, których uczestnicy podążają do miejsc, w których żyli lub zostali pochowani sławni ludzie, np. gwiazdy filmu czy też muzyki rozrywkowej[556].

W świetle współczesnych badań wirtualne pielgrzymowanie nie zagraża rzeczywistym peregrynacjom, stanowiąc raczej preludium i zachętę do odwiedzenia świętych miejsc. Często decyzja o podjęciu pielgrzymki w świecie rzeczywistym wynikała pośrednio z doświadczeń wirtualnego pielgrzymowania i zdobytej tam wiedzy na temat pielgrzymkowych destynacji. Internet może natchnąć ludzi do tradycyjnego pielgrzymowania, może też pomóc w gruntownym przygotowaniu się do świętej podróży tym, którzy już od dłuższego czasu taką podróż planowali. Znane i opisane w literaturze przedmiotu są też przypadki podejmowania spontanicznych decyzji o podjęciu pielgrzymki, inspirowane treściami umieszczonymi na stronach katolickich, na które często internauta trafił przez przypadek[557].

---

[554] J. Bremer, *Camino de Santiago – droga świętych legend*, „Folia Turistica", 27, 2012, s. 106.

[555] Przykładowym przełożeniem aktywności podjętej w sieci, na jej kontynuowanie w realnym życiu jest znany w wielu krajach reality show *Big Brother*. Zgodnie z formułą programu grupa, nieznających się uczestników wprowadza się do tak zwanego Domu Wielkiego Brata, gdzie pozostają w zamknięciu przez kolejne tygodnie, a ich życie śledzone jest przez zainstalowane w domu kamery. W kolejnych tygodniach trwania programu eliminowani są kolejni uczestnicy programu, aż na końcu pozostaje dwójka uczestników, z których w najważniejszym, końcowym etapie eliminowany jest ostatni z przegranych, pozostała osoba zostaje zwycięzcą programu. Momentem wieńczącym program jest wyjście zwycięzcy z domu Wielkiego Brata. Duża liczba telewidzów i internautów śledzących życie uczestników podejmuje podróż do miejsca usytuowania domu Wielkiego Brata, aby obserwować wyjście zwycięzcy. N. Couldry, *Pilgrimage in Mediaspace. Continuities and Transformations*, „Pilgrimage", 20/1, 2007, s. 69.

[556] Por. P. Siuda, *Pielgrzymki fanów. Podróże w przestrzeni geograficznej czy podróże symboliczne*, „Studia Medioznawcze", 47/4, 2011, s. 105-113; Zob. także http://www.dziennik.com/publicystyka/artykul/z-pielgrzymka-do-krola [dostęp 2.09.2014].

[557] Brenda Brasher opisuje w swojej książce przypadek Dawida, który po rozwodzie z żoną poszukuje w sieci inspiracji do dokonania zmiany w swoim życiu. Pragnie poświęcić swoją uwagę czemuś, co nadałoby jego życiu nowy sens. Przypadkowo trafia na stronę zakonu dominikanów, mieszkających w domu na pustyni stanu Nowy Meksyk. Po nawiązaniu mailowego kontaktu z zakonnikami, Dawid udaje się z tygodniową wizytą do ich domu

Internetowa lektura pielgrzymkowych wspomnień może natchnąć do odbycia podróży tych, którzy jej nie planowali, ale także może być pomocą w przygotowaniu się do podróży już wcześniej planowanej. W relacjach takich pielgrzymi zwykle opisują nie tylko wrażenia duchowe towarzyszące ich podróży, ale podają szereg cennych, praktycznych wskazówek. Przygotowania do odbycia pielgrzymki w dużej mierze odbywają się w oparciu o wpisy w internecie: na stronach WWW, forach dyskusyjnych, portalach społecznościowych i blogach. Uczestnictwo w tworzeniu tychże treści, bądź nawet bierne zapoznawanie się z nimi nie jest niczym innym, jak rozpoczętą w cyberprzestrzeni preliminalną fazą pielgrzymki[558].

* * *

W niektórych, szczególnie tych pełnych entuzjazmu dyskursach na temat sieci WWW, aktywność w sieci określana jest jako podróż, która przenosi internautę w inne miejsce. Tylko czym jest to miejsce i gdzie ono jest, o ile w ogóle określenie „jest" ma w tym kontekście jakikolwiek sens. Dokąd tak naprawdę podąża użytkownik sieci, gdy wkracza w świat internetu i w jaki sposób wkroczenie to powinno być rozumiane[559]. Cyberprzestrzeń jest tylko niedoskonałą próbą odzwierciedlenia prawdziwego świata. W sklepie internetowym można dokonać zakupu szybciej, wygodniej niż w rzeczywistym sklepie. Jest też możliwość szybkiego porównania towaru z innymi, dostępnymi w tym samym lub w innych internetowych sklepach. Dostępna jest pełna informacja o towarze, a niektóre sklepy stosują zabiegi, mające na celu symulować rzeczywisty sklep (przykładem może być tematyczne ułożenie książek w serwisie *Amazon*). Niektóre witryny, oferujące swoje usługi wprowadzają dodatkowe funkcje, które w świecie offline nie są dostępne (jak np. wyświetlenie oferty książek o podobnej tematyce, które cieszyły się popularnością wśród klientów dokonujących zakupu tej samej książki co aktualny klient). A jednak podczas odwiedzin witryny sklepu, banku czy urzędu odczuwany jest brak

zakonnego, a wizyta ta zmienia jego podejście do życia, dając mu nowe siły i energię do dalszego życia. Chociaż efektem odwiedzenia strony benedyktynów było podjęcie podróży do nich miejsca pobytu, Piotr Siuda kategoryzuje stronę zakonu jako stronę związaną z sieciową religią (nie z religią w sieci), jako że treści na niej umieszczone nie służyły jedynie informacji o ich działalności, ale nastawione były na zachętę do odwiedzenia ich siedziby. P. Siuda, *Religia a internet...*,s. 92.

[558] Tamże, s. 91-94.

[559] D. E. Cowan, *Online U-Topia...*, s. 257.

naturalnego kontaktu z ludźmi, uśmiechu, wymiany grzeczności, przypadkowego spotkania ze znajomymi.

Prawdziwe życie dostarcza wrażeń, których nie zastąpi żadna technologia[560]. Podobnie zupełnie innym przeżyciem jest odwiedzenie przez pielgrzyma świętego miejsca, i podjęcie w nim pobożnych praktyk odwiedzenia witryny wykorzystującej najnowocześniejsze, multimedialne techniki. Żadne wizualne elementy, przekazy z kamer internetowych nie są w stanie oddać atmosfery panującej w rzeczywistym świętym miejscu. Żadna technologia nie dorównuje bezpośrednim kontaktom interpersonalnym mającym miejsce w realnych wspólnotach ludzkich[561].

3.5 Kościół w sieciach społecznościowych

W ciągu ostatnich kilku lat uczestnictwo w mediach społecznościowych stało się najpopularniejszą formą aktywności użytkowników sieci internetowej[562]. Wbrew utartym przekonaniom nie służą one wyłącznie rozrywce i kontaktom interpersonalnym młodych ludzi, są nowoczesnym i co ważne, skutecznym narzędziem marketingowym. Ogromna popularność i powszechność użytkowania portali społecznościowych sprawia, że są one dzisiaj potężnym środkiem promocji. Na czołowej pozycji pod względem popularności, niemal od początku swojego powstania w 2004 r., znajduje się *Facebook*. Dostrzegając stale rosnącą popularność tego portalu firmy, instytucje i organizacje szybko doceniły ogromne możliwości promocji i reklamy, zakładając własne profile. Obecnie na *Facebooku* prezentuje się większość firm i organizacji, partie polityczne i ugrupowania religijne. Producenci i sprzedawcy poszukują wśród użytkowników portali społecznościowych klientów, artyści kreują swój wizerunek i zdobywają fanów[563], a przedstawiciele wspólnot wyznaniowych – nowych wyznawców.

[560] Tamże, s. 258.

[561] Jan Paweł II, Orędzie na XXXVI Światowy Dzień Środków Społecznego Przekazu..., s. 26.

[562] W styczniu 2013 r. użytkownikami sieci społecznościowych było niemal 90% polskich internautów, co stanowi 17 milionów osób.

[563] Status fana na *Facebooku* posiada osoba, która posiada w portalu własny profil, oraz podczas odwiedzin innej strony kliknęła przycisk „lubię to". Nazwa fan wywodzi się z czasów, gdy przycisk z napisem „lubię to" był opatrzony tekstem „zostań fanem". Z powodu braku innych określeń, funkcjonuje dotychczas (zamienniki: lubisie, lajki, nie zyskały pełnej aprobaty internautów). Fan jest więc osobą, która deklaruje, że lubi konkretny profil

Najistotniejsze cele, jakie ma spełniać konto na *Facebooku*, obok kreowania wizerunku, to stworzenie społeczności skupionej wokół właściciela portalu a także zyskanie dostępu do opinii o swojej działalności.

Zdobycie 50 milionów słuchaczy radia trwało 38 lat. Do zyskania przez telewizję tej samej liczby odbiorców wystarczyło 13 lat. Taka liczba internautów została osiągnięta zaledwie w ciągu czterech lat. W czasie pierwszych 9 miesięcy od debiutu, na *Facebooku* zarejestrowało sie i założyło swoje profile 100 milionów użytkowników. O skali popularności serwisu niech świadczy porównanie, według którego gdyby *Facebook* był państwem, zajmowałby obecnie czwarte miejsce na świecie pod względem liczby ludności. Wyprzedzałyby go tylko Chiny, Indie i Stany Zjednoczone[564]. W drugim kwartale 2014 r. miesięcznie serwis odwiedzało 1,37 miliarda użytkowników. Liczba osób odwiedzających portal systematycznie rośnie od wiosny 2012 r. [565] Liczby te potwierdzają, że media społecznościowe nie są chwilową modą, ale fundamentalną zmianą sposobu międzyludzkiej komunikacji[566]. Coraz wyraźniej rysuje się obecność użytkowników, którzy przekroczyli pięćdziesiąty rok życia. Błędem byłoby więc obecnie kojarzenie mediów społecznościowych wyłącznie z młodym pokoleniem[567]. W 2010 r. swoją działalność rozpoczął *Pinterest*, serwis przeznaczony do kolekcjonowania i porządkowania zebranych materiałów wizualnych. W następnym roku został uruchomiony serwis *Google+*, który zaledwie w ciągu pierwszych 30 dni funkcjonowania zyskał 25 milionów użytkowników.

Innym popularnym medium społecznościowym wyrosłym na gruncie internetowej kultury są blogi. Powstały one w wyniku ewoluowania e-kultury, a także jako konsekwencja utraty zainteresowania internautów grupami dyskusyjnymi. W obliczu rosnącej popularności interaktywnych, dopracowanych graficznie blogów listy dyskusyjne straciły na atrakcyjności.

---

stworzony w serwisie społecznościowym. Por. K. Polańska, *Biznesowy charakter mediów społecznościowych*, „Studia Informatica", 656/28, 2011, s. 74.

[564] *Social Media 2014* – Materiał filmowy zrealizowany przez 1800 Enterprises, https://www.youtube.com/watch?v=1pahLo5TTy4 [dostęp 15.04.2014].

[565] http://tvn24bis.pl/informacje,187/krolestwo-facebooka-tez-kiedys-upadnie-kto-zajmie-tron,461570.html [dostęp 24.08.2014].

[566] https://www.youtube.com/watch?v=1pahLo5TTy4 [dostęp 15.04.2014].

[567] Na nowojorskiej giełdzie w drugim kwartale 2014 r. przychody *Facebook* wzrosły, w porównaniu z tym samym okresem w 2013 r. o 61% a zyski aż o 138%. W tym czasie *Facebook* zarobił netto 791 milionów dolarów. Pojedyncza akcja osiągnęła cenę 71 dolarów za sztukę, w porównaniu do 38 dolarów w chwili debiutu na giełdzie, http://tvn24bis.pl/informacje,187/krolestwo-facebooka-tez-kiedys-upadnie-kto-zajmie-tron,461570.html [dostęp 24.08.2014].

Blogi stanowią alternatywną w stosunku do portali społecznościowych formę komunikacji w sieci, a także wniosły nowe strategie tworzenia społeczności sieciowych[568]. W 2013 r. liczba blogów przekroczyła 200 milionów[569].

Blogi stanowią szczególnie interesujące miejsce komunikacji religijnej. Przeprowadzona w badaniach analiza treści 200 blogów o tematyce związanej z chrześcijaństwem, a także wywiady z ich autorami wskazują, że blogi pełnią ważną rolę zarówno dla blogerów, jak i dla wiernych, którzy goszczą na ich stronach. Blogerzy religijni prowadząc dziennik, który jest świadectwem wiary w ich codziennym życiu, kierują go nie tylko do społeczności czytelników bloga, ale również do siebie samych. Spojrzenie na blogi, jako na kontemplacyjne doświadczenie religijne, wyróżnia je spośród tych, które służą rozrywce lub dzieleniu się wiedzą na określony temat. Warto przy tej okazji wspomnieć, że korzeni tradycji blogowania niektórzy badacze doszukują się w religijnych pamiętnikach, pisanych już wieki temu[570].

Coraz większa liczba duchownych katolickich prowadzi blogi, pragnąc za ich pośrednictwem nawiązywać kontakt z wiernymi[571]. Blogerami zostają duchowni każdego szczebla, blogując wspomagają pełnioną misję duszpasterską księża parafialni, zakonnicy, biskupi i kardynałowie[572]. Duchowni czynią to zgodnie z bezpośrednią zachętą Benedykta XVI, którą papież wyraził w 2010 r. orędziu na XLIV Światowy Dzień Środków Społecznego Przekazu *Kapłan i duszpasterstwo w cyfrowym świecie: nowe media w służbie Słowa*. Papież zwrócił się wówczas do kapłanów słowami: *Od księży natomiast wymaga się, by potrafili być*

[568] A. Zukowski, *Shifting sands. Catechesis...*, s. 133.

[569] *Social Media 2014* – Materiał filmowy zrealizowany przez 1800 Enterprises, https://www.youtube.com/watch?v=1pahLo5TTy4 [dostęp 15.04.2014].

[570] P. H. Cheong, A. Halavis, K. Kwon, *The chronicles of me...*, http://www.paulinehopecheong.com/media/Cheong$20Halavis$20$26$20Kwon$20-$20The$20chronicles$20of$20me.pdf [dostęp 15.08.2014].

[571] Interesująca analiza treści blogów prowadzonych przez polskich duchownych zob. E. Łaskarzewska, *Oparte na Słowie Bożym. Analiza treści prezentowanych na kapłańskich blogach w Adwencie 2013 r.*, „Biuletyn Edukacji Medialnej", 1, 2014, s. 72-82.

[572] O wysokim poziomie wielu z nich świadczą przykłady z rodzimego podwórka. Od 2005 r. serwis Onet organizuje konkurs na najlepszy blog roku. Nagrody i wyróżnienia przyznawane są w kilku kategoriach tematycznych. W 2010 r. polscy franciszkanie otrzymali specjalne wyróżnienie za prowadzenie pierwszego videobloga przez osoby duchowne, natomiast rok później pierwszą nagrodę w kategorii „Profesjonalne" otrzymał ojciec Leon Knabit. J. Kloch, *Zastosowania najnowszych technologii...*, s. 62. Blog ojca Knabita pierwotnie dostępny był pod adresem http://ojciecleon.blog.onet.pl/. W późniejszym czasie został przeniesiony i funkcjonuje obecnie na stronie benedyktynów z Tyńca http://ps-po.pl/ [dostęp 14.12.2014].

obecni w świecie cyfrowym [...]i by głosili Ewangelię, wykorzystując oprócz tradycyjnych również audiowizualne środki nowej generacji (zdjęcia, wideo, animacje, blogi, strony internetowe)[573]. Papież podkreśli także, że owe środki, w tym wirtualne pamiętniki mogą być pożytecznym narzędziem wspomagającym duszpasterstwo. Według opinii Andrzeja Adamskiego blogi prowadzone przez księży umożliwiają przełamanie pewnych stereotypów funkcjonujących w środowisku osób świeckich odnoszących się do duchownych[574].

Jednym z przejawów katolickiej blogosfery jest *Saint Padre Pio Catholic Bloggers Network*, inicjatywa, która powstała w celu usprawnienia komunikacji pomiędzy blogerami katolickimi i tworzenia katalogów i systematyzowania blogów o tematyce katolickiej. Na stronie internetowej inicjatywy wyraźnie został nakreślony cel jej powstania. Głównym założeniem jej działalności jest przypomnienie światu, poprzez obecność w sieciach społecznościowych, o istnieniu Boga, a także propagowanie nauki Kościoła katolickiego. W sierpniu 2011 r. odbyło się pierwsze międzynarodowe spotkanie blogerów z Benedyktem XVI, który to papież niejednokrotnie dał wyraz pełnego poparcia dla działalności katolików w mediach społecznościowych[575]. Zostało ono zorganizowane z pomocą e-maila, który blogerzy rozesłali między sobą, co w efekcie zaowocowało 750 zgłoszeniami uczestnictwa w spotkaniu zaledwie w kilka dni[576].

Mikroblogi, podobnie jak blogi, stanowią rodzaj dziennika internetowego, tyle że o mniejszej objętości. Wpis na mikroblogu składa się z jednego lub co najwyżej dwóch zdań. Wpis może być wzbogacony fotografią, krótkim filmem, plikiem audio lub linkiem do strony internetowej. Istotną cechą mikroblogów jest możliwość relacjonowania ważnych wydarzeń niemal w czasie rzeczywistym, oraz natychmiastowy dostęp do informacji publikowanych informacji za pośrednictwem połączonych z internetem zaawansowanych technologicznie telefonów komórkowych. Zwięzłość i ograniczona objętość informacji sprzyja rozprzestrzenianiu się ich w błyskawiczny sposób pomiędzy użytkownikami. Z tych względów mikroblogowanie

[573] Benedykt XVI, Orędzie na XLIV Światowy Dzień Środków Społecznego Przekazu *Kapłan i duszpasterstwo w cyfrowym świecie: nowe media w służbie Słowa*, [w:] *Internet i Kościół*, red. J. Kloch, s. 85.

[574] E. Łaskarzewska, *Oparte na Słowie Bożym...*, s. 75.

[575] Strona inicjatywy *Saint Padre Pio Catholic Bloggers Network* http://www.catholicbloggersnetwork.com/ [dostęp 11.11.2014].

[576] G. Ravasi, *Kościół i blog - wspaniałe narzędzie ewangelizacji*, [w:] *Internet i Kościół*, red. J. Kloch, *Internet i Kościół*, s. 231-233.

jest doskonałym narzędziem wykorzystywanym przy organizowaniu spotkań, spontanicznych akcji, w tym akcji protestacyjnych lub popierających jakąś inicjatywę[577].

Cieszącym się obecnie największą popularnością serwisem udostępniającym usługę mikroblogowania jest założony w 2006 r. *Twitter*. Użytkownicy serwisu publikują w nim krótkie, nieprzekraczające 140 znaków wiadomości tekstowe. Wiadomości te, tak zwane tweety, są wyświetlane na stronie właściciela kanału i udostępniane innym użytkownikom, obserwującym profil[578]. Możliwości usługi mikroblogowania zostały docenione przez Stolicę Apostolską kilka lat później. Pierwszym papieżem, który wstąpił na platformę *Twittera* był Benedykt XVI. Pierwszy wpis na specjalnie utworzonym oficjalnym kanale @Pontifex papież opublikował 12.12.2012 r., podczas uroczystości na cześć Matki Bożej z Guadalupe. Papież powitał w ośmiu językach zarejestrowanych użytkowników *Twittera* słowami: *Drodzy Przyjaciele, z radością łączę się z wami przez twitter. Dziękuję za wasze liczne odpowiedzi. Z serca wam błogosławię*[579].

Ranga i znaczenie tego wydarzenia w kontekście wykorzystania przez Stolicę Apostolską nowego medium upoważnia do przyrównania go do innego, mającego miejsce wiele lat wcześniej, wygłoszenia przez Piusa XI, pierwszego przesłania za pośrednictwem Radia Watykańskiego. Nowe konto papieża odniosło ogromny sukces, który w sposób wymierny można ocenić liczbą osób obserwujących kanał. W trakcie czterech godzin od jego uruchomienia do kanału podłączyło się 100 tysięcy osób, a do czasu wysłania przez Papieża pierwszego tweeta liczba ta zwiększyła się do miliona, by po tygodniu jeszcze dwukrotnie wzrosnąć do 2,1 miliona.[580] Papież publikował teksty w ośmiu językach, w tym w j. polskim.

[577] Sieć komputerowa wykorzystywała wielokrotnie usługi internetowe do organizacji protestów. Jedną z bardziej znanych, organizowanych w polskim internecie, była akcja protestacyjna przeciwko zawartości okładki tak zwanego zerowego numeru popkulturowego magazynu „Machina" reaktywowanego w 2006 r. Na okładce została przedstawiona twarz piosenkarki Madonny Louise Ciccone (znanej jako Madonna) wkomponowana w ikonę Matki Bożej. W wyniku podjętej akcji redakcja została zmuszona do przeprosin. E. Bendyk, M. Filiciak, J. Hofmokl, T. Kulisiewicz, A. Tarkowski, *Kultura 2.0...*, s. 47.

[578] J. Kloch, *Zastosowania najnowszych technologii...*, s. 63.

[579] http://kosciol.wiara.pl/doc/2281999.Dwa-lata-papieskiego-konta-na-Twitterze [dostęp 28.12.2014].

[580] K. Stefanowicz, *Działalność Kościoła katolickiego ...*, s. 244; Zob. także M. A. Beavis, S. D. Dunbarb, C. Klassenc, *Journals and Venues. The Journal of Religion and Popular Culture: more than old wine in new bottles*, „Religion", 43/3, 2013, s. 422-423.

Po ustąpieniu Benedykta XVI ze Stolicy Piotrowej, jego następca papież Franciszek podjął aktywność w serwisie wkrótce po rozpoczęciu pontyfikatu[581]. Papieski profil na dziewięciu kontach językowych obserwuje obecnie[582] 15 milionów osób, a dzięki tak zwanemu retweetnięciu, czyli przesłaniu informacji dalej do innych użytkowników, słowa papieża trafiają do 60 milionów wiernych na całym świecie[583]. W ciągu pół roku po rozpoczęciu pontyfikatu papież uplasował się na pierwszym miejscu w Europie i drugim na świecie pod względem największej liczby zadeklarowanych obserwatorów (na pierwszej światowej pozycji znajduje się prezydent Stanów Zjednoczonych Barack Obama)[584]. W nawiązaniu do obchodzonego święta dwa lata po inauguracji kanału Benedykta XVI w święto Matki Bożej z Guadalupe papież Franciszek przekazał śledzącym jego kanał internautom słowa modlitwy*: Najświętsza Pani z Guadalupe, módl się za nami!*[585]

W 2005 r. zainaugurowany został *YouTube*, jeden z najpopularniejszych serwisów internetowych. Prosty, zintegrowany interfejs umożliwia zamieszczanie, publikowanie i oglądanie przez użytkowników serwisu filmów video a także umieszczanie komentarzy pod oglądanym materiałem filmowym. Obecnie serwis może poszczycić się wieloma milionami odwiedzin dziennie. *YouTube* posiada także najbardziej lubiany i najczęściej odwiedzany profil na *Facebooku*. W marcu 2013 r. zajmował on trzecią pozycję w rankingu najpopularniejszych stron internetowych na świecie, będąc wówczas stroną „polubioną" przez 73 miliony fanów[586].

[581] H. Sławiński, *Nowoczesna technologia a liturgia...*, s. 303.

[582] Przytoczone dane pochodzą z sierpnia 2014 r.

[583] Najpopularniejszym kontem Franciszka na Twitterze jest hiszpańskojęzyczne konto @pontifex_es (6,48 milionów śledzących), w następnej kolejności konto w języku angielskim @pontifex (4,36 milionów). Konto w języku włoskim (pontifex_it) plasuje na trzeciej pozycji z liczbą 1,87 miliona śledzących (dane z dnia 21.06.2014 r.). http://www.deon.pl/religia/serwis-papieski/aktualnosci-papieskie/art,2196,rosnie-popularnosc-papieskiego-twittera.html [dostęp 23.06.2014].

[584] Informacje ze strony poświęconej projektowi badawczemu *Twiplomacy*, którego celem jest analiza wykorzystania *Twittera* przez światowych przywódców. Badania zostały przeprowadzone w lipcu 2013 r., a wyniki opublikowane na stronie http://twiplomacy.com/twiplomacy-study-2013/. Szczegółowe wyniki analizy popularności konta papieskiego dostępne są pod adresem: http://twiplomacy.com/info/europe/vatican/ [dostęp 12.02.2014].

[585] https://twitter.com/pontifex_pl [dostęp 17.12.2014].

[586] Informacja opublikowana na oficjalnej stronie Megapanel PBI/Gemius, http://www.wirtualnemedia.pl/artykul, 25-najbardziej-lubianych-stron-na-facebooku_1 [dostęp: 15.04.2013].

Pomimo zastrzeżeń i pewnych kontrowersji w styczniu 2009 r. został uruchomiony na *YouTube* oficjalny kanał Stolicy Apostolskiej *Vatican Channel*[587]. Dyrektor Biura Prasowego Stolicy Apostolskiej podkreślił w swojej wypowiedzi wagę powstania watykańskiego kanału, mówiąc, iż jest to *prawdziwy i namacalny przykład zaangażowania Kościoła w obszar nowych technologii, w celu dotarcia do odbiorców na całym świecie, bez względu na ich narodowość czy kulturę*[588]. Warto zwrócić uwagę na fakt dezaktywacji funkcji pozwalającej na umieszczanie pod filmami komentarzy. Celem tego zabiegu było zapobieżenie obraźliwym treściom, które mogliby potencjalnie umieszczać przeciwnicy Kościoła. Jest to także wyraz stanowiska Kościoła, który akceptuje media, ale równocześnie ustala jasne i wyraźne granice ich użytkowania[589]. Portale społecznościowe przedefiniowały rolę, jaką w Kościele pełnią jego liderzy na każdym stopniu hierarchii. Blogujący papież, biskupi i księża parafialni stali się partnerami w dyskusji, a nie tylko twórcami informacji i komunikatów, jednak nie zmienia to faktu, że władze Kościoła nadal preferują komunikaję jednokierunkową[590].

W 2007 r. został zainaugurowany serwis *GodTube* będący chrześcijańską wersją serwisu *YouTube*. Był on kierowany szczególnie do młodych, aktywnych chrześcijan, a jego głównym celem była nowoczesna ewangelizacja. Serwis odniósł międzynarodowy sukces. W roku swojego powstania był najszybciej rozwijającą się stroną internetową w Stanach Zjednoczonych[591]. Popularność serwisu, liczona w milionach odsłon była dowodem ważnej roli mediów społecznościowych w procesie ewangelizacji.

Informacje o Kościele katolickim nieczęsto pojawiają się w mediach głównego nurtu, a jeśli już, to najczęściej w kontekście wydarzeń i skandali, które kładą się cieniem na wizerunku Kościoła jako instytucji[592]. Tym bardziej więc ważne jest, aby pozytywny wizerunek Kościoła

[587] http://www.youtube.com/vatican [dostęp 7.11.2013].

[588] J. Kloch, *Zastosowania najnowszych technologii...*, s. 75.

[589] P. H. Cheong, C. Ess, C.,*Religion 2.0? Relational and hybridizing...*, s. 132; Brak elementów umożliwiających użytkownikom umieszczanie swoich tekstów na stronie w czasie rzeczywistym dotyczy większości stron, pełniących głównie rolę informacyjną. Nie ma więc na niej chatów, czy możliwości komentowania artykułów. C. Helland, *Surfing for Salvation*, s. 293.

[590] Zob. więcej A. Zukowski, *Shifting sands. Catechesis...*, s. 134.

[591] M. Einstein, *GodTube* [w:] *Evangelical Christians and Popular Culture. Pop Goes the Gospel*, red. R. H. Woods, Santa Barbara 2013, s. 298-299.

[592] A. Lepa, *Prawda i zakłamanie...*, http://www.archidiecezja.lodz.pl/czytelni/lepa/prawda.html [dostęp 15.10.2014].

w mediach kreowały inicjatywy oddolne. Przykładem jest aktywność wiernych w serwisie *YouTube*, gdzie umieszczane są materiały dokumentujące ważne wydarzenia z działalności Kościoła, które nie były transmitowane w mediach tradycyjnych: telewizji i radiu. Zapoznanie się z relacjami z tych wydarzeń możliwe jest więc wyłącznie dzięki zaangażowaniu zespołów wolontariuszy, którzy aktywnie uczestniczą w tworzeniu bazy filmowej dostępnej w serwisie YouTube[593].

W 2001 r. rozpoczęła swoją działalność *Wikipedia*, wielojęzyczna, internetowa encyklopedia, której redaktorami i edytorami są internauci. Każdy, kto ma dostęp do internetu może dołączyć do grona wikipedystów, tworzyć i edytować treści zamieszczonych w niej haseł. Działalność wikipedystów jest owocem kultury dzielenia się wiedzą, która charakteryzowała użytkowników i twórców internetu w latach 60. XX w., oraz zbiorowej inteligencji, która rozwinęła się jako jej następstwo. Od kilkunastu lat *Wikipedia* jest podstawowym źródłem wiedzy dla szerokiej rzeszy użytkowników internetu. Cieszy się większą popularnością niż *Encyklopedia Britannica*. Przez internautów została uznana w ostatnim czasie za najważniejszy na świecie serwis edukacyjny. Informacji w internetowej encyklopedii szukają nie tylko amatorzy, ale także publicyści, studenci i nauczyciele odpowiedzialni za edukację. I nie byłoby w tym nic złego, gdyby zdobyte w ten sposób informacje poddawali oni dodatkowej weryfikacji, chociażby konfrontując opis hasła ze źródłami, na które wpis ten się powołuje. W dużej jednak mierze użytkownicy *Wikipedii* nie zwracają uwagi na źródła, do których odnosi się autor hasła, przyjmując umieszczone w artykule informacje za prawdziwe[594].

Wikipedia wzbudzała od początku swego istnienia duże kontrowersje ze względu na wątpliwy autorytet wikipedystów, twórców haseł. Brak profesjonalizmu godzi w tradycyjny przekaz informacji, oparty na weryfikacji i autoryzacji przez specjalistów w swoich dziedzinach[595]. Wśród wikipedystów przeważają amatorzy i jeśli nawet posiadają oni wiedzę, to jest ona nieuporządkowana, nie poparta żadnym autorytetem. Pomimo tego *Wikipedia* jest

[593] J. Kloch, *Zastosowania najnowszych technologii...*, s. 76.

[594] O tym, że *Wikipedia* nie powinna być traktowana jako wiarygodne źródło informacji świadczy zaistnienie w zbiorze jej artykułów fałszywych informacji, w tym biogramów osób, które nigdy nie istniały. Sztandarowym już przykładem w polskiej edycji *Wikipedii* jest fałszywa postać Henryka Batuty. Celem mistyfikacji według niektórych źródeł było wykazanie, że większość ludzi bezrefleksyjnie podchodzi do informacji zawartych w internecie. Po raz pierwszy i jedyny w niniejszej pracy autorka pracy odsyła Czytelnika do zapisu w *Wikipedii* http://pl.wikipedia.org/wiki/Henryk_Batuta [dostęp 13.11.2014].

[595] A. Keen, *Kult amatora..*, s. 128.

niezaprzeczalnie jednym z fenomenów ery rozkwitu nowych mediów, nie tylko ze względu na ogromną ilość informacji, ale wiarygodność, jaką cieszy się wśród użytkowników[596].

Pracę edytorów i korektorów w profesjonalnych wydawnictwach zastępuje w *Wikipedii* mechanizm wzajemnej kontroli. Każdy artykuł może w dowolnej chwili zostać edytowany przez wikipedystę lub nie zarejestrowanego w serwisie użytkownika sieci, przez co pojawiające się w hasłach błędy mogą zostać szybko wychwycone i skorygowane. Z drugiej strony, w podobnie szybkim tempie mogą się pojawić kolejne błędy i nieścisłości, a także umieszczone zostać celowe przekłamania i subiektywne opinie w opisie hasła. Ciekawą funkcją *Wikipedii* jest jej transparentność, polegająca na powszechnej dostępności historii edycji i modyfikacji treści wszystkich wpisów w obrębie serwisu. Przy każdym artykule w *Wikipedii* umieszczona jest zakładka „Historia i autorzy", w której znajduje się chronologicznie ułożony spis wszystkich kolejnych edycji hasła. Współpraca edytorów często prowadzi do tak zwanej „wojny edycyjnej", w której kilku wikipedystów dąży do zachowania artykułu w postaci ustalonej przez siebie. Dyskusję pomiędzy pozostającymi w konflikcie wikipedystami można prześledzić w zakładce „Dyskusja". Jej lektura pozwala na wyrobienie własnego osądu na temat przyczyny konfliktu. W przypadku haseł o tematyce religijnej najczęściej spór dotyczy niezachowania przez któregoś z edytorów zasady neutralności. Jedną z głównych zasad obowiązujących w *Wikipedii* jest obiektywizm, wykluczający umieszczanie w opisie własnej, subiektywnej oceny opisywanego zjawiska czy faktu[597].

Statystyki dostępne na stronach *Wikipedii* potwierdzają zainteresowanie internautów tematyką związaną z nauką Kościoła katolickiego i jego funkcjonowaniem jako instytucji. Wśród tysiąca najczęściej odwiedzanych artykułów w polskiej edycji *Wikipedii* w marcu 2014 r., na 19-ej pozycji uplasował się artykuł opisujący hasło *Jan Paweł II*, z liczbą odwiedzin 161071. Pięćdziesiąte miejsce zajęło hasło *Droga Krzyżowa* (67882 odwiedzin), na dalszych pozycjach (106 i 189) znalazły się *Popielec* i *Wielkanoc*. Umiejscowione na 439 pozycji hasło *Jezus Chrystus* w marcu osiągnęło 23691 odsłon[598]. Jeszcze większym zainteresowaniem cieszą się hasła tematycznie związane z religią w hiszpańskojęzycznej *Wikipedii*. Tu wśród tysiąca najpopularniejszych drugą pozycję zajęło hasło odnoszące się do *świętych katolickich*

[596] P. Levinson, *Nowe nowe media*..., s. 136.

[597] T. Ganicz, *Mechanizmy kontroli jakości Wikipedii – czyli jak pół-anarchiczna społeczność może skutecznie zastąpić radę redakcyjną*, „EBIB", 1.101, 2009, http://www.ebib.pl, 2009/101/a.php?ganicz [dostęp 20.08.2014].

[598] Źródło: http://stats.grok.se/pl/top [dostęp 21.07.2014].

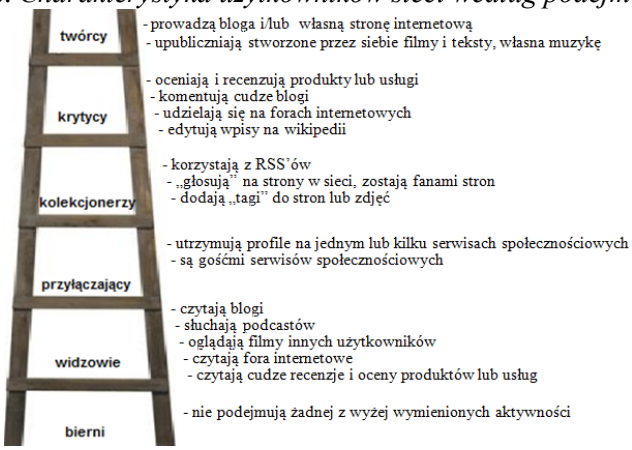
(*Santoral_católico*). W marcu 2014 r. odnotowano aż 3502031 odsłon artykułu opisującego to hasło. Na 46 miejscu w statystyce uplasowało się zapytanie o Wielki Post, artykuł odwiedzany był aż 262936 razy, na 451miejscu uplasowało się hasło *Jesús de Nazaret* (Jezus z Nazaretu).

Liczby przywoływane w kontekście popularności serwisów społecznościowych są imponujące, jednak nie przekładają się na ilość tworzonych i dystrybuowanych informacji. Wokół portali społecznościowych skupiają się użytkownicy stanowiący bardzo niejednorodną grupę pod względem aktywności. Analiza aktywności użytkowników mediów społecznościowych wykazała, że popularna opinia o czynnym uczestnictwie internautów w tworzeniu wirtualnej przestrzeni jest mocno przesadzona[599]. Zaledwie 1% użytkowników sieci stanowią twórcy nowych treści pojawiających się na stronach internetowych i rozpowszechnianych w internecie. Tę aktywną grupę tworzą głównie właściciele kont na serwisach *Facebook, Twitter, YouTube*. To oni kształtują oddolnie treści, które następnie są prezentowane i rozpowszechniane w sieci. Oni też mają największą możliwość wpływu na kształtowanie opinii pozostałej części użytkowników sieci. Kolejne 9% użytkowników edytuje i dystrybuuje treści, których twórcami są inni. Przetwarzają oni to, co znajdują w sieci, ale nie tworzą nic nowego. Pozostałe 90% internautów to pasywni odbiorcy korzystający z pracy twórców, edytorów i dystrybutorów. Ci użytkownicy biernie korzystają z tego, co inni prezentują na blogach, w Wikipedii i w serwisach społecznościowych[600].

[599] B. Solis, A. Kutcher, *Engage! Revised and Updated. The complete guide for Brands and Businesses to Build, Cultivate, and Measure Success in the New Web*, *Revised and Updated*, Hoboken 2011, s. 251. Brian Solis, współautor utor publikacji jest analitykiem cyfrowym i socjologiem. Jest jednym z najwybitniejszych liderów i publikowanych autorów w nowych mediach. Pełni funkcję dyrektora FutureWorks, wielokrotnie nagradzanej agencji doradztwa strategii biznesowej i nowych mediów.

[600] Zasadę tę zbadali Ben McConnell i Jackie Huba w 2005 r. i nazwali ją „1% Rule". W swojej analizie, McConnell i Huba odkryli podobieństwa w liczbach podawanych przez serwisy społecznościowe, takie jak *Wikipedia*, *Yahoo!* i *YouTub*e. W czerwcu 2005 r. *Wikipedia* poinformowała, że 50% wszystkich edycji *Wikipedii* wykonuje 0,7 % użytkowników, a 1,8 procent użytkowników utworzyła ponad 72% wszystkich artykułów. Podobne wyniki badań uzyskali Jacob Nielsen w 2006 r. Zasada aktywności 1-9-90% została potwierdzona także na podstawie analizy twórców recenzji w serwisie *Amazon*. Tamże, s. 251-254.

Ilustracja 6. *Charakterystyka użytkowników sieci według podejmowanej aktywności*



Źródło: *Opracowanie własne na podstawie raporu opracowanego przez Forrester Research http://www.marketingprofs.com/charts/2012/8363/at-least-8-in-10-online-users-engage-in-social-media-globally-forrester*

Osoby korzystające z sieci społecznościowych chcą tworzyć grupy komunikacyjne, w których będą mogli odgrywać aktywną rolę, jakiej to możliwości nie dawały telewizja, radio czy prasa. Jak zaznaczył w jednym z wywiadów znany polski medioznawca Kazimierz Krzysztofek, internauta chce kreować swój własny świat. Rola sieci społecznościowych skupia się głównie na utrzymywaniu tak zwanych słabych relacji. Nie są to kontakty z członkami rodziny lub bliskimi przyjaciółmi. Słabe relacje odnoszą się do kontaktów, które bez funkcjonowania tych serwisów raczej nie byłyby utrzymywane. Podejmowanie słabych więzi jest charakterystyczne głównie dla osób mobilnych, elastycznych pod kątem zatrudnienia i utrzymywania kontaktów towarzyskich[601].

Media społecznościowe sprawiają, że jakiekolwiek tarcia na linii polityka-religia trafiają do ludzi w szczególnie szybkim tempie, jeszcze zanim relacje z wydarzeń zostaną przedstawione w tradycyjnych mediach. Dodatkowo przekazywane za pomocą *Twittera* czy *Facebooka* są informacjami „z pierwszej ręki", niosącymi nie tylko opis faktów, ale także duży ładunek emocjonalny związany z rozgrywającymi się wydarzeniami. Rola mediów społecznościowych często nie kończy się na przekazie informacji, rozszerzając się na organizację spontanicznych demonstracji i wieców[602].

[601] B. Dziadzia, *Dylematy tzw. kultury...*, s. 110-111; Zob. także http://www.komputerswiat.pl/nowosci/internet/2013/15/ilu-polskich-internautow-korzysta-z-serwisow-spolecznosciowych.aspx [dostęp 29.09.2014].

[602] S. Skwark, *The medium is the message. O sieci, komunikowaniu politycznym i social media*, [w:] *Komunikologia. Teoria i praktyka komunikacji*, red. E. Kulczycki, M. Wendland, Poznań 2012, s. 122

Aktywność większości internautów jest tylko pozorna. Polega na aktualizacji własnego profilu w portalach społecznościowych lub podpisywaniu petycji online[603]. Tymczasem podpisywanie petycji to zbyt mało, żeby mieć wpływ na rzeczywistość. Aby dokonać zmian, niezbędne jest aktywne uczestnictwo w przestrzeni publicznej i zaangażowanie. Demonstracja poglądów na platformie cyfrowej, choćby najbardziej zagorzała i emocjonalna, nie zastąpi fizycznej obecności demonstrujących osób we wspólnej przestrzeni publicznej. Pod tym względem wirtualna wspólnota przekonań nigdy nie dorówna tradycyjnym zgromadzeniom[604].

Kościół katolicki niemal od początku popularyzowania się portali społecznościowych w różnorodny sposób zaznacza na nich swoją obecność. Tematyce związanej z nimi zostało poświęcone ostatnie, ogłoszone miesiąc przed abdykacją, orędzie papieża Benedykta XVI, zatytułowane *Portale społecznościowe: bramy prawdy i wiary, nowe przestrzenie ewangelizacji*. W orędziu tym Papież podkreślił, że Kościół powinien wkroczyć w świat masowej kultury z przekazem Ewangelii nie tylko za pomocą tekstu, ale wykorzystując najnowsze osiągnięcia techniki, także w formie obrazu i dźwięku. Prosty komunikat, jak podkreślił, może mieć moc budzenia potrzeby dalszych poszukiwań poza światem online, pragnienia uczestnictwa w kontaktach z Kościołem w świecie poza siecią komputerową, a także zmotywować do podjęcia pielgrzymki[605]. W końcowej części orędzia papież dał temu wyraz słowami: *Wiele osób odkrywa bowiem właśnie dzięki kontaktowi, początkowo nawiązanemu on line, znaczenie bezpośredniego spotkania, doświadczenia wspólnoty, a nawet pielgrzymki, nieustannie będących ważnymi elementami na drodze wiary*[606].

Treść papieskiego orędzia nie pozostawia wątpliwości co do zasadności i słuszności wykorzystania przez Kościół sieci społecznościowych, wraz z ich ogromnym potencjałem drzemiącym w liczbie użytkowników. Jeżeli Kościół chce ze swoim przesłaniem trafiać do jak najliczniejszego grona odbiorców, to musi zaprzyjaźniać się z mediami społecznościowymi. Skoro miliony ludzi są na *Facebooku*, dlatego Kościół także tam być powinien. Wiele katolickich profili na *Facebooku* osiągnęło sukces, który można mierzyć liczbą użytkowników

[603] M. Szpunar, *Nowa ekologia mediów*, „Studia humanistyczne AGH", 13/1, 2014, s. 137.

[604] T. M. Korczyński, *Społeczności wirtualne*, http://www.naszdziennik.pl/wp/73640,spolecznosci-wirtualne.html [dostęp 11.11.2014].

[605] K. Stefanowicz, *Działalność Kościoła katolickiego...*, s. 243.

[606] Benedykt XVI, Orędzie na XLVII. Dzień Środków Społecznego Przekazu *Portale społecznościowe: bramy prawdy i wiary; nowe przestrzenie ewangelizacji*, „L'Osservatore Romano" (wyd. polskie), 351/3-4, 2013, s. 12.

obserwujących profil[607]. Rangę i znaczenie serwisów społecznościowych potwierdza nie tylko liczba ich użytkowników, ale także powodzenie wielu medialnych akcji inicjowanych i promowanych przez owe serwisy[608].

Choć papież ostrzegł, że wirtualny świat niesie ze sobą wiele niebezpieczeństw a przeniesienie aktywności towarzyskiej do sieci może skutkować izolacją ludzi i odcięciem się od prawdziwych interakcji społecznych, to jednak dokument wyraża pełną akceptację, a nawet zalecenie, by katolicy promowali wiarę i chrześcijański styl życia poprzez społecznościowe sieci. Wspomnieć przy tym należy, że obawy o izolację i odcięcie się od prawdziwego życia towarzyskiego użytkowników mediów społecznościowych pojawiały się już wiele lat wcześniej, w kontekście tradycyjnych mediów[609].

3.6 Kościół w sieci – problem wiarygodności

Papieska Rada do spraw Środków Masowego Przekazu już w 2002 r. sygnalizowała niebezpieczeństwa wynikające z ogromnej liczby nieautoryzowanych stron internetowych, których przekaz trafia do internauty. Od tego czasu minęło kilkanaście lat, ale problem nadmiaru i braku wierzytelności dystrybuowanych w sieci internetowej treści wciąż pozostaje aktualny. Szeroki zakres wyboru produktów i usług dostępnych w internecie może przynieść zjawisko ekstrapolacji także w stosunku do religii, zachęcając do konsumenckiego podejścia w kontekście wiary. Użytkownicy odwiedzający religijne witryny mogą być w stanie swego rodzaju

[607] W Polsce ogromnym zainteresowaniem cieszy się np. fanpage Jezuitów, który doskonale wpasował się w panującą obecnie minimalistyczną kulturę obrazkową współczesnych czasów. Popularność swoją zawdzięcza dobrze dobraną grafiką, prezentującą chrześcijańskie treści, zwięzłym, krótkim hasłom, które przekazują najistotniejsze prawdy hasła takie jak: „Wytykaniu błędów. Stop. Ale serio", czy „Bądź jak dziecko. Codziennie" zostały „polubione" przez wielu internautów, do których trafia przekaz krótki, lecz treściwy. K. Stefanowicz, *Działalność Kościoła katolickiego...*, s. 246.

[608] Jednym z przykładów akcji promowanej i rozpowszechnianej głównie przez *Facebooka* była inicjatywa „Nie wstydzę się Jezusa". Akcję tę poparło wiele tysięcy internatów. Akcję promowało wiele znanych postaci, wśród nich kompozytor Michał Lorenc, piłkarz Robert Lewandowski, jeden z najbogatszych Polaków Krzysztof Jędrzejewski, aktor Radosław Pazura oraz tenisistka Agnieszka Radwańska.

[609] Obawiano się, że ludzie zbyt wiele czasu poświęcający na czytanie lub oglądanie filmów okupią to częściową rezygnacją i wycofaniem się z „prawdziwego" życia. P. Levinson, *Nowe nowe media...*, s. 132.

„szaleństwa zakupowego", chwytając i wybierając elementy religijne pasujące do ich osobistych gustów[610].

Internet stanowi specyficzne pole walki, którego anonimowość sprawia, że w poczuciu bezkarności boje są tu toczone ze szczególną zajadliwością. Walka w internecie pomiędzy członkami wspólnot wyznaniowych o różnej proweniencji widoczna jest już na etapie wyszukiwania przez internautę informacji. Najpopularniejszym obecnie sposobem ich uzyskania jest wpisanie do wyszukiwarki słów kluczowych związanych z poszukiwaną informacją. Wyszukiwarką, która zdominowała światowy internet jest *Google*[611]. Monopol, który pozostaje w jej posiadaniu nie przesądza o jakości wyszukiwania. Stosowany obecnie algorytm wyszukiwania oparty jest o znajdowanie wyników, które w środowisku sieciowym są najbardziej popularne i najczęściej cytowane, czyli linkowane przez internautów na ich stronach i serwisach[612].

Zarówno *Google*, jak i inne popularne wyszukiwarki ze względu na swój komercyjny charakter nie są narzędziami neutralnymi. Z różnych powodów, szczególnie tych związanych z polityką komercyjną, niektóre witryny w ogóle nie będą odnajdywane. Większe szanse na zaistnienie na wysokich pozycjach wśród wyników wyszukiwania mają grupy religijne, które kwestię pozycjonowania powierzają specjalistom. *Google* promuje strony z dużą ilością tekstu, z wieloma podstronami oraz te strony, które są polecane przez największą liczbę innych stron, które same z kolei cieszą się poważaniem przez *Google*. Oznacza to, że jakiekolwiek sformułowanie zapytania nie gwarantuje otrzymania wśród wyszukanych wyników stron rzetelnych i wiarygodnych[613].

Kolejnym problemem jest wiarygodność odwiedzanych stron. Użytkownicy internetu często nie są świadomi, jakie cechy decydują o doktrynalnej zgodności strony serwisu internetowego z Kościołem. W sieci obecna jest ogromna liczba stron powiązanych treściowo

[610] Papieska Rada do Spraw Środków Społecznego Przekazu, *Kościół a Internet*, [w:] *Internet i Kościół*, red. J. Kloch, Warszawa 2011, s. 39.

[611] Z wyszukiwarki na stronie google.pl korzysta ponad 93% polskich internautów (dane z listopada 2013 r.). Zestawienie odzwierciedla procentową liczbę wizyt rozpoczętych wejściem z domen wyszukiwarek na witryny uwzględnione w badaniu Gemius Traffic, http://ranking.pl/pl/rankings/search-engines-domains.html [dostęp 10.11.2013].

[612] Por. B. Jaskowska, *O kulturze konwergencji...*, http://www.ebib.info, 2008/92/a.php?jaskowska, [dostęp 22.08.2014]

[613] K. M. Kaczmarek, *Konflikt między religiami...*, s. 356.

z Kościołem katolickim, ale intencyjnie znacząco odbiegających od jego doktryny. Strony te, często określające się w opisach jako katolickie, prezentują treści będące ekscentrycznymi, czy wręcz dziwacznymi interpretacjami doktryny katolickiej. Treści niezgodne z nauką Kościoła, a często wręcz ocierające się o herezję przedstawione zostają w sposób zawoalowany. Niejednokrotnie trudno je zauważyć użytkownikowi, który chociaż jest zadeklarowanym katolikiem, nie dostrzeże sprzeczności treści strony z oficjalną nauką Kościoła. Zalew tak skonstruowanych stron prowadzi do poznawczego zamętu[614].

Każde medium, które służy do kierowania przekazu jest ze swojej natury misyjne i jako takie staje się siłą wprowadzania w życie publiczne określonych wartości[615]. Po raz pierwszy w historii komunikacji medialnej wystąpiła sytuacja, gdy w pojedynczym przekazie mieszczą się treści o różnym wydźwięku moralnym. Pojawiła się ona wraz z upowszechnieniem internetu 2.0, który dał możliwość współtworzenia treści na stronie internetowej, np. umieszczania komentarzy pod artykułami udostępnianymi na internetowych stronach. Podobnie żadna wcześniejsza innowacja technologiczna nie niosła ze sobą tak dużych możliwości rozpowszechniania treści w dowolny sposób zmanipulowanych. Duża liczba aplikacji wspomagających tworzenie stron WWW i łatwy dostęp do serwerów, oferujących nieodpłatne miejsce na przechowywanie stron internetowych wyprodukowały zapełnioną chałupniczo wykonanymi witrynami e-przestrzeń, w której panuje „wojna kultów". Wiele witryn internetowych nie podlegających jakiejkolwiek kontroli instytucjonalnej zyskuje dużą odwiedzalność, bo profesjonalny interfejs witryny wpływa na odbiór umieszczonych w nich treści jako wiarygodnych[616].

Często bywa, że użytkownicy internetu nieoficjalne witryny, zakładane i prowadzone przez grupy niezwiązane z instytucjami kościelnymi, uznają za oficjalne strony instytucji kościelnej, nawet wbrew intencji samych ich twórców. Wprowadzeni w błąd użytkownicy i goście owych

[614] A. Domaszk, *Internet – wyzwanie dla seminariów...*, s. 68; Por. także: M. Szpunar, *Wyszukiwarka Google jako współczesny gatekeeper*, „Studia Humanistyczne AGH", 12/2, 2013, s. 114; Wiele kultów mających swoją reprezentacje w internecie odwołuje się do założycieli tradycyjnych religii, tradycji, symboli i rytuałów z nimi związanych, przez co dodatkowo wprowadzają w błąd, sugerując jakoby były związane z nimi. D. Chidester, *Authentic fakes...,* s. 197; Zob. także M. Drożdż, *Wolny człowiek w wolnych mediach,* [w:] *Wolność w mediach. Między poprawnością a odpowiedzialnością,* red. M. Drożdż, Tarnów 2010, s. 10-12.

[615] Por. M. Drożdż, *Publiczne radio lokalne...*, s. 279.

[616] D. E. Cowan, *Contested Spaces: Movement, Countermovement, and E-Space Propaganda*, [w:] *Religion online: Finding Faith on the internet*, red. L. Dawson, D. E. Cowan, New York 2004, s. 256; Zob. także C. Helland, *Surfing for Salvation*, s. 295.

witryn mogą uznawać przedstawiane na nich treści za oficjalne stanowiska Kościoła, którego są członkami. Obawy związane z zaistnieniem wyżej opisanych sytuacji zostały wyrażone w dokumencie *Kościół a internet*, jednym z dwóch dotyczących nowych mediów, wydanym w lutym 2002 r. przez Papieską Radę do Spraw Środków Społecznego Przekazu. Architektura sieci komputerowej praktycznie wyklucza kontrolę nad treściami w niej umieszczonymi. Informacja raz wprowadzona do sieci zaczyna żyć własnym życiem i trafia na kolejne strony internetowe. Wielokrotnie replikowane materiały, dostępne w różnych serwisach i witrynach postrzegane są przez internautów jako wiarygodne, podobnie jak serwisy i portale, w których są one umieszczane, za katolickie[617].

Według doktryny Kościoła Katolickiego, za katolickie uznawane są tylko te media, które działają za zgodą i pod zwierzchnictwem kompetentnej władzy kościelnej. W Kodeksie Prawa Kanonicznego z 1983 r. żadna inicjatywa nie może sobie przypisywać miana katolickiej bez uzyskania zgody kompetentnej władzy kościelnej a podstawowym kryterium katolickości treści jest zgoda władz kościelnych na jej publikację: *Wszyscy wierni, którzy uczestniczą w misji Kościoła, mają prawo, by przez własne inicjatywy, każdy zgodnie ze swoim stanem i pozycją, popierali lub podtrzymywali apostolską działalność. Żadna jednak inicjatywa nie może sobie przypisywać miana katolickiej, jeśli nie otrzyma zgody kompetentnej władzy kościelnej*[618]. Z kolei kanon 823 p. 1 określa, iż dla *zachowania nieskazitelności wiary i obyczajów, pasterze Kościoła posiadają prawo i są zobowiązani czuwać, by wiara i obyczaje wiernych nie doznały uszczerbku przez słowo pisane lub użycie środków społecznego przekazu*[619]. W świetle Kodeksu Prawa Kanonicznego akceptacja kościelna dla czasopism katolickich wyraża się w akcie założenia pisma i jego dotowania, nominacji asystenta kościelnego, którego zadaniem jest czuwanie nad ortodoksyjnością prezentowanych w czasopiśmie treści, oraz we współdziałaniu z redakcją[620]. W odniesieniu do mediów, których działalność i funkcjonowanie w dużej mierze opiera się na inicjatywach podejmowanych oddolnie, za katolickie przyjmuje się te media, które nawet jeśli nie działają pod ścisłą kontrolą władzy kościelnej i nie bierze ona za nie odpowiedzialności, to

[617] J. F. Mayer, *Religion and the Internet...*, s. 49; Zob. także D. E. Cowan, *Contested Spaces...*, s. 266-267.

[618] *Codex Iuris Canonici Auctoritate Ioannis Pauli II Promulgatus Kodeks Prawa Kanonicznego. Przekład polski zatwierdzony przez Konferencję Episkopatu*, Kan. 216, Poznań 1984, s. 111.

[619] Tamże, Kan. 831 par.1.

[620] P. Mąkosa, *Miejsce i rola współczesnych mediów w katechezie*, „Roczniki Pastoralno-Katechetyczne", 60/5, 2013, s. 119-120.

tworzą i publikują treści zgodne z nauką Kościoła. Obecnie twórcami oddolnych inicjatyw najczęściej są księża, grupy modlitewne, a także świeccy katolicy, którzy w ten sposób pragną podzielić się swoim życiem duchowym i religijnym z innymi. Przeglądając internetowe witryny łatwo jest zauważyć, że ci ostatni stanowią najliczniejszą grupę publikującą treści katolickie. W czasach daleko posuniętej konwergencji mediów, gdy dominującym typem komunikacji jest komunikacja dwustronna a odbiorca staje się nadawcą komunikatu, pojęcie mediów katolickich i tak co pewien czas wymaga redefinicji[621]. Nowych uściśleń wymagały też podstawowe pojęcia związane z życiem religijnym, takie jak wspólnota, instytucja, święta czasoprzestrzeń, czy obrzęd.

Jeszcze kilkadziesiąt lat temu wiele publikacji odnoszących się do spraw Kościoła katolickiego na odwrotnej stronie karty tytułowej opatrzone były adnotacją: *nihil obstat* lub *imprimatur*. Dzieła niezgodne z doktryną kościelną trafiały do opracowywanego i ogłaszanego przez Kościół indeksu ksiąg zakazanych *Index autorum et librorum prohibitorum*. Pierwsza z serii pięćdziesięciu list ocenzurowanych ksiąg i rękopisów ukazała się w 1559 r. Pomimo podjętych kroków nielegalny druk i dystrybucja zakazanych przez Kościół dzieł stale rosła. Po raz ostatni lista zakazanych ksiąg ukazała się w 1948 r. a uzupełniający ją dodatek opublikowano w 1959 r.[622]

U progu sygnalizowanego problemu stoi brak „certyfikatu zgodności z oficjalnym stanowiskiem Kościoła" większości witryn. W swojej treści nie zawierają one jasnego przesłania zgodności z doktryną Kościoła, którego poglądów wydają się być orędownikiem[623]. Ocena wiarygodności publikowanych w internecie treści jest trudna, szczególnie, że większość z nich nigdy nie została zweryfikowana i uwierzytelniona przez osoby działające z upoważnienia władz kościelnych. Rolę autorytetu wielu z nich przejmują webmasterzy i moderatorzy stron[624]. Problem ortodoksyjności treści nie jest nowy, pojawił się już w czasach pierwszych emisji radiowych i telewizyjnych programów religijnych. Jednak nie był tak powszechny jak w dobie internetu, gdzie treści krążą w ilości wykluczającej możliwość jej kontroli[625]. Twórcy wielu

[621] D. Guzek, *Konwergencja mediów katolickich...*, s. 228.

[622] T. Goban-Klas, *Cywilizacja medialna...*, s. 61-65; Zob. także K. Pokorna-Ignatowicz, *Kościół w świecie mediów...*, s. 17.

[623] J.F. Mayer, *Religion and the Internet...*, s. 34.

[624] H. A. Campbell, *Religion and the internet*, s. 25.

[625] P. Mąkosa, *Miejsce i rola...*, s. 120.

witryn pozostają anonimowi. Anonimowość nie oznacza tu braku danych osobowych lub nazwy instytucji, z ramienia której działa witryna. Jednak imię i nazwisko osoby, która nie jest powszechnie znana, w swoim przekazie jest jedynie zbitkiem znaków alfanumerycznych nie niosącym ze sobą żadnej informacji. Kim bowiem są autorzy rozbudowanego serwisu http://www.saintbirgitta.com, którzy w zakładce „Informacje o nas i o naszej misji" przedstawiają się następującymi słowami:

> Jesteśmy trzema niegodnymi sługami naszego Pana i Boga Jezusa Chrystusa, którzy z łaski Bożej żyjemy jak mnisi w czystości i pokorze, i w poświęceniu naszego życia, by kochać Boga ponad wszystko, głosząc słowa Pana Jezusa po całym świecie. Naszą misją jest gromadzenie braci i sióstr, którzy mają dobrą wolę głosić, nauczać i propagować te Święte Objawienia naszym umiłowanym braciom i siostrom w świecie[626].

Sieciową namiastką kościelnego *imprimatur* są działające z upoważnienia i za aprobatą Kościoła serwisy recenzujące strony określające się jako katolickie. Przykładem takiego serwisu jest *CatholicCulture*[627]. Każda strona, która została poddana recenzji przez serwis, opisana jest w trzech kategoriach: wiarygodności, zasobów i użyteczności witryny. W opisie wymienione są także mocne i słabe strony witryny, a także podane są odnośniki do tych treści recenzowanej strony, które zostały ocenione jako niezgodne z nauczaniem Kościoła. Pozwala to użytkownikowi w ostateczny sposób zweryfikować rzetelność recenzji.

W opisie wspomnianej powyżej witryny ujęta została informacja wyjaśniająca kim są *trzej niegodni słudzy naszego Pana*[628]. Twórcy i moderatorzy strony są zamieszkałymi w szwedzkim „klasztorze zakonnikami", którzy za pośrednictwem internetowej witryny pragną pełnić posługę duszpasterską oraz zbierać datki na swój „klasztor". Uważne zapoznanie się z przekazem witryny ujawnia jej przesłanie. Na kolejnych podstronach można zapoznać się z treściami dotyczącymi apokaliptycznych wizji, z czego większość sprzeczna jest ze stanowiskiem Kościoła katolickiego w istotnych kwestiach. Witryna zawiera ponadto treści krytykujące ustalenia Soboru Watykańskiego II a także zarzucające herezję papieżom: Pawłowi VI, Janowi Pawłowi II,

[626] Strona dostępna jest w 8 wersjach językowych, między innymi w j. polskim pod adresem: http://www.objawienia.com/wiele-innych-tematow/o-nas.php [dostęp 11.11.2013].

[627] http://www.catholicculture.org/culture/reviews/ [dostęp 11.11.2013].

[628] http://www.catholicculture.org/culture/reviews/view.cfm?recnum=3576 [dostęp 11.11.2013].

Benedyktowi XVI i Franciszkowi[629]. Twórcy witryny udostępnili ją w osiemnastu wersjach językowych. Znane powiedzenie mówi, że nie należy oceniać książki po okładce. W kontekście stron internetowych można by je sparafrazować, że witryny nie należy oceniać po wiarygodnym adresie i profesjonalnej szacie graficznej.

Ilustracja 7. *Zrzut ekranu fragmentu strony głównej witryny Catholic-Saints*



Źródło: *http://www.catholic-saints.net/*

Kolejnym przykładem świadczącym, że nie należy oceniać strony po adresie domenowym, gdyż nie stanowi on wyznacznika jej wiarygodności, jest witryna, której tematyką są portugalskie objawienia, dostępna pod adresem http://www.fatima.org/. Budzący zaufanie adres, estetyczny interfejs użytkownika i bogactwo multimedialnych elementów budują pozytywne wrażenie w odwiedzającym witrynę użytkowniku. Tymczasem witryna zawiera treści sprzeczne z nauką Kościoła katolickiego. Założycielem serwisu jest Nicholas Grüner, kanadyjski ksiądz, którego popularność wyrosła na wielokrotnym podważaniu autorytetu władz kościelnych i sprzeciwianiu się oficjalnemu stanowisku Kościoła w kwestiach związanych z fatimskimi objawieniami. Nicholas Grüner wielokrotnie karany był przez Stolicę Apostolską za sprzeciwianie się oficjalnej doktrynie kościelnej[630].

Odróżnienie strony posiadającej autoryzację kościelną od tej, która jej nie posiada nie jest łatwym zadaniem. Sprawiające wrażenie zgodnych z nauką Kościoła witryny częstokroć zakładają osoby, które nie tylko pozostają w konflikcie z władzami kościelnymi, ale też zostały przez nie potępione. Tak było w przypadku założyciela wirtualnej diecezji *Partenia*, biskupa

[629] Zob. http://www.catholic-saints.net/vatican-ii/ [dostęp 11.11.2013].

[630] Więcej na ten temat http://www.catholicculture.org/culture/library/view.cfm?recnum=4086.

Jacques'a Gaillota. Pomimo, że na Gaillota została nałożona ekskomunika, zdołał on zgromadzić wokół wirtualnej diecezji liczną grupę członków wspólnoty[631].

Umiejętność przebijania się poprzez meandry informacji i treści różnej proweniencji nie jest łatwa. Jednak internet nie jest pierwszym medium, którego użytkownicy narażeni są na obcowanie z treściami nieprawdziwymi lub tylko częściowo ocierającymi się o prawdę. Znacznie skuteczniejszymi narzędziami manipulacji i dezinformacji są telewizja i prasa, bo w ich przypadku nie istnieje możliwość krytycznej reakcji na dystrybuowane treści, ani konfrontacja odmiennych stanowisk[632].

3.7 Internet miejscem kościelnego marketingu

Od najdawniejszych czasów w celu zdobycia nabywcy każdy produkt i usługa były w odpowiedni sposób prezentowane. Przekaz ustny, informujący potencjalnego nabywcę o walorach prezentowanej oferty nie był niczym innym, jak pierwotną formą reklamy. Przemysł reklamowy rozwijał się przez wieki, stając się dzisiaj potężnym narzędziem marketingowym[633]. Znane powiedzenie *reklama dźwignią handlu* nie jest tylko powszechnie znanym, utartym zwrotem, ale stanowi podstawową prawdę o zasadach, jakimi rządzi się dystrybucja dóbr. Na rynku dystrybucji towarów i usług wygrywa ten, kto zatrudnia lepszych specjalistów od reklamy.

Zasadniczymi celami reklamy jest przekaz informacji, perswazja i nakłanianie do skorzystania z reklamowanej oferty, a w końcu sukcesywne przypominanie o ofercie, co w zasadzie stanowi podtrzymywanie efektu uzyskanego w wyniku dwóch pierwszych działań. We współczesnym świecie najważniejszą przestrzenią do zakrojonej na szeroką skalę działalności reklamowej jest internet – tą drogą odbywa się 80% komunikacji pomiędzy firmami

[631] P. Siuda, *Religia a internet...*, s. 64.

[632] P. Lévy, *Drugi potop...*, s. 382.

[633] Zdarzenie marketingowe jest to *zintegrowany zbiór działań promocyjnych, których celem jest zaangażowanie ich adresatów w aktywny odbiór przekazu (poprzez bezpośrednie oddziaływanie na wszystkie zmysły), a tym samym dostarczenie im odpowiednich, zgodnych z zamierzeniem nadawcy doświadczeń i przeczyć. Odbywa się to w określonym miejscu i czasie, z wykorzystaniem różnorodnych form ekspresji, m.in. muzyki, oświetlenia, inscenizacji*. M. Gębarowski, *Nowoczesne formy promocji*, Rzeszów 2007, s. 120; tegoż , *Flash mob – istota zjawiska oraz determinanty wykorzystania w działaniach promocyjnych podmiotów rynkowych*, „Modern Management Review", 2, 2013, s. 36.

i instytucjami, w tym także instytucjami kościelnymi. Pojęcie reklamy często budzi negatywne emocje, gdyż kojarzy się z napastliwą promocją produktu, który w swojej klasie zwykle nie jest ani lepszy, ani gorszy od innych. Takie wartościowanie sprawia, że zestawienie Kościoła katolickiego i reklamy może wydawać się wręcz obrazoburcze. I choć wydawać by się mogło, że marketing jest pojęciem kłócącym się z powołaniem i działalnością religijną, to jednak celem reklamy kościelnej nie jest sprzedaż produktu, lecz promowanie Kościoła i wartości duchowych[634]. Podczas konferencji w 1996 r. poświęconej ewangelizacji mediów, biskup Trewiru, Josef Spital, wypowiedział znamienne słowa, określające stosunek Kościoła do reklamy: *Jeśli reklama wychodzi z założenia, że można dotrzeć do człowieka w tej warstwie jego odczuć, to powinniśmy być w zasadzie pierwszymi, którzy będą próbowali to osiągnąć. Chodzi tu nie o cele reklamowe, lecz o pozyskiwanie ludzi dla Ewangelii Chrystusowej*[635].

W XXI wieku dominuje kultura konsumpcyjna, niemal każda sfera życia w mniejszym bądź większym stopniu ulega komercjalizacji. Do głoszenia prawd wiary nie wystarczą już tradycyjne formy przekazu, szczególnie, gdy jego odbiorcami mają być nie tylko ludzie związani z Kościołem, ale także ci, którzy nigdy nie byli członkami wspólnoty, lub odeszli od Kościoła. Poszukuje się nowych sposobów docierania do wiernych, sięga po nowoczesne narzędzia w celu budowania dobrych relacji z otoczeniem. Kościół dąży do prezentowania siebie jako instytucji kreatywnej i otwartej na nowe rozwiązania, idącej z duchem czasu[636]. Nie należą do odosobnionych opinie, według których Kościół w swojej działalności nie powinien uciekać się do korzystania z narzędzi marketingowych. Wynikają one z obawy, że propagowanie religijnego przesłania za pomocą świeckich środków, przy nieumiejętnym ich doborze, może skutkować profanacją wiary. Marketing i reklama to oddanie spraw związanych z intymną sferą duchowości w ręce specjalistów od kreowania wizerunku, których działalność najczęściej jest kojarzona z pragmatyczną sferą komercji i ukierunkowaną na finansowy lub polityczny sukces połączony

[634] S. Garner, *Theology and the new media*, [w:] *Digital Religion. Understanding Religious Practice in New Media Worlds*, red. H. A. Campbell, s. 228-229; Zob. także M. Szpunar, *Reklama dźwignią wiary? Churchmarketing i jego specyfika*, [w:] *Religia a współczesne stosunki międzynarodowe*, Kraków 2010, s. 231; O pozytywnym wpływie reklamy na kulturę i religię zob. A. Lewek, *Podstawy edukacji medialnej...*, s. 142-3; Więcej na temat marketingu i reklamy religijnej zob. W. Kawecki, *Zobaczyć wiarę...*, s. 171-179.

[635] R. Podpora, *Watykan i internet*, „E-Mentor", 18/1, 2007, s. 74.

[636] P. Celej, M. Kaczmarczyk, *Public Relations Kościoła katolickiego. Wybrane przykłady działań wizerunkowych ze szczególnym uwzględnieniem diecezji sosnowieckiej*, „Problemy Komunikacji Społecznej" , 1, 2009, s. 79, 81.

ze świadomym manipulowaniem odbiorcą. Jak jednak pokazują liczne przykłady kampanii reklamowych, odpowiednio dobrane działania marketingowe mogą być wartościowym narzędziem służącym do promowania wartości moralnych i religijnych[637].

Reklama kościelna nie jest zjawiskiem nowym. Można nawet pokusić się o stwierdzenie, że Kościół narzędziami reklamy posługiwał się już od dawna, tyle że przekaz ten znacznie różnił się od przekazów komercyjnych. Swoistym sposobem reklamy jest przecież głoszenie Dobrej Nowiny przez apostołów, średniowieczna *Biblia Pauperum*, czy sztuka sakralna[638]. Jak podkreśla jezuita Dariusz Kowalczyk *tak naprawdę Kościół od dwóch tysięcy lat nie robi nic innego, tylko się reklamuje*[639]. Jeżeli Kościół pragnie dotrzeć do ludzi, na których sposób myślenia i codzienne życie marketing wywiera ogromny wpływ, również powinien nauczyć się przemawiać językiem marketingu, czerpiąc wzorce z najlepszych specjalistów w tej dziedzinie, sektorów biznesowych, handlowych i politycznych. Nie można oczywiście utożsamiać reklamy i marketingu kościelnego z uprawianym np. w sektorze handlowym, bo i cele są tu zgoła różne.

Tematykę wykorzystania reklamy w służbie Kościoła podjął w 1977 r. papież Paweł VI w orędziu na Światowy Dzień Środków Społecznego Przekazu *Komunikacja społeczna i reklama: korzyści, niebezpieczeństwa, odpowiedzialność*. W dokumencie tym podkreślił korzystny wpływ reklamy na życie moralne i religijne wiernych, oraz wezwał instytucje katolickie do uważnego śledzenia nowoczesnych technik reklamy i właściwe ich wykorzystanie[640]. Jednym z celów marketingu, a więc i w efekcie reklamy, instytucji kościelnych jest zbudowanie i podtrzymywanie efektywnych relacji z wiernymi, a w przypadku malejącej ich liczby odwrócenie tej tendencji. Reklama instytucji dobroczynnych zachęca ponadto do

[637] Ł. Dmowski, *Marketing religijny na przykładzie chrześcijaństwa*, „Zeszyty Naukowe Polityki Europejskie, Finanse i Marketing", 52/3, 2010, s. 379-381, http://www.wne.sggw.pl/czasopisma/pdf/PEFIM_nr_52_201_s371.pdf [dostęp 10.09.2014]; Zob. także E. Stachowska, *„Sprzedaż w służbie Boga", czyli ponowoczesna obecność religii*, „Przegląd Religioznawczy", 237/3, 2010, s. 81.

[638] E. Skwarska, *Reklama społeczna w duszpasterstwie*, „Warszawskie Studia Pastoralne", 10, 2009, s. 89; Zob. także P. Celej, M. Kaczmarczyk, *Public Relations Kościoła katolickiego...*, s. 82; Na temat roli ikony w komunikowaniu wiary i wizualizacji przesłania ewangelizcznego zob. W. Kawecki, *Zobaczyć wiarę...*, s. 126-129.

[639] M. Woźniak, *Reklama dźwignią wiary,* http://www.zbawiciel.home.pl/new/index.php/czytelnia/inne-artykuy/1051.html [dostęp 7.07.2014].

[640] P Paweł VI, Orędzie Na XI Światowy Dzień Środków Społecznego Przekazu, *Reklama w mediach: korzyści, niebezpieczeństwa, odpowiedzialność*, Watykan 1977, http://w2.vatican.va/content/paul-vi/en/messages/communications/documents/hf_p-vi_mes_19770512_xi-com-day.html [dostęp 11.12.2014].

miłosierdzia oraz do altruizmu. Działania wiążące marketing z religią w krajach Europy Zachodniej i w Stanach Zjednoczonych prowadzone są już od lat 90. XX w. i noszą nazwę *church marketing*[641]. Chociaż niektórzy badacze przekonują, że religia jest produktem, nie różniącym się od każdego innego towaru, to podstawową cechą odróżniającą reklamę Kościoła od innych produktów jest cel i zadanie, jakiemu ma służyć. Ogólnie ujmując reklama kościelna ma za zadanie kształtowanie i promowanie pozytywnego wizerunku Kościoła[642].

Skuteczna i interesująca reklama jest sztuką. Kościół ma na tym polu już wiele osiągnięć, o których warto wspomnieć. Spektakularnym przykładem religijnej kampanii reklamowej była inicjatywa związku wspólnot chrześcijańskich w Singapurze w 2001 r. Miała ona na celu repozycjonowanie obecności Boga w życiu współczesnego człowieka i uświadomienie wiernym sakralnego wymiaru świata nawet w najdrobniejszych sprawach. Kampania została zlecona *Oglivy One* – jednej z najbardziej znanych na świecie agencji reklamowych. Przebiegała pod hasłem „Czyniąc Wszechwiedzącego Wszechobecnym". Odwoływała się do obecności Boga w codziennym życiu wiernych. Kierowana była do nich z różnych, czasem niestereotypowych miejsc. W trakcie trwania kampanii rozdawano np. koszulki z wydrukowanym przewrotnym napisem *Nietzche umarł. Bóg*, a na sprzedawanych w sklepach jabłkach umieszczono naklejki z napisem *Wychodowałem to jabłko specjalnie dla Ciebie. Bóg*.

Akcja reklamowa dotykała także niezwykle ważkich problemów, niekoniecznie związanych tylko ze sferą wiary. Po ulicach miasta jeździły autobusy, na których widniał monit skierowany do kierowców: *Proszę – nie prowadź, kiedy wypiłeś. Nie jesteś jeszcze całkiem gotów, żeby się ze mną spotkać. Bóg*. Przypisywane Bogu słowa pojawiały się także w dziale ogłoszeń w gazetach – *No i cóż muszę zrobić, żebyś mnie zauważył? Wykupić ogłoszenie w gazecie? Bóg* a także w internecie:To *jeszcze nie koniec świata, przynajmniej dopóki ja tego nie powiem. Bóg*. Stwórca „przemówił" w równie prosty sposób do wiernych na temat dziesięciorga przykazań: *Nienawidzę reguł. I dlatego stworzyłem ich tylko dziesięć. Bóg*. Kampania rozciągnęła się także na subskrypcję „Bożych SMS-ów". Do wiernych wysyłane były krótkie wiadomości tekstowe w rodzaju: *Miłego dnia. Ten dzień stworzyłem specjalnie dla Ciebie. Bóg*. W sobotę Singapurczycy mogli w otrzymanej wiadomości odczytać tekst bożego pytania: *Czy zamierzasz*

[641] M. Szpunar, *Reklama dźwignią wiary? Churchmarketing i jego specyfika*, [w:] *Religia a współczesne stosunki międzynarodowe*, red. B.Bednarczyk, Z. Pasek, P. Stawiński, Kraków 2010, s. 229.

[642] W. Hirdes, R. Woods, D. Badzinski, *Content Analysis Of Jesus Merchandise*, „Journal of Media and Religion", 8, 2009, s. 143.

Mnie jutro odwiedzić? Bóg, w niedzielę kierowane było do nich zaproszenie *Wpadniesz do mnie dziś? Bóg*. Najmocniejszym jednak akcentem kampanii okazała się być strona internetowa, na której oprócz reklam pojawiały się kolejne świadectwa różnych osób opisujących swoją, czasem krętą i niełatwą, drogę do poznania Boga[643].

Równie interesującym przykładem reklamy kościelnej była podjęta z inicjatywy anonimowego fundatora kampania w 1998 r. w Stanach Zjednoczonych. Przypisywane Bogu słowa, prezentowane na bilboardach, w stylu: *Podążaj za mną. Bóg*, *Powiedz dzieciom, że je kocham. Bóg* stanowiły jasny przekaz, który trafiał do każdego, niezależnie od statusu społecznego, materialnego, czy wykształcenia. Szczegóły kampanii dostępne są na funkcjonującej do dzisiaj stronie internetowej www.GodSpeaks.com[644].

Odpowiednio przygotowana reklama może poprawić wizerunek instytucji w sytuacjach, gdy jej reputacja i autorytet zostały podważone w wyniku pewnych wydarzeń czy okoliczności. Kościół także nie uniknął skandali, które negatywnie wpłynęły na jego wizerunek. W Stanach Zjednoczonych Konferencja Episkopatu Stanów Zjednoczonych Ameryki Północnej zleciła profesjonalnej firmie przygotowanie filmów reklamowych, które w istotny sposób przyczyniły się do skierowania uwagi odbiorców na działalność charytatywną i edukacyjną instytucji kościelnej, której wizerunek został nadszarpnięty w wyniku nagłośnionej w kraju afery pedofilskiej. Jeden z dwóch wspomnianych filmów odnosi się do tematyki powołania do kapłaństwa. Film przedstawiający świadectwo osób konsekrowanych, ze względu na szybki, dynamiczny przekaz, oddziaływanie zarówno na intelekt, jak i emocje oglądającego, jest szczególnie godny uwagi jako narzędzie promocji i reklamy. Jest on dostępny na platformach multimedialnych i w sieciach społecznościowych, dzięki czemu trafia do licznej grupy odbiorców[645].

Tradycyjny marketing odgrywa w dzisiejszych czasach coraz mniejszą rolę. Działania marketingowe rozwijają się w kierunku, w jakim ewoluują media, stąd coraz częściej do promocji i reklamy wykorzystywany jest internet. Tanią i skuteczną metodą mającą zastosowanie

[643] P. Alchimowicz, *Wpadniesz dziś do mnie? Bóg. Jak można reklamować Stwórcę?,* „Więź”, 3, 2005, s. 67-71.

[644] M. Sulej, *Promowanie wiary i wartości chrześcijańskich poprzez reklamę*, „Warszawskie Studia Pastoralne”, 10, 2009, s. 103.

[645] Por. M. Przybysz, *Kreowanie wizerunku Kościoła w mediach za pomocą Public Relations i reklamy*, [w:] *Media w Kościele i Kościół w mediach*, red. M. Przybysz, J. Kloch, Katowice 2012, s. 23-24.

w sieci komputerowej, szczególnie w obszarach sieci społecznościowych, jest tzw. *marketing wirusowy*[646]. Marketing wirusowy jest strategią polegającą na tworzeniu informacji, w tym zdjęć i krótkich filmów, mającą na celu zachęcić ich odbiorców do przesyłania owych informacji kolejnym odbiorcom. Strategia ta w założeniu prowadzić ma do lawinowego rozprzestrzeniania się komunikatu[647]. W wyniku działania marketingu wirusowego do licznej rzeszy internautów trafiło wiele uwieczniających wyjątkowe chwile fotografii, a błyskotliwie nakręconych filmów uzyskało wielomilionową liczbę odsłon[648]. W podobny sposób popularność zyskują blogi użytkowników, którzy publikują treści, o których inni użytkownicy chcą rozmawiać z grupą swoich znajomych, a ci z kolei o stronie informują kolejnych znajomych. Wirusowe rozprzestrzenianie się wiadomości jest podstawą działania usług mikroblogowania, przesyłania wiadomości przy wykorzystaniu retweetnięcia. Pauline Hope Cheong opisuje wiele akcji przeprowadzonych poprzez tę popularną usługę mikroblogowania, których celem było propagowanie wiary i wartości chrześcijańskich[649].

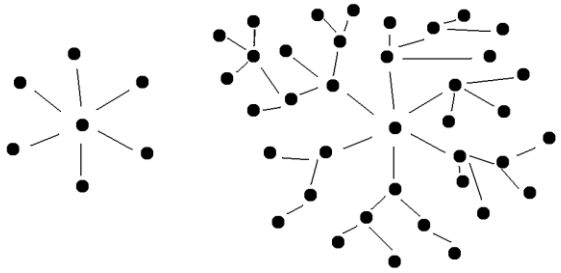
[646] z j. ang. *viral marketing*.

[647] D. Trzeciak, *Marketing wirusowy*, [w:] *E-marketing w akcji, czyli jak skutecznie wzbudzać pożądanie klientów i zazdrość konkurencji*, red. K. Pankiewicz, Gliwice 2008, s. 68-72, 73-80; Zob. także M. Koszembar-Wiklik, *Czy marketing wirusowy w sieci wymaga kontrowersji? O motywach szokujących w reklamach*, [w:] *Homo irretitus. W sieci serwisów społecznościowych, reklamy i marketingu społecznego*, red. K. Walotek-Ściańska, M. Szyszka, Sosnowiec 2014, s. 109; Zob. także N. Hatalska, *Niestandardowe formy promocji*, „Marketing i Rynek", 11/2002, http://www.hatalska.com/wp-content/uploads/2009/02/N.Hatalska_NiestandardoweFormy Promocji_MarketingIRynek2002.pdf [dostęp 20.08.2014].

[648] Jednym z przykładów działania wirusowego marketingu jest popularność zdjęcia spowiadającego się papieża Franciszka. Autor wykonanej 28 marca 2014 r. w Bazylice Świętego Piotra fotografii umieścił ją w internecie, gdzie w krótkim czasie została multiplikowana na kolejnych stronach i w serwisach społecznościowych. Była to pierwsza papieska spowiedź mająca miejsce podczas publicznej ceremonii, a co za tym idzie, także pierwszy przypadek upublicznienia fotografii papieża przystępującego do sakramentu pojednania. P. Talone, *A Heart for Those in Misery*, http://www.chausa.org/docs/default-source/health-progress/a-heart-for-those-in-misery.pdf?sfvrsn=4 [dostęp 12.01.2015]; Czyt. więcej http://gosc.pl/doc/1938317.Papiez-Franciszek-sie-spowiadal [dostęp 12.01.2015].

[649] P. H. Cheong, *Twitter of Faith...*, s. 193-196.

Ilustracja 8. *Marketing tradycyjny versus marketing wirusowy*



Źródło: *Opracowanie własne*

Stosunkowo nowym zjawiskiem, które z powodzeniem daje się wykorzystać w organizacji akcji promocyjnych jest *flash mob*. Jest to zorganizowane w miejscu publicznym krótkotrwałe wydarzenie, w którym biorą udział nieznane sobie osoby. Organizacja takich przedsięwzięć odbywa się z inicjatywy użytkowników internetu, którzy za pośrednictwem serwisów społecznościowych, forów dyskusyjnych, specjalnie w tym celu przygotowanych stron WWW, czy sms-ów ustalają termin, miejsce i sposób przeprowadzenia akcji. Ciekawie zaaranżowane *flash moby* wzbudzają zainteresowanie przypadkowych świadków, którzy filmują i fotografują zdarzenie, a następnie publikują je w internecie. Niektóre relacje z przeprowadzonych akcji uzyskują wielomilionową liczbę odsłon i budzą zainteresowanie jeszcze przez długi czas po ich zakończeniu. *Flash moby* są spontanicznymi inicjatywami społecznymi i z reguły nie mają charakteru marketingowego, jednak wiele z nich niesie ze sobą wymierny przekaz promujący produkt, markę lub określony światopogląd. Ich popularność sprawia, że firmy i instytucje zainteresowały się możliwością wykorzystania tego niekonwencjonalnego narzędzia marketingowego w swoich działaniach promocyjnych[650].

Często podnoszonym przykładem jest *Christmas Food Court Flash Mob*, film zrealizowany w centrum handlowym, w którym przed zaskoczoną widownią, ludźmi spożywającymi posiłki, zaimprowizowane zostaje muzyczne widowisko, angażujące przypadkowych klientów części gastronomicznej centrum[651]. *Christmas Food Court Flash Mob* jest doskonałym przykładem

[650] M. Gębarowski, *Flash mob...*, s. 33-34, 37.

[651] Film rozpoczyna się wyświetleniem na czarnym ekranie napisu: *Po południu 13 listopada 2010 ci niczego nie podejrzewający kupujący zostali zaskoczeni, gdy delektowali się swoimi posiłkami...*. W kolejnej scenie widać spożywających posiłek ludzi siedzących przy stolikach. Po chwili rozmawiająca przez telefon komórkowy kobieta wstaje i zaczyna śpiewać pieśń „Hallelujah Chorus" Georga Friedricha Haendla. Ludzie patrzą z zaciekawieniem na nią, gdy nagle, po drugiej stronie holu mężczyzna wchodzi na stół i śpiewa kolejne wersy pieśni. Kolejni ludzie

inteligentnego marketingu, realizowanego w miejscu wielomilionowej obecności użytkowników mediów. W ciągu niespełna czterech lat liczba odsłon filmu przekroczyła ponad 40 milionów[652].

Z nowoczesnymi technikami kreowania wizerunku doskonale od dawna radzą sobie polscy jezuici, którzy pierwszy plakat, reklamujący zakon stworzyli już 11 lat temu, w 2003 r. Plakat opatrzony napisem: *Wygrywamy białymi* przedstawiał młodego zakonnika stojącego przy szachowej planszy. W kolejnej odsłonie opatrzonej hasłem *Nie jesteśmy aniołami, wykonujemy tylko ich robotę. Jezuici* zaprezentowani zostali dwaj zakonnicy stojący na tle ściany, na której narysowane kontury skrzydeł wpasowane zostały w ich ramiona. Największą popularnością cieszy się aranżacja, w której wizerunek kleryka opatrzony jest podpisem: *Twardziel? Nie, jezuita*. Akcja jezuitów została zaplanowana jako typowa kampania outdoorowa, jednak szerokim echem odbiła się w internecie, trafiając tym samym do szerokiej grupy odbiorców[653].

Ilustracja 9. *Od lewej: Kadr z reklamowego spotu przygotowanego w Wyższym Seminarium Duchownym w Pelplinie; kalendarz zawierający zdjęcia scen z życia zakonnic z podkrakowskich zgromadzeń, bilboardy jezuickie*



Źródło: *http://www.tcz.pl/index.php?p=1,47,0,wiadomosci&item=de03ee5fe084f20d&title=Skad-sie-biora-ksieza-Klerycy-w-reklamowym-spocie; http://www.wiadomosci24.pl/artykul/jestesmy_aniolami_czyli_jak_zakony_reklamuja_sie_na_plakatach_30823.html*

dołączają do niego w trakcie refrenu. Pieśń kontynuuje coraz większa liczba śpiewających, w tym wielu przypadkowych uczestników tego niespodziewanego, poruszającego wydarzenia muzycznego: matek z dziećmi spinającymi się na stoły dla lepszej obserwacji, starcy i młodzi. Śpiew kończy się, ludzie wznoszą ręce, wybuchają oklaski. Następnie, tak nagle, jak się rozpoczęło to niecodzienne zdarzenie, kończy się, życie wraca do normy jakby nic się nie stało. Film kończy wyświetlenie się ponownie czarnego ekranu z białym napisem: *Wesołych Świąt! Z miłością*.

[652] http://www.youtube.com/watch?v=SXh7JR9oKVE [dostęp 6.02.2014]. O tym wydarzeniu zob. także B. Meuser,N. Baer, *Youcat Libro de Catequesis para la Confirmación (para de jóvenes de 15 a 20 años) Español*, Madrid 2013, s. 51.

[653] K. Nowak, *Uliczne gry w symbole, czyli sacrum na outdoorze*, „Przegląd Religioznawczy", 238/4, 2010, s. 191-192; Zob. także D. Guzek, *Reklama w działaniach instytucji religijnych w Polsce*, „Chorzowskie Studia Polityczne", 6, 2013, s. 324.

Wspomniane kampanie reklamowe odniosły medialny sukces, bo zostały zaprojektowane zgodnie ze sztuką tworzenia dobrej reklamy. Jednym z sekretów jest konstrukcja przekazu krótkiego, lecz bogatego w treści. W świecie sms-ów, mms-ów i tweetów informacja zwięzła, przekazana w jasny i wyrazisty sposób, skonstruowana w oparciu o tekst, obraz i dźwięk angażuje odbiorcę najmocniej. Tak działa dobra reklama i Kościół stara się podporządkować tym kryteriom, aby osiągnąć cel w procesie promowania swoich wartości[654].

3.8 Religia a kultura popularna

W ciągu ostatnich kilkudziesięciu lat religia na stałe zagościła we wszystkich mediach. Religijne motywy przeniknęły do kultury popularnej: filmu, programów telewizyjnych, gier komputerowych i teledysków. Pojawienie się wizerunku Chrystusa na reklamowych bilboardach jest już chyba ostatecznym dowodem upoważniającym do stwierdzenia, że przekaz o rzeczywistości nadprzyrodzonej stał się normą. Kultura popularna wpływa w sposób znaczący na pojmowanie i funkcjonowanie autorytetów we współczesnym społeczeństwie. Nastąpiło pomieszanie pojęć idola i autorytetu, celebryty i eksperta. Zjawisko to, powszechne szczególnie w środowisku młodych ludzi, prowadzi do chaosu informacyjnego, etycznego i poznawczego. Zdarza się, iż medialnymi celebrytami stają się jednostki znane z wywoływanych skandali i szokujących zachowań. W natłoku informacji człowiek gubi do nich dystans, traci zdolność krytycznej ich analizy, a celem samym w sobie staje się gromadzenie danych bez uprzedniej ich selekcji i wyboru istotnych informacji[655]. Wielu młodych ludzi czerpie wzorce zachowań z filmów, programów telewizyjnych i plotkarskich portali internetowych. Popularne media często propagują zsekularyzowany styl życia oparty na źle pojętej wolności osobistej i relatywizmie moralnym. Promują młodość i przymioty ciała przy równoczesnym ignorowaniu spraw duchowych. Lansowana od wielu lat poprawność polityczna, oparta na bezwarunkowej tolerancji

[654] Por. M. Przybysz, *Kreowanie wizerunku Kościoła...*, s. 25; O medialnej akcji dominikanów z Krakowa pod hasłem „Zrób się na post" zob. H. Mruk, *Refleksje o marketingu i Ewangeliach*, [w:] *Religia - Nauka - Kultura*, red. Z. Drozdowicz, S. Sztajer, Poznań 2011, s. 110.

[655] J. Niewińska, *Mass man?*, „Studia Socialia Cracoviensia", 9/2, 2013, s. 88; G. Łęcicki, *Destrukcyjne element współczesnej muzyki rozrywkowej jako przekazu medialnego*, [w:] *Człowiek w medialnym labiryncie*, red. K. Guzek, M. Laskowska, Warszawa 2011, s. 159; Zob. także Z. Melosik, T. Szkudlarek, *Kultura, tożsamość i edukacja...*, s. 82.

rodzi nieumiejętność obrony istotnych w życiu tradycyjnych wartości. Media coraz częściej promuja nieograniczoną wolność człowieka w oderwaniu od odpowiedzialności. Dzieje się tak, pomimo tego, że nierozerwalność obu tych wartości jest jedną z podstawowych zasad etyki i społecznego ładu[656]. W konsekwencji narasta poczucie zagubienia człowieka a maleje zdolność dokonywania wyborów etycznych, religijnych i społecznych. Odbiorcy mediów każdego dnia ulegają manipulacji, nie mając świadomości, że to nie oni kształtują swoje poglądy, lecz czynią to za nich media[657].

Przełom wieków postawił współczesnego człowieka wobec wielu przemian cywilizacyjnych i kulturowych, w których dominuje często element negatywnej i systematycznej destrukcji tradycyjnych wartości, schematów myślowych i wzorcowych modeli postępowania. Konsekwencją tej negacji jest narastające poczucie zagubienia, trudność w dokonywaniu wyborów etycznych, religijnych i społecznych[658]. Źródłem tych zjawisk jest trwający od ponad półwiecza triumfalny pochód postmodernizmu, a wraz z nim odrzucenie uniwersalnie pojmowanej prawdy i metod poznawczych, negacja tradycji i zastanych wzorców kulturowych[659].

Jednym ze skutków ewolucji rynku medialnego jest tak zwany proces unifikacji kodów medialnych, w wyniku którego np. programy edukacyjny zbliżone są formą do gier, te zaś przypominają filmy. Podobny styl prezentują rozprawy sądowe i opery mydlane, a serwisy informacyjne przypominają widowiska audiowizualne. Tradycyjne instytucje społeczne przejmują modele zachowań oddolnych społeczności, tym samym kreując na nowo swój wizerunek[660].

---

[656] M. Drożdż, *Media przestrzenią moralności*, [w:] *Wartości w mediach - z doliny na szczyty*, red. A. Baczyński, M. Drożdż, Tarnów 2012, s. 32-35.

[657] M. Drożdż, *Relewancja etyki mediów...*, s. 21; T. Borkowski, *Człowiek epoki mediów- szanse i zagrożenia, Materiał ze spotkania Dyrektorów Wydziałów Katechetycznych Media a katecheza, Przemyśl 2004*, http://www.katecheza.episkopat.pl/index.php/menu/wydzialy-katechetyczne/63-materialy-ze-spotkan-dyrektorow-wydzialow-katechetycznych [dostęp 21.06.2014]. Zob. także J. Grzybowski, *Dlaczego Justin Biber a nie święty Justyn. O świętości w kulturze ponowoczesnej*, „Ethos", 105/1, 2014, s. 184.

[658] M. Drożdż, *Relewancja etyki mediów...*, s. 21-22.

[659] Por. Z.Melosik, *Kultura, akademia i edukacja – modernistyczno/postmodernistyczne interpretacje*, „Przegląd Pedagogiczny", 1, 2011, s. 50, 60; Zob. także B. Guzowska, *Religijność postmodernistyczna...*, s. 40-42.

[660] J. Nowak, *Aktywność obywateli online...*, s. 33.

Kościół katolicki ma świadomość, często negatywnego, wpływu kultury popularnej na wychowanie i moralność ludzi. Istnieje wiele relacji, które zachodzą pomiędzy religią a kulturą popularną. Kultura popularna i religia wzajemnie się przenikają, zapożyczają od siebie symbolikę i sposoby narracji. Toczą ze sobą specyficzny rodzaj dialogu, w którym wykorzystują się wzajemnie w procesie promowania swojego wizerunku. Popkultura nabiera cech religijnych a specyfika religii przybliża ją do kultury popularnej. Kościół zapożycza od popkultury narzędzia i metody pomagające skutecznie promować religię. Kultura popularna w coraz większym stopniu staje się płaszczyzną wyrażania tożsamości religijnej. Jezus Chrystus, Maryja i święci stają się ikonami popkultury. Procesowi temu sprzyja postępujący rozwój internetowych technologii medialnych[661].

Jednym ze skutków obecności religii w internecie jest zacieranie granic pomiędzy sferą *sacrum* i *profanum*. Popularność mediów i pluralizm religijny sprawiają, że wiele nowych ruchów religijnych stoi na styku ortodoksji i kultury popularnej. Rozpowszechniane przez media treści popkulturowe przesycone są różnego rodzaju wierzeniami i praktykami. Media próbują budować paraspołeczne relacje pomiędzy zwykłymi ludźmi a światem celebrytów. Świadomą praktyką mediów, będącą integralną częścią działań marketingowych, jest rozwijanie zjawiska powstawania fanklubów. Kultury fanów medialnych mają wiele cech wspólnych ze wspólnotami religijnymi, bo ich członkowie swoich idoli obdarzają niemal boską czcią. Pojęcia takie jak kult, cześć, nabożeństwo, kojarzone ze sferą religijności, przenoszą się w mediach na świecką płaszczyznę[662]. W obecnych czasach zjawiska, które powszechnie nie są postrzegane jako religijne, oddziałują na przekaz dotyczący tematyki związanej z religią. Literatura, film, muzyka i inne produkty kultury popularnej skupiają tęsknoty religijne współczesnych ludzi, szczególnie tych, którzy nie są mocno związani z instytucją Kościoła, indywidualnie poszukując swojej tożsamości religijnej[663]. Nieustannie doskonalona sztuka marketingu i rozbudowany przemysł

[661] P. Siuda, *Religia a internet...*, s. 18, 51-53; Zob. także F. F. Plude, *Religion and Mediated Popular Culture: The Need for Dialogue*, [w:] *Communicatio Socialis. Challenge of Theology and Ministry in the Church*, red. H. Rolfes, A. Zukowski, Kassel 2007, s. 70; K. Krzan, *Ekstaza w wersji pop...*, s. 43-44; O relacji kultury popularnej i sieciowych religii zob. A. Thomas, *Virtually Real...*, s. 127-128.

[662] J. Powell, *Faith in pop culture. Religious Representation on Television*, s. 26, http://sociology.ku.edu/sites/sociology.drupal.ku.edu/files/docs/Powell-FaithinPopCulturefall11grad.pdf; S. Hjarvard, *The Mediatization of Religion...*, s. 11.

[663] S. Walker, *My[Sacred]Space: Discovering Sacred Space in Cyberspace*, „Journal of Religion and Popular Culture", 22/2, 2010, s. 21; Interesujące studium na temat ponowoczesnych trendów w mediach i wizerunku w nich

reklamowy skutecznie zachęca odbiorców przekazu do przyjmowania stylu życia skierowanego na zysk i doczesną przyjemność[664].

Religia stała się wątkiem, a częstokroć motywem przewodnim filmów, tekstów piosenek, teledysków i powieści z pogranicza *science fiction*. Coraz więcej medialnych rzeczywistości opisywanych jest za pomocą terminów religijnych, takich jak rytuał, wiara, wspólnota[665]. Obecność religii w mediach popularnych stała się przedmiotem badań nowej dziedziny naukowej, powstałej na skrzyżowaniu medioznawstwa i kulturoznawstwa, zwanej religią kulturową. Obszarem zainteresowań tej dyscypliny jest obecność zjawisk religijnych w mediach propagujących kulturę popularną[666].

W kulturze popularnej znalazły odbicie niemal wszystkie świętości związane z tematyką religijną, dogmatyką chrześcijańską i pobożnymi praktykami. Obalane są granicę pomiędzy *sacrum* a *profanum*, tworzone natomiast powierzchowne substytuty zastępujące prawdziwą wiarę. Media utworzyły miejsca kultu z dala od tradycyjnych miejsc zgromadzenia wiernych, wykorzystały znajomość i powszechność symboli religijnych do promowania towarów, które

---

religii przedstawiła w swoich pracach Ewa Stachowska. 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. Libiszowska-Żółtkowska, G. Pickel, D. Pollack, Kraków 2012, s. 251-253, 364-365, E. Stachowska, *Między tabloidyzacją religii a afiliacją religijną na Facebooku. Religia i media we współczesnym świecie. Cz I – Prasa i telewizja*, „Przegląd Religioznawczy", 239/1, 2011, s. 249-252; Interesujące spojrzenie na rolę kina i filmu zostało przedstawione w książce *Screening the sacre. Religion, Myth, and Ideology in Popular American Film*. Kino przyrównane jest do sanktuarium, w którym ekran pełni rolę ambony. C. E. Ostwalt, *Conclusion: Religion, Film, and Cultural Analysis* [w:] S*creening the sacred: Religion, Myth, and Ideology in Popular American Film*, red. J. W. Martin, C. E. Ostwalt, Michigan 1995, s. 158.

[664] H. Noga, *Aksjologiczno-społeczne przejawy postmodernizmu w treściach medialnych i multimedialnych*, „Konspekt", 4/3, 2007, wersja on-line, http://www.up.krakow.pl/konspekt/30/index.php?i=019 [dostęp 21.12.2013].

[665] D. A. Stout, J. M. Buddenbaum, *Approaches to the study of media...*, s. 227.

[666] Wyprodukowany przez Mela Gibsona film pt *Passion of the Christ* należy do czołówki najbardziej dochodowych wszechczasów. Także wcześniej hollywoodzki przemysł filmowy był twórcą znanych filmów, których przesłanie kierowane było do religijnej widowni, głównie katolików i ewangelików. Najbardziej znane obrazy to *The King of Kings* (1927), *The Sing of the Cross* (1933), *The Robe* (1953), *The Commandments* (1956), *The Great Story Ever Told* (1965). J. L. Pauley, A. King, *Evangelical's Passion for the Passion of the Christ*, [w:] *Evangelical Christians and Popular Culture. Pop Goes the Gospel*,red. R. H. Woods, Santa Barbara, 2013, s. 37; Zob. także B. S. Turner, *Religion and modern society...*, s. 221-222; P. A. Soukup, *On-Line Religion. A New Context for Religious Practice*, „America", 180/16, 1999, s. 8; W 2012 r. została wydana monografia w sposób kompleksowy omawiająca obecność religii w kulturze popularnej, m. in. w filmie, telewizji, muzyce i grach komputerowych. *Understanding Religion and Popular Culture*, red. T. Ray Clark, D. W. Clanton, Abingdon 2012.

najczęściej nie mają nic wspólnego z wyznawaną wiarą. Symbole religijne stały się na tyle powszechne, że ludzie zobojętnieli wobec nich. Nigdy wcześniej w historii zjawisko to nie miało tak powszechnego zasięgu[667]. Popkultura znosi wszelkie tabu, w skrajnych przypadkach uciekając się do przekazu, którego celem jest szokowanie odbiorcy. Kultura popularna im bardziej „szarga świętością", tym większe zyskuje zainteresowanie[668].

Komercjalizacji uległy najważniejsze kościelne święta. Celebracja narodzin Chrystusa schodzi na drugi plan, ustępując miejsce rytuałowi zdobienia kolorowymi ozdobami choinki i ubranym na czerwono Mikołajom pobrzękującym dzwoneczkami. Kluczowym elementem Świąt Wielkiej Nocy dla wielu katolików stało się przygotowanie koszyczka, którego zawartość ma zostać tak skomponowana, aby stanowił on piękną ozdobę świątecznego stołu. Duże centra handlowe przygotowania do tradycyjnych świąt z każdym rokiem rozpoczynają coraz wcześniej. Powszechną już niemal praktyką stało się bożonarodzeniowe strojenie wnętrz sklepów w czasie, gdy na grobach nie zdążyły jeszcze zgasnąć zapalone pierwszego listopada znicze.

Emblematy i symbole religijne stały się komercyjnymi towarami, które obecnie częściej stanowią dodatek do ubioru a nie manifestację religijnych przekonań. Wykorzystywanie w reklamach i wideoklipach symboli religijnych spłyca ich znaczenie. Komercjalizacja *sacrum* coraz mocniej przenika życie ludzkie w niebezpieczny sposób trywializując przesłanie religijne na rzecz wzrostu popytu. Tym samym *sacrum* zostaje sprowadzane do produktu rynkowego, gdzie religia zaczyna funkcjonować w postaci towarów i usług[669]. Symbole religijne wykorzystywane są w najbardziej ku temu nieodpowiednich miejscach i zestawiane

[667] K. Rembowska, *Technika a kultura...*, s. 98-108; L. Manovich, *The Language of New Media*, Cambridge 2004, s. 201; W. Hirdes, R. Woods, D. Badzinski, *Content Analysis Of Jesus...*, s. 142; O wykorzystaniu symboliki religijnej, wątków biblijnych i postaci świętych w reklamie zob. także K. Nowak, *Uliczne gry w symbole, czyli sacrum na outdoorze*, „Przegląd Religioznawczy", 238/4, 2010, s. 194-195.

[668] M. Libiszowska – Żółtkowska, *Nowe ruchy religijne...*, s. 203.

[669] E. Stachowska, *Konsumpcja a religia. Komercjalizacja sacrum we współczesnym świecie*,[w:] *Religia - Nauka - Kultura*, red. Z. Drozdowicz, S. Sztajer, Poznań 2011, s. 23, 147; Zob. także: S. L. Altamirano, *La Representación Social del Guadalupanismo en el programa de televisión La Rosa de Guadalupe*, „Revista Comunicación", 10, 2012, s. 1000-1003; J. Bordas, *The Power of Latino Leadership. Culture, Inclusion, and Contribution*, San Franciso 2013, s. 37, 207.

z nieprzystającymi do ich rangi treściami. W ten sposób *rzeczy i osoby dla jednych święte, dla drugich stają się kabaretowymi atrybutami*[670].

Ilustracja 10. *Wizerunek Matki Bożej z Guadalupe jako motyw zdobiący przedmioty codziennego użytku*



Źródło: *http://www.allposters.com/-sp/Juniors-Mary-Is-My-Homegirl-Posters_i8024922_.htm; http://apioneer.wordpress.com/tag/falconhead/; http://www.pinterest.com/pin/303078249894434809/; http://www.zazzle.co.uk/our_lady_of_guadalupe_coffee_mug-168073090255855662*

Jeszcze do niedawna gry cyfrowe nie były przedmiotem badań naukowych. Kojarzone były głównie z popularną formą rozrywki młodych ludzi, która nie ma odzwierciedlenia w rzeczywistym świecie. Obecnie jednak budzą coraz większe zainteresowanie, uznane za element współczesnej kultury popularnej. Jeśli dodatkowo ich tematyka nawiązuje do religii, stają się tematem dyskursów o charakterze religijnym[671]. Tego rodzaju gry wykraczają poza zakres zwykłej rozrywki. Twórcy gier o tematyce religijnej podkreślają ich fascynującą możliwość łączenia ze sobą pozornie dwóch antagonistycznych zjawisk, jakimi są religia i medium silnie kojarzące się z rozrywką[672]. Analizowany jest między innymi wpływ aktywnego uczestnictwa w grach na realne życie ludzkie w rzeczywistym świecie, kształtowanie się światopoglądu w zależności od tematyki i scenariusza gry a nawet od zastosowanych w niej

[670] M. Zając, *Ewangelizacja budzeniem zaufania do Słowa Bożego*, [w:] *Katecheza ewangelizacyjna*, red. P. Mąkosa, s. 175; Por. M. Oleszkiewicz-Peralba, *The Black Madonna in Latin America and Europe. Tradition and Transformation*, Albuquerque 2007, s. 165-166, A. Thombre, H. Siebert Kawakami, *The Evolving Genre of 'Our Lady of Guadalupe'. A Feminist Analysis*, „Texas Speech Communication Journal", http://www.ualr.edu/axthombre/pdffiles.htm/OurLady-TSCJ-revised.pdf [dostęp 13.09.2014].

[671] A. Testa, *Religion(s) in Videogames Historical and Anthropological Observations*, „Online – Heidelberg Journal of Religions on the Internet", 5, 2014, s. 249.

[672] L. L. Pereira, L. Roque, *Fátima Postmortem*, „Online – Heidelberg Journal of Religions on the Internet", 5, 2014, s. 302; Zob. także A. Testa, *Religion(s) in Videogames Historical and Anthropological Observations*, Online – Heidelberg Journal of Religions on the Internet", 5, 2014, s. 249; H. A. Campbell, G. P. Grieve, *Studying Religion in Digital Gaming...*, s. 53-54.

rozwiązań technicznych. Dodatkowo powstanie gier, w których rozgrywki toczone są online sprawiło, że medium to nabrało społecznego i globalnego charakteru. Współczesne gry inspirują do twórczych działań i budzą kreatywne myślenie graczy[673].

W żadnym z oficjalnych dokumentów Kościoła katolickiego nie jest poruszany temat gier komputerowych jako narzędzi służących do promowania jego nauki. Wzmianki dotyczące gier pojawiają się jedynie w kontekście uzależnienia ich użytkowników i problemu utraty poczucia rozróżnienia rzeczywistości wirtualnej od prawdziwego świata. Tematyka gier zyskuje jednak w ostatnich latach coraz większe zainteresowanie badaczy, jako że gry komputerowe są obecnie jedną z najbardziej interaktywnych form aktywności, jakie człowiek podejmuje w sieci. Ze względu na ogromną popularność stanowią integralną część kultury. Interaktywność i natychmiastowa dostępność w połączeniu z multimedialnością sprawiają, że gry jawią się jako bardziej atrakcyjne od realnej rzeczywistości, która nie jest ani tak interaktywna, ani tak dostępna jak wirtualna rzeczywistość gry. Gry komputerowe wpływają na kształtowanie postawy kulturowej, społecznej i religijnej gracza, odzwierciedlają relacje, jakie zachodzą pomiędzy religią a zabawą[674].

W wielu grach, jeśli pojawiają się wątki religijne, to przedstawiają one z reguły multireligijną, nie związaną z konkretnym wyznaniem hybrydę. Scenariusz jednej z najpopularniejszych gier końca XX w., *Doom*, obfituje w elementy symboliki masońskiej i satanistycznej[675]. Podobny przekaz niesie ze sobą wiele innych gier, które znajdują się obecnie w czołówce najpopularniejszych. Jednak jest to tylko fragmentaryczny wizerunek obecności wątków i symboli religijnych w grach. Badacze zwrócili uwagę, że wiele gier poprzez scenariusz i zastosowaną symbolikę odnosi się do konkretnej grupy wyznaniowej. W świetle tych obserwacji wysuwają oni tezę, że uczestnictwo w grach może stanowić specyficzne rozszerzenie

[673] K. Hanusz, *Wpływ gier komputerowych na tendencje do pomagania innym*, [w:] *Człowiek zalogowany. Od mowy nienawiści do integracji w sieci*, red. M. Wysocka-Pleczyk, B. Świeży, Kraków 2013, s. 93; Por. R. Bomba, *Współczesne gry komputerowe - pragnienie partycypacji*, „Episteme", 6, 2008, s. 23-24.

[674] K. Mudyń, *Technoświadomość. O zmieniającym się poczuciu realności i własnej tożsamości u użytkowników cyberprzestrzeni* [w:] *Człowiek wobec zmiany. Rozważania psychologiczne*, red. D. Jasiecka-Kubacka, Kraków 2001, s. 155; Zob. także P. Chorąży, *Negatywny wpływ gier komputerowych na rozwój dzieci i młodzieży*, http://www.szkolypto.pl/pdf/Wplyw_gier_komputerowych.pdf [dostęp 4.09.2014].

[675] Jeden z poziomów gry kończy się w kaplicy z umieszczonym w centralnej części ołtarzem, na którym umieszczone akcesoria sugerują, że ołtarz został przygotowany do odprawienia czarnej mszy.

praktyk religijnych a także kształtować pobożność graczy w rzeczywistym świecie. Osobnej analizie warto także poddać rolę gier w religijnej edukacji i rozwoju tożsamości religijnej[676].

Religijne gry nie powstały wraz z nastaniem ery internetu. Pierwsze komercyjne gry religijne powstały już w XIX w[677]. Znanych jest wiele tradycyjnych gier, rozgrywanych bez pośrednictwa komputera, nawiązujących do dogmatyki i nauki tradycyjnych religii. Przeznaczone są one dla użytkowników w różnych kategoriach wiekowych. Wiele z nich to klasyczne gry planszowe. Są to np. *Redemption: City of Bondage*, *Divinity* (gra, która uzyskała oficjalny kościelny *imprimatur*); *Journeys of Paul*, czy *Vatican: the board game*, gra, której uczestnicy wcielając się w role kardynałów rywalizują o objęcie papieskiego tronu. W dążeniu do celu rozwiązują problemy nie obce dostojnikom kościelnych instytucji, np. dotyczące badań nad komórkami macierzystymi. Gracze muszą także odpowiadać na pytania związane z tekstami teologicznymi, liturgią, procedurami beatyfikacyjnymi itp.[678] Fabuła wielu gier odzwierciedla ekonomiczną rzeczywistość Kościoła jako instytucji (np. *Catholicopoly*), inne pełnią rolę dodatkowego środka promowania nauki kościelnej. Wiele gier kształtuje wartości moralne i etyczne poprzez generowanie losowych sytuacji w fabule, wymagających dokonywania przez gracza wyborów.

Gry o tematyce katolickiej są jeszcze jednym sposobem na niesienie światu Ewangelii. Uczestnictwo w niektórych grach wymaga od gracza wiedzy biblijnej, znajomości historii życia Jezusa. Niektóre gry powstały głównie z powodów ekonomicznych, jako pomoc przy zbieraniu funduszy na potrzeby charytatywnej działalności kościelnej. Na planszy gry prezentowane są instytucje biorące udział w akcji, instrukcja gry zawiera wskazówki, w jaki sposób można wspomóc daną inicjatywę. Reasumując, gry o treści religijnej łączą w sobie wiele elementów funkcjonowania Kościoła ściśle powiązanych ze sobą. Etyka, wiedza biblijna, dogmatyka kościelna i praktyki religijne są przekazywane nie tylko jako oddzielne elementy, ale mogą być połączone w jednej i tej samej formie przekazu łączącej ich wzajemne powiązania[679].

[676] H. A. Campbell, G. P. Grieve, *Studying Religion in Digital Gaming...*, s. 61-62.

[677] Np. *Mansion of Happiness* (1843), *Bible of Characters* (1890), *Bible Authors* (1895).

[678] Opis scenariusza gry *Fátima Postmortem* zaczerpnięty został ze strony internetowej http://www.ship-of-fools.com/gadgets/toys_pets_games/ 179_2.html [dostęp 30.10.2014].

[679] N. Bado-Fralick, R. S. Norris, *Toying With God: The World Of Religious Games And Dolls*, Waco 2010, s. 84.

Jednym z przykładów komputerowej gry, która swoją fabułą nawiązuje do ważnych wydarzeń w historii Kościoła katolickiego jest *Fátima Postmortem*[680]. Ta nieskomplikowana graficznie gra komputerowa przedstawia objawienia Matki Bożej Fatimskiej w żartobliwy i niefrasobliwy sposób. Reprezentowany przez awatara gracz wciela się w rolę młodej pasterki, siostry Łucji. Gra rozpoczyna się na łące, po której w losowy sposób porusza się sześć owiec. Gracz przesuwając awatara wpływa na obrany przez nie kierunek ruchu, a jego zadaniem jest nie dopuścić, aby owce wyszły poza planszę. Co pewien czas objawia się Matka Boża, a gracz staje przed dylematem, czy ma wówczas oddawać cześć objawionej Maryi, zaniedbując przy tym owce, czy ignorować nadprzyrodzone zjawisko, sumiennie pełniąc rolę dobrego pasterza. Na facebookowym profilu twórców wkrótce po inauguracji gry pojawiły się komentarze krytykujące ją, jako ośmieszającą wiarę i tradycję katolicką[681].

Memy internetowe cieszą się popularnością już od co najmniej dekady, jednak dopiero stosunkowo niedawno stały się obiektem naukowych badań. Mem nie jest zjawiskiem nowym, jego początków należy szukać w czasach o wiele wcześniejszych niż wynalazek internetu. Mem to zazwyczaj zdjęcie podpisane prześmiewczym komentarzem nawiązującym do bieżącego, rozpoznawalnego wydarzenia medialnego. Samo zdjęcie lub komentarz nie spełniają roli ironicznego żartu, dopiero połączone ze sobą zyskują nowy kontekst, tworząc parodię zdarzenia, do którego nawiązują. Mem to „skarnawalizowana" forma komunikacji internetowej[682]. Memy internetowe kształtują sposób myślenia społeczeństwa na tematy rzeczywistości politycznej, społecznej i religijnej, tym samym zawierają w sobie elementy publicystyki. Ze względu na szybkość rozprzestrzeniania się są ważnym przekaźnikiem informacji, medium o dużej sile oddziaływania[683].

Wśród internetowych memów dużą grupę stanowią te w różny sposób nawiązujące do tematyki religijnej. Na *Facebooku* funkcjonują obecnie liczne profile, na których każdego dnia

[680] http://luislucaspereira.net/playfatima/ [dostęp 17.02.2014].

[681] L. L. Pereira, L. Roque, *Fátima Postmortem*, „Online – Heidelberg Journal of Religions on the Internet", 5, 2014, s. 301.

[682] M. Górka, *The Meme as an Example...*, s. 221-224.

[683] W. Bellar, H. A. Campbell, K. James Cho, A. Terry, R. Tsuria, A. Yadlin-Segal, J. Ziemer, *Reading Religion...*,http://jrmdc.com/wp-content/uploads/2013/12/Studying-Religious-Internet-Memes.pdf [dostęp 10.09.2014]; Zob. także L. Gąsowska, *Mem internetowy – między narzędziem a produktem publicystyki 2.0*, [w:] *Człowiek zalogowany. Różnorodność sieciowej rzeczywistości*, red. K. Tucholska, M. Wysocka-Pleczyk, Kraków 2014, s. 111-122.

umieszczanych jest tysiące memów katolickich. Wokół tych profili zawiązują się wspólnoty, których członkowie dzieląc się pozyskiwanymi memami manifestują swoją wiarę i propagują styl życia zgodny z nauką Kościoła.

Ilustracja 11. *Przykładowe memy o tematyce katolickiej*



Źródło: *https://www.facebook.com/KatolickieMemy*

Internet ma opinię medium wolnego, w którym każdy ma prawo publikować treści, nawet jeśli nie są one niezgodne z ogólnie uznanymi normami etycznymi i moralnymi. W regulaminie *Facebooka* i innych portali społecznościowych są podane zasady określające treści, których umieszczenie w profilu stanowi podstawę do jego zablokowania. Zgodnie ze szczegółowymi ustaleniami są to treści promujące cyberprzemoc, nienawiść, pornografię i takie, które powszechnie zostały przyjęte za etycznie sprzeczne z ogólnie przyjętymi zasadami[684]. W 2013 r. młody Peruwiańczyk Yhonatan Luque Reyes założył na *Facebooku* profil *Catholic Memes*. W krótkim czasie ponad 115 tysięcy internautów wyraziło swoją aprobatę dla twórcy inicjatywy polubieniem profilu. Po kilku miesiącach funkcjonowania popularny profil został zablokowany w wyniku skarg antychrześcijańskiej grupy kilku użytkowników, którzy wysunęli przeciwko Peruwiańczykowi zarzut szerzenia nienawiści religijnej. W odpowiedzi na zablokowanie profilu Yhonatan założył kanał na *Twitterze*[685], gdzie podjął kontynuację idei dzielenia się katolickimi memami[686].

Pomimo niekorzystnego wpływu, jaki kultura poularna może wywierać na ludzi, w ciągu ostatnich lat jej postrzeganie ulega zmianie. Już dziś kulturoznawcy uznali, że nie należy traktować jej tylko jako zjawiska, które zagraża „tej lepszej" i bardziej wartościowej kulturze,

[684] https://www.facebook.com/communitystandards [dostęp 9.09.2014].

[685] https://twitter.com/MemesCatolicos [dostęp 9.09.2014].

[686] Zob. więcej http://www.elobservadorenlinea.com/web/content/view/4131/1/ [dostęp 9.09.2014]; https://www.aciprensa.com/noticias/vaticano-recoge-denuncia-sobre-eliminacion-de-memes-catolicos-en-facebook-62353/ [dostęp 9.09.2014].

lecz także jako przejaw ekspresji i ideologii towarzyszącej ludziom w ich codziennym życiu[687]. Kościół zmierza do uatrakcyjnienia swej oferty i w tym celu coraz częściej komercjalizuje przekaz, wykorzystując środki stosowane przez kulturę popularną[688].

Jednym z ważnych elementów wpływających na odbiór treści jest język, w jakim zostały one sformułowane. Język jest ważnym przekaźnikiem informacji i emocji w życiu religijnym[689]. Szczególnie istotną rolę pełni dobór odpowiednich środków stylistycznych. O ile w czasie rzeczywistym, np. w wygłaszanym kazaniu w czasie Mszy Świętej w celu wpłynięcia na emocje odbiorcy dopuszczalne jest stosowanie środków wzmagających patos i hieratyczność, w tekstach publikowanych na stronach internetowych powinno się je stosować z dużą ostrożnością. Współcześni ludzie, żyjący w świecie wszechobecnej reklamy, są bardzo wyczuleni na próby manipulacji a nadmiar użycia środków ekspresji może razić i zniechęcać. Użytkownika witryny internetowej powinna przekonywać treść przekazu nie wspomagana dodatkowymi środkami wpływającymi na jego emocje[690]. Prezentacja religijnych treści w internecie nieuchronnie prowadzi do powolnego unifikowania się języka mediów i języka religijnego, wynikająca z dostosowania sposobu wypowiedzi do specyfiki cyfrowego medium. Określenia i nazewnictwo stosowane na internetowych stronach często wykazują podobieństwa do języka stosowanego w kulturze popularnej. Na jednym z portali katolickich zachęta do dokonywania wpłat wspomagających działanie telewizji internetowej została sformułowana: *Opróżnij konto dla Boskiej;-) Pozbądź się mamony*![691] Szczególnie niefortunnie na odbiór przekazu wpływa mieszanie takich sformułowań z wyrażeniami charakterystycznymi dla języka religijnego mówionego, posługującego się utartą frazeologią w postaci związków takich, jak np.: *zamysł Boży*, *powołanie do czynienia dobra*, itp.[692] Twórcy katolickich witryn powinni przemawiać zrozumiałym dla odbiorców językiem, zachowując przy tym powagę wielowiekowej instytucji

[687] L. S. Clark, *Overview: the „protestantization" of research into media, religion, and culture*, [w:] *Practicing religion in the age of the media. Explorations in Media, Religion, and Culture*, red. S. M. Hoover, L. S. Clark, New York 2002, s. 14.

[688] P. Siuda, *Religia a internet...*, s. 197.

[689] I. Bajerowa, *Rola języka we współczesnym polskim życiu religijnym*, [w:] *O języku religijnym: Zagadnienia wybrane*, red. M. Karpluk, J. Sambor. Lublin 1988, s. 9-12.

[690] Tamże, s. 19.

[691] http://boskatv.pl/ [dostęp 23.11.2013].

[692] R. Bizior, *Komunikowanie treści religijnych w internecie w kontekście przemian języka religijnego*, [w:] *Oblicza internetu*, red. M. Sokołowski, Elbląg 2004, s. 148-149.

Kościoła. Ważne jest bowiem, by media określane jako katolickie nie kojarzyły się z czymś zacofanym i po prostu nudnym[693]. Wierny, uczestniczący w Mszy Świętej, znudzony treścią kazania, pozostanie do zakończenia mszy przez wzgląd na powagę miejsca i szacunek dla dokonującego się misterium. Internauta, jeśli uzna odwiedzaną stronę za nudną, jednym kliknięciem opuści ją.

* * *

Pytanie, jak ewangelizować przez media, jest coraz częściej podnoszone na sympozjach i w debatach, w których uczestniczą duchowni i świeccy naukowcy. Coraz mocniej podkreślana jest konieczność uczestniczenia w tym dziele mediów świeckich. Katolickie media mają bowiem często charakter modlitewno-medytacyjny i jako takie trafiają głównie do tych ludzi, którzy i tak są już blisko Kościoła, których tak naprawdę nie trzeba ewangelizować a jedynie podtrzymywać i ugruntowywać ich głęboką wiarę. Słabością tych mediów jest to, że nie docierają do najbardziej potrzebujących ewangelizacji. Ewangelizowanie poprzez media świeckie jest sposobem na dotarcie do milionów ludzi, którzy nie żyją wiarą na co dzień. Aby jednak do nich trafić, Kościół powinien przemawiać w dwojaki sposób: językiem dogmatów, przy jednoczesnym umiejętnym stosowaniu języka mediów. Główną rolę w dziele ewangelizacji przez media świeckie mają do odegrania nie księża i katecheci, ale osoby świeckie, które mają odwagę mówić w przestrzeni publicznej o swojej wierze i doświadczeniu Boga. Internet, jako medium, w którym łatwo jest przyjąć rolę nadawcy jest narzędziem, które powinno zostać w tym względzie maksymalnie wykorzystane. Przemawiając językiem prostym, jasnym i sugestywnym, z pomocą obrazu i dźwięku, można w zasadniczy sposób wpływać na sposób myślenia i postępowania odbiorców przekazu[694].

[693] B. Secler, *Dwie dekady katolickich środków społecznego przekazu w Polsce (1989-2009)* [w:] *Media dawne i współczesne* t.V, red. B. Kosmanowa, Poznań 2010, s. 86.

[694] Z wypowiedzi o. prof. W. Kaweckiego umieszczonej w: M. Chmielewski, *Ewangelizacja w globalnym świecie mediów* (dyskusja panelowa), „Biuletyn Edukacji Medialnej", 1, 2013, s. 92-93.

Rozdział 4. Kult Matki Bożej z Guadalupe

W Ameryce Łacińskiej żyje ponad 425 milionów katolików, co stanowi prawie 40% ogółu ludności katolickiej na świecie. Z tego regionu pochodzi papież Franciszek, pierwszy w historii świata Latynos zasiadający na Stolicy Piotrowej. Wśród krajów Ameryki Łacińskiej Meksyk zajmuje drugą pozycję pod względem liczby katolików w stosunku do całkowitej liczby ludności. Obecnie stanowią oni 84% wszystkich mieszkańców kraju[695]. Wyznacznikiem pobożności Meksykanów jest kult Matki Bożej z Guadalupe, który w ciągu ostatnich wieków rozprzestrzenił się niemal na cały świat.

Madonna z Guadalupe jest jednym z najbardziej cenionych przedstawień Matki Bożej w tradycji nie tylko meksykańskiej. Zaakceptowały je narody zamieszkujące kraje obu Ameryk, oraz znacznej części Azji Południowo-Wschodniej. W 1935 r. papież Pius XI ogłosił meksykańską Madonnę patronką Filipin a w 1946 r. Pius XII nadał jej tytuł patronki Ameryki[696].

Początków kultu Matki Bożej należy szukać w pierwszych wiekach chrześcijaństwa. Publiczne oddawanie jej czci zaczęło się rozwijać jednak wiele lat później, bo dopiero w 431 r. po zakończeniu III Soboru Powszechnego w Efezie. Przyjęto na nim dogmat, że Najświętsza Maryja Panna jest Bożą Rodzicielką. Od tego też czasu Matkę Bożą ustanawiano patronką wielu nowobudowanych świątyń. Wystarczy wspomnieć, że wiele gotyckich katedr nosi wezwanie Najświętszej Maryi Panny. W Polsce przełomowym momentem, który zadecydował o powszechności kultu Matki Bożej stało się podarowanie w 1382 r. przez księcia opolskiego Władysława ikony Czarnej Madonny ojcom paulinom w Częstochowie na Jasnej Górze.

[695] Pew Research Center**,** *Religion in Latin America. Widespread Change in a Historically Catholic Region***,** http://www.pewforum.org/2014/11/13/religion-in-latin-america/ [dostęp 16.11.2014]. Większość katolików zamieszkuje kraje latynoamerykańskie. Obecnie systematycznie rośnie liczba katolików w Ameryce Łacińskiej w stosunku do ogółu wszystkich katolików na świecie. Gdy w 1910 r. Latynoamerykanie stanowili 24% ogółu katolików to w 2010 r. już 39%, http://www.pewforum.org/2013/02/13/the-global-catholic-population/ [dostęp 12.01.2015].

[696] S. Castañeda-Liles, *Our Lady of Guadalupe* [w:] *Encyclopedia of Global Religion*, red. M. Juergensmeyer, W. C. Roof, Thousand Oaks 2012, s. 962-963.

W krótkim czasie miejsce to stało się celem pielgrzymek Polaków a także mieszkańców sąsiednich krajów, głównie z Czech i Niemiec[697].

Na Litwie podobną co jasnogórski obraz czcią otaczano cudowny wizerunek Matki Bożej Ostrobramskiej w Wilnie. W okresie staropolskim wielką popularnością cieszyły się peregrynacje do położonego w środkowej Italii Loreto. W XVII w. kult Matki Bożej Loretańskiej był tak powszechny, że w kilku miejscach w Polsce wybudowano kopie Domku Nazaretańskiego z umieszczoną w środku figurką Maryi. Wierni, którzy z różnych przyczyn nie mogli osobiście podjąć podróży do włoskiego sanktuarium, pielgrzymowali właśnie do tych miejsc. Kilka stuleci później podobną funkcję odgrywały budowane przy kościołach i klasztorach groty Massabielle z francuskiego Lourdes. Kult Matki Bożej z Lourdes zaczął upowszechniać się w Europie już kilka lat po dokonanych tam objawieniach[698]. Do Polski w 1866 r. przywieziona została z Lourdes figura tamtejszej Madonny, którą ustawiono w kościele księży misjonarzy w Krakowie. W ciągu krótkiego czasu podobne wizerunki trafiły do innych świątyń, a obecnie jej wizerunek można znaleźć w większości polskich kościołów. W okresie dwudziestolecia międzywojennego zaczął się rozprzestrzeniać w Polsce również kult Matki Bożej Fatimskiej.

4.1 Pobożność maryjna a tożsamość etniczna

Jednym z kluczowych obszarów zainteresowań Emila Durheima była rola rytuałów w budowaniu wspólnej tożsamości społecznej i indywidualnej. Na podstawie przeprowadzonych badań wysunął on wnioski, że obrzędy i rytuały w ogromnym stopniu wiążą ze sobą ludzi, którzy w nich uczestniczą, wytwarzając pomiędzy nimi silną więź emocjonalną. Rytuały spełniają zatem rolę budowania wspólnej tożsamości społecznej. Ponieważ jedną z istotnych funkcji religii jest budowanie wspólnot, można zatem uznać, że religia jest mocno związana z tożsamością, definiuje, kim naprawdę są jej wyznawcy[699].

[697] D. Mączka, *Turystyka kulturowa śladami sanktuariów maryjnych na Mazowszu*, [w:] *Turystyka religijna. Atrakcje turystyki religijnej*, „Zeszyty Naukowe. Uniwersytet Szczeciński", 648, 2011, s. 227.

[698] Więcej na temat rozwoju kultu Matki Bożej z Lourdes: J. Eade, *Pilgrimage, the Assumptionists and Catholic Evangelisation in a Changing Europe. Lourdes and Plovdiv*, „Cargo", 10/1-2, 2012, s. 29-33.

[699] A. L. Greil, L. Davidman, *Religion and Identity*, [w:] *The SAGE Handbook of the Sociology of Religion*, red. J. A. Beckford, N. J. Demerath, London 2007, s. 259.

Choć nie zawsze widoczna w pierwszej chwili, istnieje silna korelacja pomiędzy maryjną pobożnością a narodowością wiernych. W ciągu setek lat wiele grup etnicznych i narodowościowych przyjęło Maryję za swoją patronkę. Dzisiaj dla wnikliwego badacza wezwanie Matki Bożej czczonej przez mieszkańców danego zakątka świata może być ważną wskazówką przy określeniu ich tożsamości i pochodzenia[700]. Wśród meksykańskiej diaspory króluje Matka Boża z Guadalupe, wiernych modlących się do Madonny z Loreto można zidentyfikować jako włoskich imigrantów a w miejscach zasiedlonych przez kubańskich imigrantów szczególną czcią darzona jest *la Virgen de la Caridad del Cobre*[701].

Podobnie jak wiele jest przedstawień Matki Bożej, z każdym z nich związane są specyficzne wezwania. I tak Meksykanie swoją Madonnę oficjalnie noszącą imię *la Nuestra Señora de Guadalupe* nazywają czule *la Virgencita, la Morenita, Madrecita*[702]. Modlą się też do niej wzywając ją imieniem *Guadalupe-Tonantzin*, które nawiązuje bezpośrednio do synkretycznej natury meksykańskiego katolicyzmu[703].

Bogactwo odniesień do Matki Bożej i związanie jej kultu ze specyfiką swojego narodu spotykane jest nie tylko w meksykańskim społeczeństwie. Wymownym przykładem jest choćby XIII-wieczna polska pieśń maryjna *Bogurodzica*. Choć dla katolików z innych krajów wydaje się ona uniwersalną modlitwą wiernych do Bożej Rodzicielki, jest przecież jednak modlitwą mocno osadzoną w politycznych realiach polskiego narodu szukającego wstawiennictwa Maryi[704].

Paweł VI w adhortacji apostolskiej *Marialis Cultus* z 1974 r. odnoszącej się do kultu maryjnego w następujący sposób wypowiadał się na temat różnorodności form nabożeństw maryjnych: [...] *jak z pewnością wszystkim wiadomo, pobożność chrześcijan i cześć dla Bożej Rodzicielki rozmaite przybrała formy w zależności od różnych okoliczności czasów i miejsc,*

[700] D. Llywelyn, *Toward a Catholic theology ...*, s. 225.

[701] Por. R. A. Orsi, *Between Heaven and Earth. The Religious Worlds People Make and the Scholars Who Study Them*, Princetown 2007, s. 66.

[702] Dołączenie przez Meksykanów do imienia, nazwy lub dowolnego innego słowa końcówki -ita, -ito jest zdrobnieniem wskazującym na żywienie ciepłych, pozytywnych uczuć w stosunku do w ten sposób określanego obiektu (osoby, rzeczy itp) . M. Gannon, R. Pillai, *Understanding Global Cultures. Metaphorical Journeys Through 29 Nations, Clusters of Nations, Continents, and Diversity*, London 2010, s. 402.

[703] R. A. Orsi, *Between Heaven and Earth...*, s. 72.

[704] Por. D. Llywelyn, *Toward a Catholic theology...*, s. 235-236.

odmiennej mentalności ludzi i tradycji kulturalnej[705], a więc wytworzone przez nie różnorodne formy religijne, wynikające z historii i tradycji narodu. Jan Paweł II w podobnym tonie sformułował myśl zawartą w encyklice *Redemptoris Mater*: *duchowość maryjna, jak i odpowiadająca jej pobożność, znajdują przebogate źródła w historycznym doświadczeniu osób i wspólnot chrześcijańskich żyjących pośród różnych ludów i narodów na całym globie*[706].

Kult maryjny jest jednym z tych obszarów katolickiej wiary, który przez wiernych został zinterpretowany w najbardziej bogaty sposób. Maryja z Nazaretu, teologicznie będąca jedną osobą, dla wiernych nie jest jedynie i wyłącznie Matką Boga i Królową Niebios. W różnorodny sposób czczona jest w poszczególnych regionach świata, lokalnych społecznościach a nawet różnie przyjmowana jest w indywidualnych, pobożnych wyobrażeniach wiernych. Świadczą o tym tytuły nadawane Maryi, od patronki kontynentów, państw, miast a nawet wojskowych regimentów, do opiekunki poszczególnych grup społecznych. Jej tytuły dostosowane są do aktualnych potrzeb i kontekstów kulturowych jej wyznawców. Jak zauważa w swoich pracach Linda Hall, Dziewica Maryja często traktowana jest także jako *budowniczy mostów wiodących do innych tradycji, innych kultur i innych religii*[707].

Szczególną cechą pobożności maryjnej jest to, że można ją traktować także jako osobne zjawisko kulturowe i ludowe. Nie jest jednak prawdą, że istnieją dwa odrębne światy pobożności maryjnej: tej oficjalnej i popularnej. Nie da się zachować ścisłego rozróżnienia pomiędzy oficjalnym nauczaniem Kościoła a pobożnością ludową[708]. Z tego jednak rozróżnienia wynika wiele nieporozumień, które nie tylko utrudniają, ale często uniemożliwiają porozumienie pomiędzy katolikami żyjącymi w odmiennych kręgach kulturowych.

Objawienia maryjne w Guadalupe były pierwszymi uznanymi przez Kościół katolicki, ale przez długi czas wiedza na ich temat w Polsce była niewielka. Sytuacja ta zaczęła się zmieniać

---

[705] Paweł VI, Adhortacja apostolska *Marialis Cultus - O należytym kształtowaniu i rozwijaniu kultu Najświętszej Maryi Panny*, [w:] *Adhortacja Apostolska Marialis Cultus Papieża Pawła VI o należytym kształtowaniu i rozwijaniu kultu Najświętszej Maryi Panny,* Kraków 1987, s. 19.

[706] Jan Paweł II, Encyklika *Redemptoris Mater - O błogosławionej Maryi Dziewicy w życiu pielgrzymującego Kościoła*, [w:] *Encykliki Ojca Świętego Jana Pawła II*, opr. W. Życiński, Kraków 1996, s. 423-424.

[707] L. Hall, *Mary, Mother and Warrior...*, s. 12-13; D. Llywelyn, *Toward a Catholic theology...*, s. 237. O tradycji oddawania się pod opiekę świętych przez meksykańskie wsie, dzielnice, instytucje i różne grupy zawodowe czyt. także w T. Rugeley, *Of Wonders and Wise Men, Religion and Popular Cultures in Southeast Mexico 1800-1876*, Austin 2001, s. 113; J. Lafaye, *Quetzalcóatl and Guadalupe...*, s. 300.

[708] D. Llywelyn, *Toward a Catholic theology...*, s. 238.

wraz z nastaniem pontyfikatu Jana Pawła II. Dla wielu Polaków zaskoczeniem było to, iż wybrał on Meksyk jako pierwszy kraj swojej zagranicznej podróży. Wieść o planowanej pierwszej podróży Apostolskiej papieża Polaka sprawiła, że dopiero wówczas sięgnięto do różnych źródeł, aby zdobyć lub pogłębić informacje o meksykańskiej Madonnie.

Przemiany ustrojowe zapoczątkowane w 1989 r. otworzyły możliwość zagranicznych podróży Polaków, w tym do sanktuariów maryjnych. Do najpopularniejszych destynacji należały z początku sanktuaria maryjne we Francji i Włoszech oraz portugalska Fatima. Wyprawy do Guadalupe, ze względu na odległość i koszty podróży, przez długi czas pozostawały poza zasięgiem polskich pielgrzymów. Jednak w ostatnich latach dzięki obniżeniu kosztów podróży coraz większa liczba Polaków podejmuje wyprawę do meksykańskiego sanktuarium.

Polska i Meksyk to dwa kraje w których występuje bardzo ścisły związek pomiędzy pobożnością maryjną i narodową. Prześledzenie historii obu narodów ukazuje w wyrazisty sposób, jak kult Maryi jest bardzo mocno związany z tożsamością etniczną i był siłą napędową przemian kulturowych i politycznych. Kult Matki Bożej z Guadalupe wykazuje pod wieloma względami duże podobieństwo do kultu polskiej Czarnej Madonny. Kulturowe podobieństwa odnoszą się także do zwyczajów dewocyjnych obydwu narodów. Jasnogórska Madonna to ważny religijny i narodowy symbol. Co najmniej od czasów potopu szwedzkiego Polacy postrzegają swoją Czarną Madonnę jako niebiańską wspomożycielkę i Królową Polski. Podobny stosunek do swojej ciemnej, metyskiej Maryi mają Meksykanie. Matka Boża z Guadalupe zajmowała czołową pozycję na sztandarach bojowników o wolność i niepodległość. W kraju potomków Azteków i Majów jej wizerunek zdominował domowe ołtarze, niezliczone kaplice i kapliczki. Wierni postrzegają ją głównie jako repozytorium siły i odwagi, poplecznicz kę wspomagającą i broniącą swój lud w walkach o wolność i sprawiedliwość społeczną[709]. W obydwu krajach istnieje silna korelacja religijności maryjnej z patriotyzmem. Zarówno polski, jak i meksykański Kościół przez długi okres czasu były prześladowane, wierni pozostawali jednak niezmiennie w łączności ze swoimi biskupami. Katolicyzm w obydwu krajach jest wyrazem niezatartych więzi między wiarą i kulturą, między narodową tożsamością i wiarą[710].

[709] M. Oleszkiewicz-Peralba, *The Black Madonna...*, s. 49-50; Zob. także N. Farriss, *Introductory Essay...*, s. 17.

[710] Por. D. Llywelyn, *Toward a Catholic theology ...*, s. 260.

Bazylika Matki Bożej z Guadalupe jest najliczniej odwiedzanym na świecie sanktuarium maryjnym. Jest również jednym z pierwszych ośrodków pielgrzymkowych, które powstały w Nowym Świecie. Pierwszym amerykańskim sanktuarium było Santo Cerro (obecnie w Republice Dominikany) – miejsce, w którym Krzysztof Kolumb ustawił krzyż, jako wotum wdzięczności Bogu za zwycięstwo nad Indianami w 1495 r. Sanktuarium Matki Bożej z Guadalupe zaczęło się rozwijać zaledwie 36 lat później[711].

Dzieje chrystianizacji Meksyku sięgają swoimi początkami roku 1524[712]. Wówczas to na podbite przez hiszpańskich konkwistadorów ziemie przybyli pierwsi misjonarze. Nową religię przyjmowało początkowo niewielu Indian, ochrzczeni Aztekowie stanowili bardzo małą i nie liczącą się grupę. Sytuacja ta uległa radykalnej zmianie w 1531 r. U stóp wzgórza Tepeyac, na obszarze obecnie przynależącym do północnej części stolicy Meksyku, miały miejsce pierwsze uznane przez Kościół katolicki objawienia maryjne. Według tradycji Matka Boża ukazała się czterokrotnie w dniach 9-12 grudnia 1531 r. ubogiemu Indianinowi Juanowi Diego[713], niedługo po przyjęciu przez niego katolickiej wiary. Przesłaniem Maryi była prośba o budowę świątyni w miejscu jej pojawienia się. Juan Diego na prośbę objawionej Maryi udał się do pałacu biskupa Nowej Hiszpanii Juana de Zumárragi, ale ten nie uwierzył w opowiadaną przez niego historię. Zażądał on znaku, który potwierdziłby prawdziwość słów Indianina. Według tradycji Maryja jeszcze trzykrotnie objawiała się Juanowi Diego. Podczas ostatniego objawienia, które miało miejsce 12 grudnia, miała ona złożyć w jego płaszczu duży pęk róż. Gdy wkrótce potem Juan Diego ponownie udał się do domu biskupa, w rozchylonych połach jego płaszcza pojawił się cudowny wizerunek Maryi[714]. Obraz ten zaliczony został do tzw. *acheiropoietos* – pojęcia wywodzącego się od greckich słów: *a-cheiro-poietos* (nie ręką ludzką uczyniony)

[711] N. Ross Crumrine, A. Morinis, *Pilgrimage in Latin America*, New York 1991, s. 28.

[712] V. Elizondo, *The Virgin of Guadalupe as Cultural Icon*, [w:] *Quoting God. How Media Shape Ideas about Religion and Culture*, red. C. H. Badaracco, Waco 2005, s. 202.

[713] Więcej na temat św. Juana Diego: E. Chávez Sánchez, *Drugi Całun. Matka Boża z Gwadelupy – wyzwanie dla nauki, historii i wiary*, tłum. A. Fijałkowska-Żydok, s. 221-244; M. Lundberg, *Unification and conflict. The Church Politics of Alonso de Montúfar OP, Archbishop of Mexico*, 1554-1572, Lund 2002, s. 198-199.

[714] A. Tornielli, S. Gaeta, *AD 2012. Czy nadchodzi koniec świata?,* tłum. A. Ferens-Kręciszewska, Kraków 2012, s. 47.

i oznaczającego, że dzieło nie jest autorstwa człowieka lecz samego Boga[715]. Obraz ten przechowywany jest do dzisiaj w centralnym miejscu meksykańskiego sanktuarium[716].

Zaledwie dwa tygodnie od czasu ostatniego objawienia cudowny wizerunek przeniesiono do wzniesionej naprędce kaplicy w miejscu, gdzie się ono dokonało. Uroczystościom inauguracyjnym przewodniczył biskup Juan de Zumárraga. Na jego polecenie Juan Diego zamieszkał w pustelni na wzgórzu, tuż obok kaplicy. Wieści o cudownych wydarzeniach w szybkim tempie rozprzestrzeniły się wśród miejscowej ludności, która masowo zaczęła pielgrzymować do miejsca objawień. W ciągu kolejnych miesięcy i lat tysięczne rzesze Indian przyjęły wiarę chrześcijańską. Była to według zgodnej opinii badaczy największa w dziejach chrześcijaństwa masowa ewangelizacja. Objawienia u stóp wzgórza Tepeyac stały się kluczowym momentem w dziejach ziem latynoamerykańskich.

Ewangelizacja, która dokonała się za przyczyną objawień w Guadalupe odniosła ogromny sukces głównie z powodu prostoty formy jaką przyjęła. Meksykańskie objawienia i towarzyszące im zdarzenia doskonale wkomponowały się w tożsamość kulturową tamtejszej społeczności. Osoba Maryi była bliska zarówno kolonizatorom jak i ludności autochtonicznej. Hiszpanie w Madonnie z Guadalupe odnaleźli odniesienia do Maryi czczonej w ich ojczystym kraju. Indianie brzmienie imienia w rdzennym języku nahuatl *Te Coatlaxopeuh,* co w dosłownym tłumaczeniu oznacza *ta, która depta głowę węża* zinterpretowali jako nadejście mitycznej bogini, która stoi ponad wszystkimi bożkami. Stała się ona uosobieniem wszelkiego dobra, która zwraca się z miłością i szacunkiem do wszystkich. Objawienia w Guadalupe obaliły ich wcześniejsze postrzeganie świata, przewartościowały wiele pojęć o życiu i wspólnocie społecznej. Przesłanie Maryi było jasne i proste, bogate w znaki i symbole, których interpretacja była zrozumiała dla prostych Indian[717].

---

[715] Na temat acheiropoietos i ich ewangelizacyjnego znaczenia zob. więcej W. Kawecki, *Zobaczyć wiarę...*, s. 272-275. Jak twierdzi David Freedberg, wizerunki *nie wykonane ludzką ręką* czynią cuda ze względu na swoje cudowne pochodzenie, albo też przypisywanie im cudownego pochodzenia jest dogodnym sposobem tłumaczenia ich skuteczności oddziaływania na wiernych. D. Freedberg, *Potęga wizerunków...*, s. 111.

[716] E. Chávez Sánchez, *Drugi Całun...*, s. 113-191; D. A. Foley, *Marian Apparitions, the Bible, and the Modern World*, Eastbourne 2002; Informacje o acheiropitach zob. także M. van de Port, *(Not) Made by the human hand: media consciousness and immediacy in the cultural production of the real*, „Social Anthropology", 19, 2011, s. 74; A. Zawadzki, *Acheiropoietes – mimesis doskonała?*, „Przestrzenie Teorii", 21, 2014, s. 211.

[717] J. McCurry, *Presidential Address: Our Lady of Guadalupe: Evangelizer of the Americas*, „*Marian Studies",* 43, 1992, s. 13-15; Zob. J. Piotrowski, *Maryjne drogi. Ewangelizacji Ameryki Łacińskiej,* [w:] *Ecclesia in*

Podnosząc znaczenie kultu Matki Bożej z Guadalupe należy mieć świadomość, że związana z nim pobożność odegrała olbrzymią rolę w kształtowaniu się tożsamości kulturowej Meksyku. Zdaniem wielu badaczy fenomen kultu Matki Bożej z Guadalupe jest kluczem do zrozumienia chrześcijaństwa Nowego Świata i świadomości Meksykanów i Amerykanów meksykańskiego pochodzenia osiadłych w Stanach Zjednoczonych[718].

Pomimo prowadzonej w przeszłości antyklerykalnej polityki władz dążących do całkowitego rozdziału Kościoła od państwa, Meksyk do dzisiaj pozostaje jednym z najbardziej katolickich krajów świata[719]. Religijność Meksykanów jest jednak specyficzna i jedyna w swoim rodzaju, bo wyrosła na podwalinach dawnych pogańskich wierzeń. Niewiele jest miejsc na świecie, gdzie synkretyzm religijny przyjął tak barwną postać. Praktyki typowo chrześcijańskie współistnieją z tradycjami prekolumbijskimi, żarliwe modlitwy z rytualnym indiańskim tańcem. W dużej mierze religijność potomków Indian przesycona jest dawnymi obrzędami i wierzeniami przeniesionymi na grunt wiary chrześcijańskiej i zdominowana przez pozaliturgiczne formy pobożności, które rozwinęły się równolegle do oficjalnego kultu[720].

Te spontaniczne formy pobożności, uwarunkowane językiem, tradycją, historią i kulturą określane jako pobożność ludowa stanowią, obok kultu liturgicznego i uznanych i zorganizowanych przez Kościół nabożeństw maryjnych, jedną z trzech zasadniczych kategorii kultu maryjnego[721]. Jedną z popularnych praktyk meksykańskiej pobożności ludowej jest

---

America. Wybrane problemy Kościoła w Ameryce Południowej w świetle posynodalnej adhortacji Jana Pawła II, red. J. Różański, Warszawa 2003, s. 111.

[718] V. Elizondo, *The Virgin of Guadalupe...*, s. 201-202.

[719] Carlos Fuentes, jeden z najbardziej znanych meksykańskich pisarzy, laureat nagrody Cervantesa w jednej ze swoich książek w trafny sposób określił religijność Meksykanów słowami: *[...] w Ameryce Łacińskiej nawet ateiści są katolikami*. C. Fuentes, *Lata z Laurą Días*, tłum. E. Komarnicka, Warszawa 2001, s. 32, 270.

[720] Specyficzna pobożność Meksykanów ma swoje korzenie w historii chrystianizacji tego kraju. Jednym z kluczowych czynników określającym charakter religii w następnych stuleciach po kolonizacji była koncentracja Kościoła jedynie w wybranych regionach: w centralnej części kraju i na zachodzie, z czym wiązał się brak opieki duszpasterskiej w innych jego częściach. W wyniku tego religijność skupiała się głównie na rytuałach a nie na doktrynie. Dzisiaj meksykańską religijność można określić jako religię ludową, która posiada swoją odrębną specyfikę. R. J. Blancarte, *Mexico: A Mirror for the Sociology of Religion*, [w:] *The SAGE Handbook of the Sociology of Religion*, red. J. A. Beckford, N. J. Demerath, London 2007, s. 712.

[721] J. Sroka, *Liturgiczny kult Bogurodzicy...*, s. 58; Zob. także W. Prusowski, *Najbardziej charakterystyczne cechy polskiej religijności – analiza pastoralna*, „Warszawskie Studia Pastoralne", 7, 2008, s. 189-191; A. Zavaleta, *Folk Religion*, [w:] *Encyclopedia of Latino Culture: From Calaveras to Quinceañeras*, red. C. M. Tatum, 2013,

bezpośredni fizyczny kontakt z figurami i świętymi obrazami. Wierni składają pocałunki na figurach, pocierają dłonią lub skrawkiem materiału obrazy. Częstą praktyką jest także pocieranie świętego obrazu banknotem, co ma przyczynić się do poprawy finansowej sytuacji wiernego[722].

Osią pobożności Meksykanów od niemal pięciu wieków pozostaje kult Matki Bożej z Guadalupe. Jej wizerunek zajmuje w Meksyku niekwestionowane, najważniejsze miejsce wśród kopii jakichkolwiek świętych obrazów. Meksykanie zwykli mawiać, że ich kraj jest w 90% katolicki, ale w 105% „guadalupiański"[723]. Wizerunek Maryi z Guadalupe jest najczęściej spotykanym obrazem w przestrzeni publicznej Meksyku. Zdobi on frontony domów i ich wnętrza, taksówki i autobusy, jej obraz króluje na wystawach sklepowych i w restauracjach[724].

---

s. 1104; Więcej o związku kultu Matki Bożej z Guadalupe z wierzeniami Azteków zob. także J. Bordas, *The Power of Latino Leadership...*, s. 30-31.

[722] J. Rodriguez, *Religious Leadership in the Latino/Latina Community. Leadership as Service*, [w:] *Religious Leadership. A Reference Handbook*, red. S. Henderson Callahan, London 2013, s. 93.

[723] Meksyk jest drugim po Brazylii krajem na świecie, w którym katolicy stanowią najwyższy odsetek ludności. Jednak statystyki od kilku dekad rejestrujące cyklicznie przynależność wyznaniową wskazują niepokojące dla Kościoła katolickiego tendencje. Chociaż w Meksyku wciąż dominuje katolicyzm, to zadeklarowana liczba katolików stanowiąca 96,2% ogółu ludności w 1970 r. spadła do 88,9% w 2000 r. (w 1980 r. katolicy stanowili 92,6%, oraz 89,7% w 1990 r.). W ciągu 30 lat spadek w punktach procentowych wyniósł 7,3%, co w przeliczeniu na liczbę ludności oznacza około 7 milionów osób. Jednak największy spadek liczby katolików w Meksyku miał miejsce już w nowym tysiącleciu. W 2010 r. katolicy stanowili już tylko 82,8%. , natomiast liczba protestantów z 5,8% w 2000 r. wzrosła do 7,9%. *Panorama de las religiones en México 2010, Estados Unidos Mexicanos*, s. 3. http://www.prolades.com/cra/regions/nam/mexico/panorama_religiones_mexico_2010.pdf [dostęp 18.08.2013]; Przyczyn odpływu wiernych z Kościoła katolickiego i konwersji na protestantyzm w krajach latynoamerykańskich można upatrywać w ekspansji mediów. Jesús Martín-Barbero uznaje, że kościoły protestanckie przekształciły radio i telewizję w nowy, podstawowy środek komunikacji z wiernymi, oferując im nowy wymiar religijnego kontaktu. J. Martín-Barbero , *Mass Media as a Site of Resacralization of Contemporary Cultures*, [w:] *Rethinking Media, Religion, and Culture*, red. S. M. Hoover, K. Lundby, London 1997, s. 106-108.

[724] Oddawanie czci świętym obrazom i figurom posiada w Meksyku wielowiekową tradycję, sięgając czasów konkwisty. Każdy region w Meksyku posiada swoją „własną" figurę Dziewicy Maryi, Chrystusa lub Dzieciątka Jezus, czczoną w wyjątkowy sposób. El Señor de Villaseca i El Señor de la Conquista obejmują opieką stan Guanajuato, El Señor del Saucito czczony jest w stanie San Luis Potosi. El Niño de Atocha jest patronem stanu Zacatecan. Szczególnie bogaty w wizerunki tego typu jest stan Jalisco: tu króluje *La Virgen de Zapopan*, *La Virgen de Talpa*, *La Virgen de San Juan de Los Lagos* i *El Señor de la Misericordia*. Najbardziej jednak popularnym i czczonym na terenie całego kraju jest wizerunek Matki Bożej z Guadalupe. J. Durand, D.S. Massey, *Miracles on the Border. Retablos of Mexican Migrants to the United States*, Tuscon 1995, s. 47; M. Oleszkiewicz-Peralba, *The Black Madonna...*, s. 49-50, 145.

Wielu Meksykanów oddaje cześć Madonnie z Guadalupe tatuując na ciele jej wizerunek[725]. Gdy w ramach prowadzonych badań Jeanette Rodriguez zapytała meksykańskie kobiety o to, czy Matka Boża jest dla nich ważniejsza od Boga, otrzymała stanowczą odpowiedź przeczącą. Ale na pytanie do kogo się głównie zwracają w swoich modlitwach, te same kobiety odpowiedziały, że do Maryi z Guadalupe. Na pytanie o powody, dla których jej powierzają swoje sprawy a nie Bogu, odpowiedziały: *Bo ona jest kobietą, ona rozumie*[726]. Jeden z najwybitniejszych meksykańskich literatów Octavio Paz, laureat nagrody Nobla w dziedzinie literatury, wielokrotnie przedstawiał w wywiadach opinię o religijności swojego narodu: [...] *Meksykanie, po ponad dwóch wiekach eksperymentów i porażek, wierzą już tylko w Dziewicę z Guadalupe i Narodową Loterię*[727].

W ciągu ostatnich pięciu wieków historii meksykańskiego narodu Matka Boża z Guadalupe odgrywała kluczową rolę w podtrzymywaniu patriotycznego ducha. Ksiądz Miguel Hidalgo ruszył do walki o niepodległość w 1810 r. dzierżąc w dłoni sztandar z jej wizerunkiem. Sto lat później Zapatyści nosili kapelusze ozdobione medalami z wizerunkiem Madonny z Guadalupe. W czasie krucjaty Chrystusowców setki tysięcy kobiet i mężczyzn wolało wybrać więzienie i śmierć w męczarniach niż wyparcie się Chrystusa i Matki Bożej z Guadalupe[728]. Dziewica z Guadalupe była i jest opiekunką i patronką meksykańskich kobiet, strażniczek domowego ogniska. Jak dawniej, tak i w obecnych czasach symbolizuje jedność meksykańskiego narodu. Dzisiaj, gdy kraj boryka się z wieloma problemami, takimi jak ubóstwo, bezrobocie, nierówność społeczna, kulawy system oświaty i gospodarki, w powszechnym odczuciu Madonna

[725] Praktyka tatuowania guadalupiańskiego wizerunku na ciele jest szczególnie popularna wśród członków latynoskich gangów. Obraz Madonny ma ich chronić przed przemocą innych, oraz przed aresztowaniem. R. A. Orsi, *Between Heaven and Earth...*, s. 72.

[726] J. Rodriguez, *The Gift of Guadalupe*, „US Catholic", 64/12, 1999, http://www.questia.com/read/1G1-57873952/the-gift-of-guadalupe [dostęp 13.09.2014]. Podobne wyniki badań uzyskałą Linda Hall podczas badania pobożności kobiet latynoskiego pochodzenia. Osią ich pobożności jest Matka Boża, do której wznoszą o wiele więcej modlitw niż do Boga. L. B. Hall, *Mary, Mother and Warrior. The Virgin in Spain and the Americas*, Austin 2004, s. 2.

[727] A. Beatty, *The Pope in Mexico...*, s. 324.

[728] Więcej w: S. Dixon, *Making Mexico More "Latin": National Identity, Statuary and Heritage in Mexico City's Monument to Independence*, „Journal of Latin American Geography", 9/2, 2010, s. 127; A. Beatty, *The Pope in Mexico...*, s. 326; V. Messori, *Czarne karty Kościoła*, Katowice 1998, s. 40; V. Elizondo, *The Virgin of Guadalupe...*, s. 207.

z Guadalupe pochyla się nad udręczonym narodem, zapewniając mu ochronę i bezpieczeństwo[729].

Popularna opinia wśród badaczy historii Meksyku głosi, że kraj ten *narodził się na Tepeyac*[730]. Stwierdzenie to odzwierciedla wyjątkową relację, jaka łączy Maryję z meksykańskim narodem.

4.2 Rozwój meksykańskiego sanktuarium

Pierwsza, prymitywna kaplica w miejscu objawień została wzniesiona na polecenie biskupa Juana de Zumárragi w 1531 r. Jej budowa trwała zaledwie kilkanaście dni. Z inicjatywy następnego biskupa Nowej Hiszpanii, Alonso de Montúfara około 1556 r. zbudowana została kaplica, którą od nazwiska biskupa zwano „Montúfar"[731]. W 1576 r. na prośbę arcybiskupa Pedro Moya de Contrerasa papież Grzegorz XIII nadał nowo wybudowanej świątyni przywileje odpustowe. W miejscu, w którym znajdowała się pustelnia Juana Diego a następnie kaplica Montúfar, w latach 1647-1649 wzniesiona została Kaplica Indian (*Parroquia Vieja de de Indios*). W 1667 r. na szczycie wzgórza Tepeyac wybudowano niewielką kaplicę, którą wkrótce przebudowano ze względu na stale rosnącą liczbę pielgrzymów przybywających do miejsca objawień. Nowa, przestronniejsza budowla, zwana obecnie Kaplicą na Wzgórzu (*Capilla del Cerrito*) została oddana do kultu w 1756 r.[732] W bezpośrednim jej sąsiedztwie założono cmentarz i dom rekolekcyjny dla pielgrzymów. Obecnie do kaplicy tej prowadzi droga o nazwie *Subida de Tepeyac*, którą od kilku stuleci każdego roku pokonuje na kolanach tysiące pielgrzymów[733].

---

[729] M.S. Gaytán, A.G. Valenzuela Zapata, *Más allá del mito: mujeres, tequila y nación*, „Mexican Studies/Estudios Mexicanos", 28/1, 2012, s. 187; A. Valdes, *The Virgin of Guadalupe...*, s. 1-2,

[730] D. Llywelyn, *Toward a Catholic theology of Nationality*, Lexington 2010, s. 258-259, 281.

[731] E. Martínez de la Serna, *Los Santuarios de la Virgen de Guadalupe*, México 2003, s. 45; Jacques Lafaye jako datę wzniesienia tejże świątyni podaje rok 1555. J. Lafaye, *Quetzalcóatl and Guadalupe...*, s. 274.

[732] Tamże, s. 53.

[733] Wczesne dzieje sanktuarium i historia powstających przy wzgórzu Tepyac świątyń nie jest pewna pewna ze względu na brak dokładnej dokumentacji i sprzeczności występujących pomiędzy różnymi źródłami. Dlatego też daty wzniesienia kaplic przedstawione w różnych opracowaniach na ten temat mogą się pomiędzy sobą różnić. Przykładowa chronologia dostępna w E. O'Gorman, *Destierro de sombras. Luz en el origen de la imagen y culto de Nuestra Señora de Guadalupe del Tepeyac*, México 2001, s. 278-284.

Kolejną budowlą u stóp wzgórza była wzniesiona w latach 1600-1622 znana dzisiaj jedynie z opisów Kasetonowa Świątynia (*Capilla Artesonada*)[734]. Ze względu na szybko postępujące niszczenie zapadającej się w podmokły grunt budowli, pod koniec XVII w. została ona zburzona, a na jej gruzach powstał ekspiacyjny Kościół Chrystusa Króla (*Templo Expiatario a Cristo Rey*). Świątynia popularnie zwana Starą Bazyliką (*la Antiqua Basílica*) została oddana do kultu w 1709 r., a w 1750 r. papież Benedykt XIV podniósł świątynię do rangi kolegiaty[735]. W 1737 r. Matka Boża z Guadalupe została ogłoszona oficjalną patronką Meksyku, a w 1746 r. całej Nowej Hiszpanii. W połowie XVIII w. kult Matki Bożej z Guadalupe został rozpropagowany na terytorium wszystkich hiszpańskich kolonii. W 1787 r. wzniesiono na terenie sanktuarium kościół i konwent Sióstr Kapucynek, a cztery lata później oddano do użytku barokową świątynię, Kaplicę Źródełka (*Templo del Pocito*)[736]. W 1895 r. dokonano koronacji Cudownego Obrazu Matki Bożej[737]. W 1904 r. tzw. Stara Bazylika została wyniesiona przez papieża Piusa X do godności Bazyliki Mniejszej. W 1945 r. inaugurowano Muzeum Bazyliki, w którym prezentowane są głównie zbiory związane z kultem maryjnym. Większość kolekcji pozyskano jako darowizny i dziękczynne wota za okazane łaski. W maju 1966 r. papież Paweł VI podarował bazylice złotą różę[738].

[734] M. Gannon, R. Pillai, *Understanding Global Cultures...*, s. 399; Zob. także E. Martínez de la Serna, *Los Santuarios de la Virgen...*, s. 46; J. Lafaye, *Quetzalcóatl and Guadalupe...*, s. 274.

[735] E. Martínez de la Serna, *Los Santuarios de la Virgen de Guadalupe*, , s. 49; W kwietniu 1754 r. papież Benedykt XIV ogłosił Maryję z Guadalupe patronką Nowej Hiszpanii (*Patrona de Nueva España*). Ten sam papież dedykował Meksykanom werset z Psalmu 147 „Non fecit taliter omni nationi" jako dowód wywyższenia ich narodu przez łaskę objawienia. Słów tych po raz pierwszy w stosunku do narodu meksykańskiego użył w 1688 r. F. Francisco de Florentia. E. R. Wolf, *The Virgin of Guadalupe. A Mexican National Symbol*, „The Journal of American Folklore", 279/71, 1958, s. 38; Zob. także E. Peña, *Beyond Mexico. Guadalupan Sacred Space Production and Mobilization in a Chicago Suburb*, „American Quarterly", 60/3, 2008, s. 723.

[736] Powstanie kaplicy związane jest z legendą, według której w miejscu objawień wytrysnęło z ziemi małe źródełko. Wierzono, iż woda ma cudowne, uzdrawiające właściwości, a rozpowszechnienie tych informacji przyciągało do źródła rzesze wiernych. Cudowne właściwości wody nie zostały w czasach nowożytnych potwierdzone. Późniejsze badania naukowe wykazały jednak, że w wodzie tej znajduje się wiele pierwiastków mających korzystny wpływ na zdrowie człowieka. Ponieważ jednak zdrowi ludzie korzystali z tego samego ujęcia co chorzy, coraz więcej ludzi zaczęło zapadać na choroby zakaźne. Z tych względów dostęp do ujęcia wody w Guadalupe został zablokowany. E. Martínez de la Serna, *Los Santuarios de la Virgen de Guadalupe*, s. 61-62.

[737] M. Banaszak, *Historia Kościoła Katolickiego*, t. 3, Warszawa 1991, s. 257.

[738] Złota Róża to poświęcony przez papieża wykonany ze złota kwiat lub bukiet kwiatów, przekazywany kościołom, sanktuariom, władcom lub innym osobistościom jako wyraz uznania i szacunku ze strony Stolicy

Niemal od początku powstania stara bazylika, wzniesiona na grząskim, niestabilnym gruncie niebezpiecznie się przechylała. Z początkiem lat siedemdziesiątych proces ten niebezpiecznie przyspieszył, w każdej chwili grożąc zawaleniem się budowli. Z tych względów w latach 70. XX w. podjęto decyzję o budowie nowej świątyni. Nowa bazylika została zaprojektowana przez znanego meksykańskiego architekta Pedro Ramíreza Vázqueza. Jej budowa trwała zaledwie dwa lata, została oddana do kultu w 1976 r.[739] Na terenie sanktuarium znajduje się ponadto tzw. Kaplica Przysiąg (*Capilla Juramentos*), do której kierują się pielgrzymi borykający się z problemami uzależnień, głównie z alkoholizmem. Składają w niej przysięgę dochowania abstynencji przez pewien określony czas[740]. Zwyczaj ten, znany także w Europie, w Meksyku został zapoczątkowany pod koniec lat 60. XX w. W 1991 r. na terenie sanktuarium zbudowano nowoczesne baptysterium, w którym odbywają się obecnie uroczyste chrzty. Sanktuarium w dalszym ciągu rozbudowuje swoją infrastrukturę. Powiększony został obszar zajmowany przez sanktuarium, na nowo wybudowanym placu (*Plaza Mariana*) prowadzone są obecnie prace nad budową nowoczesnego centrum ewangelizacyjnego[741].

Szczególną rolę w dziejach meksykańskiego sanktuarium odegrał Jan Paweł II. Pielgrzymował on do tego miejsca czterokrotnie. Po raz pierwszy polski papież przybył do Meksyku w 1979 r., wkrótce po rozpoczęciu swojego pontyfikatu. W tym czasie Meksyk nie utrzymywał oficjalnych stosunków z Watykanem, dlatego najwyższy dostojnik Kościoła rzymskiego przyjechał tu jako osoba prywatna. Mieszkańcy Meksyku zgotowali papieżowi owacyjne przyjęcie a jego wizyta stała się głośnym wydarzeniem medialnym. W homilii wygłoszonej 26 stycznia w katedrze metropolitalnej w stolicy wskazał na podobieństwo

---

Apostolskiej. *The Catholic encyclopedia. An international work of reference on the constitution, doctrine, discipline, and history of the Catholic Church*, red. Charles G. Herbermann, t. 6, New York 1913, s. 629-630.

[739] E. Martínez de la Serna, *Los Santuarios de la Virgen...*, s. 51; Zob. także D. A. Brading, *Mexican Phoenix, Our Lady of Guadalupe. Image and Tradition Across Five Centuries*, Cambridge 2001, s. 336-337.

[740] Większość wiernych przybywających do kaplicy w celu złożenia przysięgi umieszcza jej tekst wraz ze swoim imieniem na otrzymanej w sanktuarium specjalnej karcie, którą na czas zobowiązania przez cały czas nosi przy sobie. Karta taka chroni osobę przysięgającego przed jej zerwaniem. Przykładowo w sytuacji, gdy zostaje namawiany przez znajomych na spotkanie zakrapiane alkoholem, a ślubował 3-miesięczne zachowanie abstynencji, okazuje przyjaciołom kartę, dzięki czemu nie tylko nie naraża się na kpiny, ale zyskuje ich szacunek. L. E. Corona de la Peña, L.Vega Flores, *Imágenes religiosas como funciones semióticas de la devoción popular católica. La peregrinación guadalupana de los trabajadores mineros en Zimapán, Hidalgo*, „Revista", 17, 2008, s. 219.

[741] E. Martínez de la Serna, *Los Santuarios de la Virgen...*, s. 46-63; Zob. także: http://basilica.mxv.mx/web1/-home/plaza_mariana.html [dostęp 10.09.2014].

i wspólnotę obu narodów: polskiego i meksykańskiego pamiętnymi słowami: *O mojej Ojczyźnie zwykło się mówić „Polonia semper fidelis". Pragnę powiedzieć również Mexico semper fidelis, zawsze wierny!*[742] Pobyt ten zapoczątkował zmiany w stosunkach państwo – Kościół. Uchylonych została wówczas część zakazów utrudniających normalne funkcjonowanie Kościoła katolickiego w przestrzeni publicznej. Wtedy też dopiero wielu wysoko postawionych dygnitarzy państwowych przestało ukrywać swoją chrześcijańską wiarę.

Drugą pielgrzymkę do Meksyku Jan Paweł II podjął w 1990 r. Jej głównym celem była beatyfikacja Juana Diego. Miałą ona miejsce 6 maja na terenie sanktuarium w bazylice Matki Bożej z Gudalupe. Rok później przywrócona została meksykańskiemu Kościołowi katolickiemu konstytucyjna osobowość prawna a w następnym roku nawiązane zostały oficjalne stosunki pomiędzy Meksykiem i Stolicą Apostolską. Te radykalne zmiany sprawiły, że w 1993 r. papież przybywając po raz trzeci do Meksyku, przyjmowany już był z honorami należnymi głowie państwa. Jednk ze względu na napięty plan wizyty nie odwiedził wówczas stolicy. Podczas pielgrzymki w 1999 r. Jan Paweł II odebrał z rąk przewodniczącego Rady Miasta Meksyk dyplom Honorowego Gościa oraz klucze do stolicy. Podczas tej wizyty papież ustanowił największe święto Matki Bożej z Guadalupe, które od tego czasu miano obchodzić 12 grudnia każdego roku, w rocznicę ostatniego objawienia i powstania cudownego wizerunku[743].

Przełomowym momentem w historii Meksyku były wolne wybory w 2000 r. Po ponad siedmiu dekadach władzę straciła antyklerykalna Partia Rewolucyjno-Instytucjonalna. Prezydentem Meksyku został katolik Vicente Fox, kandydat opozycyjnej Partii Akcji Narodowej, który zapoczątkował swoje rządy uczestnictwem we Mszy Świętej w meksykańskim sanktuarium.

W 2002 r., podczas ostatniej wizyty w Meksyku, Jan Paweł II dokonał kanonizacji Juana Diego, który tym samym został pierwszym w historii indiańskim świętym[744]. Pielgrzymki Jana Pawła II do tego kraju i jego zaangażowanie w rozwiązanie problemów meksykańskiego społeczeństwa, nazwanie Meksyku drugą ojczyzną oraz serdeczność i inne przymioty duchowe

[742] Pełny tekst homilii http://www.vatican.va/holy_father/john_paul_ii/homilies/1979/documents/hf_jp-ii_hom_19790126_messico-cattedrale_en.html [dostęp 10.01.2015].

[743] *Our Lady of Guadalupe. Historical Sources*, „L'Osservatore Romano", Weekly Edition in English, 2002, http://www.ewtn.com/library/mary/ladyguad.htm [dostęp 10.09.2014].

[744] E. Chávez Sánchez, *Our Lady of Guadalupe and Juan Diego. The Historical Evidence*, Lanham 2006, s. 143-144.

sprawiły, że osoba polskiego papieża zajmuje do dzisiaj szczególne miejsce w sercach Meksykanów. Jest to zrozumiałe także w świetle faktu, że Jan Paweł II był jedynym papieżem, który odwiedził sanktuarium w Guadalupe, jedno z najbardziej znaczących na świecie miejsc katolicyzmu na świecie. Zarówno w stolicy, jak i w wielu innych meksykańskich miastach wznoszone są pomniki Jana Pawła II a na przykościelnych straganach sprzedawane są obrazy i zdjęcia z wizerunkiem papieża Polaka. Często na tych obrazach towarzyszy mu Madonna z Guadalupe[745]. Bez wątpienia Jan Paweł II przyczynił się do rozpropagowania jej kultu w świecie.

4.3 Wizerunek Maryi na płaszczu Indianina

Meksykański wizerunek Madonny od lat wzbudza wiele kontrowersji. Jedni uznają, że jest on wspaniałym, niepowtarzalnym dziełem sztuki, inni nie dostrzegają w nim żadnych walorów artystycznych[746]. Istotniejsza jest natomiast kwestia przypisywanych mu niezwykłych właściwości. Wielokrotnie obraz ten poddawany był badaniom naukowym i jak twierdzi wielu badaczy do dzisiaj stanowi nierozwiązaną zagadkę dla świata nauki[747].

[745] Pomimo, że od śmierci polskiego papieża minęło już wiele lat, Meksykanie wciąż dają dowody swojego przywiązania do niego. Jednym z jego przejawów może być pomnik, jaki w 2007 r. został wzniesiony przy katedrze miejskiej w 2007 r. Rzeźba przedstawia św. Jana Pawła II odzianego w szatę z wizerunkiem Matki Bożej z Guadalupe. Tysiące kluczy, a w niektórych miejscach także i innych metalowych elementów takich jak krany, zawory, kłódki i nożyczki tworzą fakturę papieskiej szaty. Posąg papieża wysoki na ponad 3 metry i ważący ponad 5 ton wykonany został ze stopu, który uzyskano z przetopienia kluczy zebranych w ramach akcji *"Dale la llave de tu corazon"* (daj jej klucz do swego serca). Kampania na rzecz wspierania idei budowy rzeźby uzyskała szerokie poparcie wśród mieszkańców Meksyku. Od momentu umieszczenia pod koniec października 2006 r. planu rzeźby na placu *Plaza del Empedradillo* obok katedry, na potrzeby jej wykonania zebrano ponad 7 milionów kluczy, które łącznie ważyły 150 ton. Na tablicy wbudowanej w cokół umieszczone są wymowne słowa wdzięczności Meksykanów „*Gracias por darle al papa la llave de tu corazon!*" (Dziękujemy za udzielenie papieżowi klucza do twego serca!). Pracę wykonał artysta rzeźbiarz Francisco Pancho Cardenas (dane pochodzą ze wspomnianej tablicy - autorka niniejszej pracy wykonała osobiście jej fotografię, którą posiada w archiwum własnym).

[746] Święte wizerunki będące celem pielgrzymek zwykle są nieskomplikowane, schematyczne i nie posiadają wybitnych walorów artystycznych. W tym względzie meksykański obraz Madonny nie jest więc wyjątkiem. Fakt ten można stwierdzić dokładniej przyglądając się np. czczonej we Włoszech figurze Matki Bożej Loretańskiej, czy Figurze Matki Bożej z Lourdes. Potęgą owych wizerunków jest siła ich oddziaływania na wiernych. D. Freedberg, *Potęga wizerunków...*, s. 111, 121.

[747] E. Chávez Sánchez, *Drugi Całun...*, s. 116.

Wizerunek Matki Bożej z Guadalupe jest ikonograficznym, synkretycznym połączeniem wierzeń azteckich z chrześcijańską nauką. W szczególny sposób łączy w sobie Maryję, chrześcijańską Matkę Jezusa Chrystusa z obrazem pogańskiej bogini *Tonantzin*. Do pierwszych wyznawców w Nowej Hiszpanii obraz przemawiał głównie poprzez symbolikę. Wizerunek przedstawia postać Maryi stojącej na Księżycu wspieranym na ramionach Indianina. Okrytą gwieździstym płaszczem sylwetkę Madonny otaczają promienie słońca. Te kosmiczne elementy odgrywały kluczową rolę w religii Azteków. Znawcy ikonografii maryjnej określają obraz jako jedno z przedstawień Niepokalanego Poczęcia. Zauważył to już w 1660 r. Jezuita Mateo de la Cruz. Opisując guadalupiański wizerunek Maryi podkreślił, że jest on dziełem posiadającym wszystkie ikonograficzne atrybuty przypisywane przedstawieniom Niepokalanego Poczęcia Najświętszej Marii Panny. W tym samym tonie wypowiedź swą sformułował Miguel Picazo w kazaniu wygłoszonym w 1738 r. nazywając obraz najlepszym wyobrażeniem tego dogmatu[748].

Na uwagę zasługuje strój Madonny. Jej płaszcz nie jest niebieski, jak w charakterystycznych europejskich przedstawieniach Maryi, ale turkusowy. W azteckiej mitologii kolor ten symbolizuje wodę, ogień, dobrobyt i bogactwo. Czerwony kolor sukni to także nawiązanie do azteckiej mitologii. Wyraża wschodzące słońce, początek, odrodzenie. Czarna przewiązana w pasie wstążka świadczy o stanie błogosławionym Maryi, a czterolistny kwiat odnosi się do boskiego pochodzenia dziecka w jej łonie. Całości synkretycznego wizerunku dopełnia śniada kolorystyka ciała Madonny. Maryja na tym przedstawieniu jest Metyską. Symbolikę tę w swoisty sposób potrafili zinterpretować tylko azteccy Indianie[749].

Pierwotne wymiary płaszcza Juana Diego wynosiły 2,26 m. na 1,55 m. Obraz składał się z trzech zszytych ze sobą długich pasów materiału, z których każdy miał nieco ponad pół metra szerokości. Wizerunek Matki Bożej zajmował dwie trzecie szerokości tilmy. W niedługim czasie po objawieniach prawie cały trzeci pas odcięto, aby nadać obrazowi symetrii. Modyfikacja ta zmniejszyła szerokość płótna do 1,05 m. Pod koniec XVIII w. obraz miał wymiary 1,75 m. na 1,05 m. Te dane wskazują na zmniejszenie wysokości obrazu w stosunku do oryginału o 51 cm. Było to spowodowane odcięciem pustej części obrazu znajdującej się nad głową Maryi w celu dostosowania jego wielkości do nowych szklanych ram, które w 1766 r. ofiarował sanktuarium

[748] R. Richard, *Santa María Tonanztin Virgen de Guadalupe. Continuidad y transformación religiosa en México*, „Fondo de Cultura Económica", 1975, s. 273-275; Zob. także A. Mayer, *El culto de Guadalupe y el proyecto tridentino en la Nueva España*, „Estudios de Historia Novohispana", 26, 2002, s. 47.

[749] M. Oleszkiewicz-Peralba, *The Black Madonna...*, s. 56; E. Chávez Sánchez, *Drugi Całun....*, s. 250-265.

książę Alburquerque. Obecnie tilma ma wymiar 1,68 cm. na 1,05 cm. a wizerunek Matki Bożej ma wysokość 1,43 m., co odpowiada wysokości kilkunastoletniej metyskiej dziewczyny[750].

Wyjaśnienia wymaga wielkość płaszcza Indianina Juana Diego, szczególnie że do dzisiaj wiąże się z nią wiele dyskusji i kontrowersji. Patrząc na pierwotne, a także obecne rozmiary obrazu można odnieść wrażenie, że płaszcz ten był nadzwyczaj dużych rozmiarów. Jednak w owych czasach ta część ubioru, inaczej zwana tilmą, była elementem odzieży używanym w razie potrzeby do przenoszenia narzędzi, materiałów i jakichkolwiek przedmiotów związanych z wykonywaną pracą. Dzięki imponującym rozmiarom płótna, tilma z powodzeniem pełniła rolę worka przerzucanego przez ramię na plecy.

Każdy szczegół obrazu był przez Indian odczytywany na podstawie analizy kolorów, kształtu i położenia. Dlatego patrząc na wizerunek *Panienki z Tepeyac* należy zmienić sposób patrzenia, bo jedynie w ten sposób będzie można odczytać przesłanie, jakie niesie ze sobą obraz i zrozumieć jak odczytali go Indianie. Był on także uznawany za najwspanialszy wizerunek Maryi, ponieważ „został wykonany przez nią samą"[751].

4.4 Historia pielgrzymowania do Guadalupe

Wśród katolickich sanktuariów dominują miejsca święte związane z kultem maryjnym. Pielgrzymki do nich podejmuje kilkadziesiąt milionów wiernych rocznie[752]. W Europie tradycja

[750] *Introducción al Guadalupanismo*, s. 47.

[751] P. Harrington, *Mother of Death, Mother of Rebirth. The Mexican Virgin of Guadalupe*, „Journal of the American Academy of Religion", 56 /1, 1998, s. 25; Więcej na temat wyglądu wizerunku Madonny F. González Fernández, *Guadalupe: pulso y corazón de un pueblo*, Madrid 2004, s. 143-185; E. Chávez Sánchez, *Drugi Całun...*, s. 269-298.

[752] Najliczniej odwiedzanym chrześcijańskim miejscem pielgrzymkowym w Ameryce jest sanktuarium Matki Bożej w Guadalupe. Liczba pielgrzymów szacowana jest na około 14 milionów, a według niektórych źródeł nawet 20 milionów pielgrzymów rocznie. Dla porównania sanktuarium Matki Bożej w Lourdes we Francji nawiedza 5 milionów pielgrzymów rocznie, a portugalskie sanktuarium Matki Bożej w Fátimie 4,5 miliona. Tyle samo pielgrzymów przybywa każdego roku do Matki Bożej Częstochowskiej na Jasnej Górze, choć inne źródła wspominają o 6-7 milionach. J. Pedro Juárez Sánchez, B. Ramírez Valverde, J. Alejandro Mota Vargas, F. César Arnaiz Valverde, G. Ramírez Valverde, *Los Santuarios y Peregrinaciones Religiosas En México*, „Revista geográfica de Valparaiso", 46, 2012, s. 45; A. Ulfik, J. Marszałek, *Kształtowanie popytu na regionalnym rynku turystycznym w kontekście turystyki specjalistycznej*, „Uniwersytet Szczeciński Zeszyty Naukowe", 698/83, 2012, s. 550.

pieszych pielgrzymek zachowała się m. in. w Polsce, gdzie głównym celem pielgrzymkowym jest sanktuarium Matki Bożej Częstochowskiej na Jasnej Górze. Polska, podobnie jak Meksyk pozostają dzisiaj tymi krajami, gdzie aktywność pielgrzymkowa utrzymuje się na wysokim poziomie nieprzerwanie od wielu pokoleń. W Europie najsłynniejsze piesze pielgrzymki odbywają się każdego roku do Grobu św. Jakuba w Santiago de Compostela w Hiszpanii. Jednak podobne pielgrzymowanie do Guadalupe w mieście Meksyk do dzisiaj pozostaje fenomenem ze względu na formę, która nie uległa zmianie od kilkuset lat. Codziennie do meksykańskiego sanktuarium przybywają piesze grupy pielgrzymów. Podróżują w tradycyjnych strojach, niosąc ze sobą obrazy umieszczone w strojnych *antes*[753], barwne flagi i ogromne, imponujące *enflorados*[754]. Zwykle barwny korowód otwiera grupa *mariachis*[755].

Guadalupiańska Madonna jest symbolem tożsamości narodowej i wielowiekowej walki o niepodległość i wolność wyznaniową w Meksyku. Pielgrzymowanie do jej sanktuarium jest jedną z najmocniej zakorzenionych tradycji w społeczeństwie. Peregrynacje do miejsca, gdzie według tradycji Matka Boża pojawiała się Juanowi Diego rozpoczęły się już wkrótce po pierwszych objawieniach. Z czasem utrwalił się zwyczaj podejmowania wspólnych peregrynacji przez całe rodziny, lub mieszkańców tej samej wioski[756]. Nie tylko Indianie odbywali te święte wędrówki. Szczególną czcią darzyli meksykańską Madonnę wysoko postawieni hiszpańscy urzędnicy. Marquis de Mancera, wicekról Nowej Hiszpanii w latach 1664-1675, odwiedzał sanktuarium w każdą sobotę. Był on też obecny podczas badań obrazu w marcu 1666 r., podczas których grupa ekspertów potwierdziła nadprzyrodzone właściwości wizerunku. Teza, według której Matka Boża podarowała Indianom swój metyski wizerunek stała się mocnym impulsem do rozwoju dumy narodowej i meksykańskiego patriotyzmu[757].

---

[753] Wykonane zazwyczaj z drewna i ozdobione różnymi materiałami konstrukcje służące do noszenia świętych obrazów. L. E. Corona de la Peña, L. Vega Flores, *Imágenes religiosas como funciones semióticas ...*, s. 212.

[754] Barwne kompozycje kwiatowe, umieszczane zwykle na stelażach ułatwiających ich noszenie przez uczestników pielgrzymki i procesji. Po przyniesieniu do świątni czy sanktuariów zostawiane przy ołtarzu. Tamże, s. 212.

[755] Więcej F. González Fernández, *Guadalupe: pulso y corazón...*, s. 444-447.

[756] V. Turner, E. Turner, *Obraz i pielgrzymka w kulturze chrześcijańskiej*, tłum. E. Klekot, Kraków 2009, s. 29, 43-44.

[757] L. Hall, *Mary, Mother and Warrior...,* s. 189; O znaczeniu kultu Matki Bożej z Guadalupe dla Meksykanów i Amerykanów meksykańskiego pochodzenia, o sposobach jego wyrażania i wpływie na kształtowanie tożsamości zob. także A. Espinosa, *Home Altars and the Virgin of Guadalupe in Quinceanera.*

Pierwsza pielgrzymka do Guadalupe, nad którą patronat rozciągnął Kościół odbyła się 8 września 1886 r. Na potrzeby pątników zmierzających do sanktuarium zaczęły od tego czasu powstawać pierwsze hospicja i instytucje charytatywne. Zorganizowano też obsługę ruchu pielgrzymkowego. Niebagatelne znaczenie miało zaangażowanie i przychylność mieszkańców pobliskich pątniczych tras, udzielających pomocy strudzonym wędrowcom, oferujących poczęstunek i wypoczynek. Powstały służby medyczne, które służyły pomocą chorym, starszym i kontuzjowanym pielgrzymom. Doświadczenia kolejnych lat wnosiły do organizacji pielgrzymek coraz to nowe elementy. Z myślą o ludziach planujących podjąć pielgrzymkę zaczęto wydawać biuletyny informacyjne, zawierające praktyczne wskazówki dotyczące przygotowania do podróży, oraz porady gdzie szukać schronienia i pomocy w trakcie podróży.

W trudnych latach prześladowania Kościoła w Meksyku pielgrzymowanie było główną formą publicznego wyrażania uczuć religijnych a jednocześnie demonstracją sprzeciwu wobec antyklerykalnej polityce rządu. W 1912 r., w okresie meksykańskiej rewolucji, odgórną decyzją władz państwowych wprowadzony został zakaz pielgrzymowania do Guadalupe. Ruch pielgrzymkowy nie ustał jednak całkiem, gdyż z każdej niemal parafii wyruszali w podróż śmiałkowie, którzy wędrując nocami docierali do świętego miejsca. W latach 1927-1928 ze względu na ogłoszony przez duchowieństwo strajk nie odbyły się żadne zorganizowane pielgrzymki. Do Guadalupe przybywały jedynie samoorganizujące się grupy pątników. Zorganizowane grupy zaczęły ponownie zmierzać w kierunku sanktuarium po nastaniu względnej stabilizacji w kraju. Do dzisiaj tradycja pielgrzymowania przekazywana jest z pokolenia na pokolenie i nie zanika. Przybywa także coraz więcej turystów, dla których odwiedzenie sanktuarium jest jednym z punktów programu wycieczki, w której uczestniczą[758].

Historical and Critical Perspectives, „Journal of Religion and Popular Culture", 21/1, 2009, https://www.questia.com/library/journal/1G1-213033190/home-altars-and-the-virgin-of-guadalupe-in-quinceanera [dostęp 7.11.2014].

[758] W latach 1990-1992 zostały przeprowadzone badania ankietowe, których celem było ustalenie profilu pielgrzyma odwiedzającego sanktuarium w Guadalupe. Analiza odpowiedzi wskazała motywy podejmowania peregrynacji, postawy odwiedzających oraz podejmowane przez nich aktywności na terenie sanktuarium. Krótka metryczka pozwoliła na zestawienie tych danych z danymi osobowymi pielgrzymów. Akty pobożności, jakim oddawali się pielgrzymi to modlitwa, kontemplacja Cudownego Wizerunku, udział we Mszy Świętej, prośba o łaski. Badania wskazały różnice w aktywności religijnej podejmowanej na terenie sanktuarium. Pielgrzymi starsi, słabo wykształceni i przybywający w pieszej pielgrzymce częściej przystępowali do sakramentu pojednania i uczestniczyli we Mszy Świętej. Młodsi, lepiej wykształceni, przybywający do świętego miejsca własnym samochodem nie

W czasach kolonialnych misjonarze mieli świadomość, że jednym z warunków powodzenia ewangelizacji rdzennej ludności jest częściowa adaptacja ich wierzeń i praktyk. Obecnie stopień synkretyzmu meksykańskiej religijności w wielu miejscach w kraju zależy od tolerancji miejscowych kapłanów. Wśród synkretycznych praktyk, z których wiele ostało w pewien sposób zaadoptowanych do współczesnego kultu, zdarzają się jednak takie, których Kościół katolicki zaakceptować nie chce i nie może. Przykładem są praktyki uzdrowicieli zwanych *curanderos,* którzy zlecają chorym, którymi się opiekują zapalenie świecy w świątyni. Nie mają jednak przy tym na myśli świecy wotywnej, tylko w specyficzny sposób przygotowanej w czasie specjalnego obrzędu świecy z zatopionymi w wosku włosami i paprykami chilli, który to obyczaj sięga korzeniami czasów prechrześcijańskich[759].

W meksykańskich środowiskach ubogich i przestępczych w ostatnich latach popularny stał się kult tzw. *Santa Muerte* (*Świętej Śmierci*). Kultura popularna, o czym była już wcześniej mowa, ma ogromny wpływ na kształtowanie tożsamości ludzkiej i tworzenie wzorców zachowań. Wyobrażenie śmierci w Meksyku jest dość specyficzne – nie jest ona traktowana jako smutna ostateczność, a jedynie jako integralna część życia[760]. Ale dzięki takiemu postrzeganiu śmierci, udało się włączyć ją do tożsamości kulturowej meksykańskiej społeczności. Ten kontrowersyjny kult rozpowszechnia się coraz intensywniej, w ostatnich latach szczególnie za pośrednictwem coraz większej liczby miejsc w internecie, gdzie jest propagowany[761].

---

przywiązywali zbyt dużej wagi do religijnych praktyk. Wśród dwóch głównych powodów nawiedzenia sanktuarium badani wymieniali swoją cześć dla Maryi (48,1%) i przywiązanie do tradycji (20,6%). 71,1% respondentów podjęło pielgrzymkę do sanktuarium, wierząc że przyczyni się ona do wzbogacenia ich życia duchowego. P. Giuriati, E. R. Masferrer Kan, *No temas...yo soy tu madre: un estudio socioantropológico de los peregrinos a la Basílica de Guadalupe*, Plaza y Valdes 1998, s. 113, 164.

[759] M. A . Vásquez, M. F. Marquart, *Globalizing the sacred...*, s. 84.

[760] Śmierć jako naturalny etap ludzkiej egzystencji nie wzbudza u Meksykanów takich obaw, jak np. w kulturze europejskiej. Dlatego też obchody Dni Zmarłych w Meksyku są świętem przebiegającym w pogodnej atmosferze fiesty.

[761] Więcej na ten temat: J. A. Flores Martos, *Transformismos y transculturación de un culto novomestizo emergente: la Santa Muerte Mexicana,* [w:] *Teorías y prácticas emergentes enAntropología de la religión*, red. M. Cornejo Valle, M. Cantón Delgado, R. Llera Blanes, 2008, s. 55-73.

4.5 Kult Matki Bożej z Guadalupe na świecie

W krajach sąsiadujących z Meksykiem kult Matki Bożej z Guadalupe rozprzestrzenił się wkrótce po objawieniach. W Nikaragui, znany był już w 1540 r. a w Boliwii od 1598 r. W 1746 r. Matka Boża z Guadalupe została ogłoszona patronką Kalifornii, Gwatemali i Salwadoru, a w 1757 r. Puerto Rico. W połowie XVIII w. w Santa Fé w Argentynie, powstało sanktuarium ku jej czci, z własnym świętem patronalnym obchodzonym każdego roku w drugą niedzielę po Wielkanocy. W 1935 r. papież Pius XI ogłosił meksykańską Maryję Patronką Filipin.

Jezuici propagowali kult Matki Bożej z Guadalupe w Europie już w XVII w. W tym też czasie duża liczba jej wizerunków trafiła na ołtarze kościołów Starego Kontynentu. Polska została oddana pod opiekę meksykańskiej Madonny w 1959 r. Aktu zawierzenia dokonał prymas Meksyku kardynał Miranda y Gomez na prośbę Episkopatu Polskiego. W 1987 r. Prymas Polski, kardynał Józef Glemp, przy udziale Prymasa Meksyku kardynała Ernesta Compio Ahumady konsekrował kościół pod wezwaniem Matki Bożej z Guadalupe w Laskach koło Warszawy[762].

W szczególny sposób kult Madonny z Guadalupe rozwinął się w krajach licznie zamieszkałych przez ludność pochodzenia meksykańskiego. Obecnie największym skupiskiem meksykańskiej diaspory są Stany Zjednoczone. Według danych statystycznych, w 2011 r. liczba obywateli meksykańskiego pochodzenia wynosiła w tym kraju około 33,5 miliona. Ponad połowa z nich zamieszkuje Kalifornię, pozostali są rezydentami południowych stanów takich jak Teksas, Arizona, Nowy Meksyk. Na przełomie XX i XXI w. liczna grupa meksykańskich imigrantów osiedliła się również w Nowym Jorku[763]. Sukcesywnie rośnie także liczba ludności pochodzenia meksykańskiego osiedlająca się w środkowych i północnych miastach USA, w tym w Chicago.

W związku ze stale rosnącą liczbą ludności pochodzenia meksykańskiego w USA obserwuje się tam także coraz większe znaczenie kultu meksykańskiej Madonny. Emigranci z Meksyku nie są grupą, która łatwo asymiluje się ze społecznością, w której przyszło jej żyć. Nieco ponad jedna trzecia mieszkańców meksykańskiego pochodzenia zna język angielski

[762] *Encyklopedia katolicka*, red. J. Walkusz, Lublin 1993, s. 364-365.

[763] A. Valdes, *The Virgin of Guadalupe. Linking the past and present by exploring the role of religion in the cultural heritage of Mexican Consciousness*, „Forum on Public Policy Online", 2008, 2, s. 3.

zaledwie na poziomie podstawowym[764]. Na obczyźnie starają się budować swoje własne, małe ojczyzny. Amerykańscy Meksykanie są mocno przywiązani do swojej narodowej tradycji, której jednym z kluczowych elementów jest pielgrzymowanie do Guadalupe. Nieuregulowany status prawny pobytu a także koszty podróży do Meksyku sprawiają, że dla wielu z nich podróż taka jest niemożliwa. Wyrazem czci i przywiązania meksykańskiej diaspory do swojej Madonny, której nie mogą odwiedzić w jej sanktuarium pozostaje wznoszenie na obcej ziemi świątyń i sanktuariów pod wezwaniem Matki Bożej z Guadalupe.

W miejscowości Des Plaines położonej na przedmieściu Chicago, na przełomie XX i XXI w. zostało zaprojektowne i zbudowane *Santuario a La Virgen de Guadalupe* zwane także *El Cerrito*. Miejsce to jest repliką wzgórza, na którym dokonały się meksykańskie objawienia maryjne. Każdego dnia przybywają tu pielgrzymi a szczególnym okresem masowych peregrynacji są dni świąt maryjnych. Grupy pielgrzymów przybywających do Des Plaines, tworzą barwne orszaki podobne do tych, które pielgrzymują do meksykańskiego sanktuarium. Cesarzowa Obu Ameryk i Królowa Ameryki Łacińskiej, na obrzeżach Chicago dla amerykańskich imigrantów jest przede wszystkim *Virgen de los Migrantos*[765].

Największą liczbę kaplic i świątyń poświęconych meksykańskiej Madonnie ufundowano w Stanach Zjednoczonych w latach 40. XX w. Wielu młodych mężczyzn pochodzenia meksykańskiego wyruszyło wówczas na wojnę a ich rodziny powierzały los żołnierzy Matce Bożej z Guadalupe. Z powstaniem niektórych świątyń pod wezwaniem Madonny z Guadalupe w USA łączą się fascynujące historie. Jedna z nich opowiada o kobiecie, która w dolinie rzeki Rio Grande w stanie Texas podczas pracy w polu znalazła mały odłamek ceramiki ozdobionej podobizną Matki Bożej z Guadalupe. Umieściła go w centrum wzniesionego na tę okoliczność domowego ołtarzyka, a do jej domu wkrótce zaczęli przybywać na wspólne modlitwy okoliczni mieszkańcy. W ciągu kolejnych lat pokój pani Saenz zmienił się w sakralną przestrzeń zapełnioną przez pielgrzymujących do jej domu wiernych figurami i obrazami, przy których płonęły świece wotywne. Weterani wojenni składali tu swoje mundury, kule i inne precjoza

[764] http://www.pewhispanic.org/2013/06/19/hispanics-of-mexican-origin-in-the-united-states-2011/ [dostęp 28.07.2013].

[765] Zob. więcej E. A. Peña, *Performing Piety. Making Space Sacred with the Virgin of Guadalupe*, Berkeley - Los Angeles 2011, s. 32-34; Zob. także G. Polanco Hernández, M. R. Orellana Méndez, *Creencias religiosas en el fenómeno migratorio mexicano*, [w:] *La migración en México y su impacto en la vida social de las personas*as, red. J.H. En Del Río Martínez, Mexico 2010, s. 338-339.

związane z trudnym czasem wojny. Za staraniem miejscowego proboszcza, zaniepokojonego sakralizacją świeckiego domostwa, wzniesiony został niewielki kościółek, do którego mieszkańcy przenieśli z domu pani Saenz wspomniany ołtarzyk[766].

Madonna z Guadalupe w ostatnich latach znajduje swoje miejsce nie tylko w świątyniach do których uczęszczają wierni pochodzenia meksykańskiego. W USA poświęcane są jej świątynie i ołtarze w miastach i dzielnicach zamieszkałych przez obywateli także innego pochodzenia niż meksykańskie. Amerykanie przejmują wiele meksykańskich tradycji, kierując się głównie ich atrakcyjnością. Przykładem jest *Día de los Muertos*, które stało się modne zapewne głównie przez fakt, że święto to przyjmuje formę wesołej zabawy, czy o uczestnictwo w rozbijaniu *piñaty* na urodzinowych przyjęciach, który to zwyczaj pierwotnie związany był ze Świętem Bożego Narodzenia[767]. Ogólnoamerykańskim trendem w ostatnich latach jest też kultywowanie nabożeństwa do Matki Bożej z Guadalupe[768].

Kult Matki Bożej z Guadalupe spopularyzował się nie tylko w krajach położonych na kontynentach obu Ameryk. Jej wizerunek jest dzisiaj najczęściej reprodukowanym na świecie wyobrażeniem Matki Bożej. Meksykanom mieszkającym poza granicami kraju obecność wizerunku *Morenity* w świątyniach daje silne poczucie związku z ojczyzną. Dla Amerykanów meksykańskiego pochodzenia pielgrzymowanie do Madonny z Guadalupe motywowane jest obecnie nie tylko religijnym zapałem, lecz także potrzebą zaznaczenia swojej tożsamości narodowej. Każdego roku w zorganizowanych pielgrzymkach do sanktuarium w Guadalupe przybywają wielkie rzesze pielgrzymów z USA. W ciągu ostatnich lat rośnie także liczba pielgrzymów przybywających do meksykańskiego sanktuarium ze Starego Kontynentu.

---

[766] Obecnie znajduje się tam sanktuarium pod wezwaniem *Virgen de San Juan del Valle*, a czczona w świątyni figura Matki Bożej jest wierną repliką *Virgen de San Juan de los Lagos* ze słynnego miejsca pielgrzymkowego w Meksyku. M. A . Vásquez, M. F. Marquart, *Globalizing the sacred....*, s. 72-74.

[767] Zabawa polega na strąceniu długim kijem specjalnie przygotowanej kuli zawieszonej u sufitu wypełnionej przeważnie słodyczami. Rozbicie piñaty sprawia, że wysypują się z niej ukryte w jej wnętrzu słodycze, a uczestnicy zabawy wśród gromkich śmiechów starają się zebrać ich jak najwięcej.

[768] Jednym z popularnych zwyczajów zakorzenionym w meksykańskiej tradycji a obecnie popularnym w wielu miejscach Stanów zjednoczonych jest tradycja rozbijania na przyjęciach urodzinowych *piñatas*, czyli kolorowych kul wykonanych z modelowanego papieru lub gliny wypełnionych słodyczami; A. Valdes, *The Virgin of Guadalupe...*, s. 10.

4.6 Kult Maryi z Guadalupe – pytania i wątpliwości

Objawienie Matki Bożej dokonało się w bardzo szczególnym czasie, gdy hiszpańscy misjonarze podjęli w Nowej Hiszpanii krucjatę przeciwko pradawnym wierzeniom i rytuałom miejscowych Indian. W ich miejsce wprowadzali doktrynę nowej, nieznanej wiary. Wtedy to doszło do objawień maryjnych, które diametralnie odmieniły losy Nowego Świata. Ponieważ zdarzyły się one w najbardziej dogodnym dla potrzeb ewangelizacyjnych momencie, od samego początku budziły wiele kontrowersji. Przybrały one na sile pod koniec XVIII w., gdy rozpoczęto na większą skalę badanie historycznych dokumentów[769].

Materiały źródłowe dotyczące okoliczności XVI wiecznych wydarzeń w Nowej Hiszpanii wydarzeń są skąpe a ich pochodzenie i interpretacja do dzisiaj budzą spory wśród historyków. W wyniku ścierania się krańcowo różnych opinii wokół kultu Madonny z Guadalupe narosło wiele mitów i legend[770].

Niewiara w prawdziwość objawień w Lourdes, czy też w Fátimie, nie implikuje podważania historycznego istnienia postaci Franciszka, Łucji, Hiacynty czy Bernadety. Świadczą o tym dokumenty, fotografie i świadectwa osób, które żyły w tym samym czasie i były świadkami wydarzeń towarzyszących objawieniom. Przypadek Guadalupe, w kontekście dokumentacji historycznej, jest odmienny. Najbardziej kontrowersyjną a równocześnie kluczową kwestią dotyczącą objawień jest osoba Juana Diego. Jego tożsamość i historyczne istnienie poddawana jest w wątpliwość. Pomimo tego, objawienia Matki Bożej w Guadalupe zostały uznane przez Kościół katolicki a Juan Diego jako pierwszy w dziejach Indianin został wyniesiony na ołtarze. Nie zakończyło to jednak spekulacji na temat prawdziwości objawień, a wręcz przeciwnie, wzmogło je jeszcze bardziej[771].

Uwagę historyków zwraca fakt, iż wzmianki na temat objawień pojawiają się dopiero w dokumentach datowanych na połowę XVII w. Jednym z koronnych argumentów przemawiającym przeciwko prawdziwości objawień jest milczenie na ten temat biskupa Juana de

[769] Polemika związana z dokumentacją objawień i osób biorących w nich udział, wraz z odwołaniem się do dostępnych źródeł: D. A. Foley, *Marian Apparitions...*, s. 8.

[770] M. L. Portilla, *El destino de la palabra. De la oralidad y los glifos mesoamericanos a la escritura alfabética*, México D. F. 1996, s. 19-71.

[771] M. Lundberg, *Unification and conflict...*, s. 200; A Beatty, *The Pope in Mexico: Syncretism in Public Ritual*, „American Anthropologist", 108/2, 2006, s. 273.

Zumárragę, rzekomego świadka dokonania cudu. W żadnym napisanym przez siebie liście, ani tekście o nich nie wspomniał. Po powrocie do Hiszpanii, przedstawił szczegółowy opis swojej pracy w Meksyku, ale także i tu nie umieścił najmniejszej wzmianki o objawieniach[772]. Brak takich informacji w spuściźnie biskupa sugerowałby, że meksykańskie objawienia nigdy nie miały miejsca. Według jednej z wersji biskup Zumárraga w czasie objawień przebywał w Europie a zatem w żaden sposób nie mógł być uczestnikiem zdarzeń związanych z objawieniami[773].

Wielu historyków podważa istnienie Juana Diego także ze względu na małą liczbą i wątpliwą wiarygodnością materiałów źródłowych, w których istnieją zapiski o wizjonerze. Logiczną konkluzją negacji historyczności Indianina jest odrzucenie całej historii objawień. Nie znaczy to jednak, że nie ma dokumentów, które wspominałyby o świętym. Dokumenty, na które powołuje się Kościół datują śmierć Juana Diego na rok 1548. Według tradycji szczątki świętego spoczęły po jego śmierci w miejscu pierwszych pustelni zbudowanych przy wzgórzu Tepeyac, tam, gdzie obecnie wznosi się Kaplica Indian. W opublikowanym przez watykańską Kongregację do spraw Kanonizacyjnych dokumencie *Ioannis Didaci Cuauhtlatoatzin. Positio* figuruje informacja o miejscu pochówku Juana Diego, zgodnie z którą doczesne szczątki świętego zostały pochowane przy kaplicy *Parroquia de Indios*. Na ścianie kaplicy umieszczone jest epitafium informujące o tym fakcie. W latach 60. XX w. podjęto poszukiwania szczątków świętego, nie przyniosły one jednak spodziewanych rezultatów. Ich brak w domniemanym miejscu pochówku nie przesądza jednak o tym, że nigdy ich tam nie było. Burzliwe dzieje Meksyku, polityczne i religijne zawieruchy w kraju mogły być mocnym impulsem do podjęcia przez duchownych i wiernych Kościoła katolickiego działań mających na celu ochronę szczątków wizjonera. Bardzo prawdopodobne jest, że w latach prześladowań katolików, podczas powstania Cristeros, szczątki obecnego świętego mogły zostać przeniesione w inne, bezpieczne miejsce z obawy przed ich profanacją, a miejsce owo pozostało do dzisiaj tajemnicą. W ten sam sposób chroniono po zamachu na święty obraz Matki Bożej z Guadalupe mającym miejsce w 1921 r., ukrywając obraz w miejscu, którego lokalizacja była znana zaledwie niewielkiej grupie wtajemniczonych osób.

[772] J. Gordon Melton, *The encyclopedia of religious phenomena*, Canton 2008, s. 133.

[773] Według tej wersji wydarzeń Zumárraga został wysłany na Nowy Kontynent w 1528 r., ale wkrótce powrócił do Europy, gdzie otrzymał mitrę biskupią. Ponownie powrócił do Nowej Hiszpanii w 1534 r. J. M. Zunzunegui, *El mito Guadalupano. Símbolo de Eterna Conquista*, México D. F. 2010, s. 26.

Wątpliwości dotyczące prawdziwości objawień wynikają także z datowania pierwszych wzmianek na ten temat i braku źródeł z pierwszych lat po objawieniach, szczególnie z okresu tak zwanej „dokumentalnej ciszy franciszkanów”[774]. Historyczne źródła meksykańskich objawień związane są z trzema kulturami: rdzenną indiańską, kulturą hiszpańskich kolonialistów oraz kulturą Metysów, potomków przedstawicieli dwóch poprzednich. Źródła rdzennych mieszkańców to głównie pieśni, hymny i wspomnienia, wiążące się głównie z tradycją ustną przekazywaną z pokolenia na pokolenie. Jest to zgodne z meksykańską tradycją kulturową, gdzie przekaz ustny był najważniejszą formą podtrzymywania tradycji. Historia objawień przekazywana była przez wieki w przekazach ustnych, w tradycyjnych tańcach, przedstawieniach i piktogramach[775].

Historia objawień pojawiła się po raz pierwszy w formie drukowanej w 1648 r. w wydanej przez Miguela Sáncheza książce *Imagen de la Virgen Maria*. Niecały rok później ukazała się praca napisana w języku nahuatl przez Luis Lasso de la Vega zatytułowana *Huei Tlamahuiçoltica* (Przez wieki cud). Rozpoczyna ją rozbudowany opis serdecznych dialogów pomiędzy Matką Bożą a Juanem Diego w czasie objawień. Ta część znana jest jako *El Nican Mopohua*[776]. W dalszej części pracy opisane zostało 14 cudów przypisywanych wstawiennictwu Matki Bożej z Guadalupe. Lektura tego tekstu rodzi wątpliwości co do prawdziwości ich świadectwa tym bardziej, że spisane ono zostało w konwencji baśniowej. *El Nican Mopohua* pełen jest symboliki oraz stwierdzeń i sformułowań, które mają znaczenie religijne i duchowe[777]. W opowieści o objawieniach zawarte są rozmowy między Matką Bożą i Juanem Diego, oraz między Juanem Diego i miejscowym biskupem. Tych konwersacji nie należy jednak traktować w dosłowny

[774] *Our Lady of Guadalupe. Historical Sources*, „L'Osservatore Romano”, Weekly Edition in English, 2002, s. 8, http://www.ewtn.com/library/mary/ladyguad.htm [dostęp 10.09.2014].

[775] A. M. Novoa, *Lessons from La Morenita Del Tepeyac*, „Journal of Law and Religion”, 20/1, 2004-2005, s. 270. *Morenita del Tepeyac* – w j. hiszp. *morenita* znaczy „czarnulka”, zdrobnienie od słowa *morena* – brunetka. Określenie to stosowane jest w Meksyku do opisu kobiety o ciemnej karnacji i czarnych włosach. Są to charakterystyczne cechy urody meksykańskich kobiet.

[776] tekst w j. angielskim http://basilica.mxv.mx/web1/-apariciones/Relato/Ingles.html [dostęp 9.09.2013].

[777] Od końca XVII w. badacze zaczęli uznawać, że autorem tekstu *Nican Mopohua* jest Indianin Antonio Valeriano (ok. 1520-1605), genialny latynista, tłumacz łacińskich klasyków na języku nahuatl. Twierdzenie o autorstwie Valeriano ukazał się w książce pt Piedad Heroica (1689), napisanej przez meksykańskiego uczonego Carlos Sigüenza y Góngora, który twierdził, jakoby posiadał rękopis działa pozostawiony przez Valeriano. Obecnie autorstwo Valeriano jest częścią uznanej przez Kościół tradycji. M. Lundberg, *Unification and conflict...*, s. 202-203.

sposób. Zastosowana retoryka używająca wzniosłych słów i licznych powtórzeń, miał bowiem oddawać nastrój, jaki towarzyszył tym spotkaniom[778].

Wśród źródeł pisanych zachowała się korespondencja jezuity José'go de Acosta z meksykańskim jezuitą Juanem de Tovar. Ich wiarygodność potwierdzają współcześni badacze kultury *nahuatl*, tacy jak Miguel León Portilla[779]. Źródła epistolarne niemal w całości związane są z jurysdykcją hiszpańską. Wiele wzmianek o wydarzeniach związanych z objawieniami Matki Bożej z Guadalupe zachowało się w dokumentach kościelnych, zapisach testamentalnych, dotacjach na cele kościelne związanych z łaskami, jakich darczyńcy doznali za wstawiennictwem Matki Bożej z Guadalupe. Inne odnoszą się do sporu pomiędzy franciszkańskim prowincjałem Francisco de Bustamante a drugim arcybiskupem Meksyku dominikaninem Alonso'em de Montúfar[780] a także do dysput prowadzonych z hieronimitami z hiszpańskiej Estremadury. W źródłach administracyjnych, na mapach Nowej Hiszpani naniesiona jest pierwsza świątynia, która została wzniesiona na wzgórzu Tepeyac.

Jednym z argumentów wysuwanych przeciw cudownemu powstaniu guadalupiańskiego przedstawienia Madonny jest jego wartość artystyczna. Obraz powstały w wyniku bożej

[778] A. M. Novoa, *Lessons from La Morenita...,* s. 271; M. Lundberg, *Unification and conflict...*, s. 200; W nowoczesnych objawieniach, mających miejsce w czasie ostatnich dwóch wieków wizjonerzy również mieli problem z wyrażeniem zjawisk, które były ich udziałem. W tym celu wystarczy prześledzić relacje Bernadette, której objawiła się Matka Boża w Lourdes, oraz pastuszków, opowiadających o objawieniach. Trudno im było wyrazić słowami doświadczenia towarzyszące objawieniom. Pojawiają się w ich opowieściach określenia „nieziemski", „cudowny", „piękniejszy od czegokolwiek, co można zobaczyć lub sobie wyobrazić". Ich opowieści są jednak bardziej wiarygodne ze względu na fakt, że przedstawiane przez bezpośrednich uczestników wydarzeń. S. Horsvall, *The Experience of Marian Apparitions and The Mary Cult*, „The Social Science Journal", 37/3, 2000, s. 381.

[779] M. L. Portilla, *El Destino de la palabra...*, s. 19-71.

[780]Alonso de Montúfar piastował stanowisko arcybiskupa Nowej Hiszpanii od 1554 r. do śmierci w 1572 r. Był gorącym orędownikiem kultu Matki Bożej z Guadalupe, zatwierdził i promował poświęcone jej nabożeństwo. Francisco de Bustamante był krytykiem omawianego kultu. W wygłoszonym 8 września 1556 r. kazaniu potępił rozwijający się kult Matki Bożej z Guadalupe, twierdząc że szkodzi on ewangelizacji Indian. Zarzucił przy tym arcybiskupowi Alonso de Montúfar popularyzowanie cudów związanych z umieszczonym na wzgórzu Tepeyac obrazem bez uprzedniej weryfikacji ich autentyczności. Ten incydent otworzył spór, w który, w ciągu kilku stuleci było zaangażowanych wielu historyków, zwolenników i przeciwników autentyczności historii objawień M. Lundberg, *Unification and conflict...*, s. 206, 210-211, E. O'Gorman, *Destierro de sombras...*, s. 81-86. Zob. także J. Lafaye, *Quetzalcóatl and Guadalupe...*, s. 238-241;S. Poole, *The Guadalupan Controversies in Mexico*, Stanford 2006, s. 229; L. Illades, M. T. Petlacalco Moreno, *Conciencia novohispana y religiosidad. Sobre los orígenes del conflicto de la identidad mexicana. Historia de México colonial, siglos XVI-XVIII*, https://www.academia.edu/3641118/Destierro_De_Sombras [dostęp 17.12.2014].

interwencji powinien być wyjątkowy i niepowtarzalny. Wizerunek Madonny z Guadalupe według wielu znawców sztuki do takich nie należy, będąc przy tym dziełem o niewielkich walorach artystycznych. Nie powinno się przy tym mówić o jego niepowtarzalności i wyjątkowości, jako że obraz cechuje duże podobieństwo do powstałych wiele lat wcześniej znanych dzieł europejskich artystów. Poszukiwania pierwowzoru ikonograficznego i artystycznego obrazu guadalupiańskiej Maryi doprowadziły do wskazania dzieł, na których mógł wzorować się twórca meksykańskiego obrazu. Podobieństwo to jest szczególnie widoczne przy porównaniu wizerunku meksykańskiej Madonny z obrazem *Madonna del Soccorso*, namalowanym przez włoskiego artystę Melanzio Francesco w 1509 r., a zatem wiele lat przed objawieniami[781]. Autorzy internetowych wpisów swoje wątpliwości dotyczące autentyczności objawień często opierają na podobieństwie meksykańskiego obrazu do postaci *Virgen del Coro* znajdującej się w chórze klasztoru w Sanktuarium Matki Bożej z Gaudalupe w miejscowości Guadalupe w środkowej Hiszpanii, w prowincji Caceres. Powstanie tego przedstawienia datowane jest na koniec 1499 r. Wspomniane przedstawienia Madonny to tylko przykłady obrazów, do których guadalupiański wizerunek wykazuje podobieństwo, można ich bowiem wskazać więcej. Wspominają o nich autorzy różnych prac podejmujących tematykę guadalupiańskiego kultu[782].

[781] Efrat El-Hanany, *Beating the Devil: Images of the Madonna Del Soccorso in Italian Renaissance Art*, Indiana University 2006, s. 209-210; Na podobieństwo meksykańskiego wizerunku do europejskich prac z tego okresu wskazują także meksykańscy historycy badający fenomen guadalupiańskiego kultu. Zob. np. E. O'Gorman, *Destierro de sombra...*, s. 145, 281.

[782] J. Lafaye, *Quetzalcóatl and Guadalupe*..., s. 236.

Ilustracja 12. *Madonna del Soccorso, pędzla Melanzio Francesco (1509r.), Madonna Giovanni'ego pędzla Mansueti (obraz datowany z przed 1527r.), Madonna z Guadalupe (1531r.)*



Źródło: 1. *http://edusens.blogspot.com/2014/08/madonna-zdecydowana.html, 2., 3. fotografie własne, 4. La Virgen del Coro (klasztor w Guadalupe, Ekstremadura, Hiszpania 1498 r.)*

Madonna z Guadalupe ma niemal identyczny wyraz twarzy, wzór szaty i płaszcza. Różnica pomiędzy przedstawieniami wiąże się z sytuacją, w jakiej uwieczniony został każdy z wizerunków. *Madonna del Soccorso* została przedstawiona z biczem w ręku, którym odgania szatana od małego Jezusa, natomiast Madonna z Guadalupe dopiero oczekuje przyjścia na świat swojego dziecka[783]. Przedstawień Madonny przypominających guadalupiański obraz jest więcej. Na szczególną uwagę zasługuje wykonana przed 1527 r. praca włoskiego malarza Giovanni'ego Mansueti. Na obrazie występuje wyraźne i niezaprzeczalne podobieństwo otaczającej postać Madonny mandorli i anioła podtrzymującego księżyc, na którym stoi Maryja do elementów uwidocznionych na meksykańskim wizerunku. Badacze zaprzeczający cudownemu pochodzeniu obrazu podają, że twórcą wizerunku jest Indianin Marcos Cipac de Aquilar a jako datę powstania obrazu podają zwykle rok 1555[784]. Podkreślają przy tym, że obraz jest dziełem marnym

[783] M. Oleszkiewicz-Peralba, *The Black Madonna...*, s. 56.

[784] S. Poole, *The Guadalupan Controversies in México*, Stanford 2006, s. 216-218; Niektórzy badacze, choć poddają w wątpliwość cudowne pochodzenie obrazu, uznają, że jest on natchnionym wizerunkiem, przez który działa szczególna moc Boża. Podobnie Nican Mopohua, nawet jeśli jest jedynie tworem ludzkiej wyobraźni, stanowi według nich ważny duchowy fundament meksykańskiego Kościoła. D. A. Brading, *Mexican Phoenix...*, s. 367. Zob. także: J. M. Zunzunegui, *El mito Guadalupano. Símbolo de Eterna Conquista*, México D. F. 2010, s. 54; E. A. Ortiz-Ramirez *The Virgin of Guadalupe and Mexican Nationalism. Expressions of Criollo Patriotism in Colonial Images of the Virgin of Guadalupe*, Reno 2011, s. 4, 37-38.; Autorzy niektórych opracowań jako datę powstania obrazu Madonny z Guadalupe podają rok 1556, przyjmując, że został on namalowany na krótko przed wygłoszeniem wspominanego wcześniej kazania ojca Francisco de Bustamante. H. M. S. Phake-Potter, *Nuestra*

i nieprofesjonalnym, chociażby ze względu na błędy w perspektywie niektórych elementów[785]. Wskazuje się również na to, że objawienia na wzgórzu Tepeyac odbyły się dokładnie według tego samego schematu, jak w hiszpańskiej Estremadurze. Widoczne jest duże podobieństwo w przekazie kierowanym przez Matkę Bożą do wizjonerów w trakcie objawień. Podobny też był status i sytuacja życiowa obydwu wizjonerów[786]. Zbieżności te wskazują, że cud w Nowym Świecie był jedynie wzorowaną na hiszpańskich objawieniach sprytną mistyfikacją, która ostatecznie stała się potężnym katalizatorem ewangelizacji Nowego Świata[787].

Kolejnym spornym elementem jest miejsce objawień. Według tradycji katolickiej dokonały się w miejscu, w którym uprzednio znajdowała się świątynia azteckiej bogini *Tonantzin*. Jak twierdzi część badaczy, sprytne zastąpienie azteckiej bogini na chrześcijańską Matkę Boga mogło skutkować łagodnym, niemal niezauważonym przejściem z jednego, do innego, zupełnie nowego kultu. Tłumaczenie to nabiera sensu szczególnie w kontekście faktu, że Aztekowie czcili wielu bogów, stąd przyjęcie kolejnego nie było dla nich problemem. Wiele miejsc kultu stało się świadkami zwykłej wymiany starych bogów na nowych[788]. Aby włączenie do panteonu azteckich bóstw dokonało się w sposób całkowity, należało Indianom dostarczyć figurę lub obraz, któremu Indianie oddawaliby cześć. I tu swoją rolę odegrał Alonso de Montúfar, drugi biskup Meksyku, zlecając indiańskiemu artyście Marcosowi Cipac'owi wykonanie obrazu metyskiej Madonny. Po wykonaniu pracy przez malarza, do obrazu została dołączona cudowna historia jego

---

Señora de Guadalupe. La Pintura, La Leyenda y La Realidad. Una Investigación Arte-Histórica e Iconológica, „Cuadernos de Arte e Iconografía", 24/12, 2003, s. 365-366, także E. O'Gorman, *Destierro de sombra...*, s. 146.

[785] L. J. Schwebel, *Apparitions, Healings, and Weeping Madonnas: Christianity and the Paranormal*, Mahwah 2004, s. 36.

[786] A. Valdes, *The Virgin of Guadalupe...*, s. 6, Zob.także: T. Sennott, *Acheiropoeta. Not Made by Hands. Miraculous Image of Our Lady of Guadalupe and the Holy Shroud of Turin,* San Francisco 1999, s. 28-30.

[787] Niektórzy autorzy twierdzą, że objawienia w Guadalupe zostały wymyślone przez hiszpańskich misjonarzy na potrzeby ewangelizacji Indian. Z przekonaniem tym nie zgadza się jeden ze znanych badaczy meksykańskiej pobożności i kultu guadalupiańskiej Maryi, Stafford Poole. Według niego historia objawień nie była znana przed 1648 r., w którym to roku została opublikowana. Od tego dopiero czasu Matka Boża z Guadalupe stała się centralną osią meksykańskiej pobożności. S. Poole, *Our Lady of Guadalupe. The Origins and Sources of a Mexican National Symbol, 1531-1797*, Tuscon 1995, s. 220.

[788] R. J. Blancarte, *México: A Mirror for the Sociology...*, s. 711.

powstania[789]. Taką postać przyjmuje najczęstszy scenariusz wydarzeń meksykańskich podawany przez badaczy odrzucających cud objawień.

Tilma z uwiecznionym wizerunkiem wielokrotnie poddawana była naukowym badaniom. Zgodnie z wynikami większości badań materiał został wykonany z włókien agawy, i jako taki nie powinien był dotrwać do dzisiejszych czasów. Trwałość tego typu tkaniny zwykle nie przekracza 20 lat, po tym czasie ulegając całkowitej degradacji.

W 1929 r. oficjalny fotograf bazyliki Alfonso Marcué wielokrotnie powiększając zdjęcie twarzy Matki Boskiej odkrył w jej prawym oku odbicie obrazu brodatego mężczyzny. Badania, które ze względu na antyreligijną politykę państwa nie mogły być kontynuowane, zostały podjęte ponad 20 lat później. W 1936 r. niemiecki uczony Richard Kühn, późniejszy laureat nagrody Nobla w dziedzinie chemii (1938 r.) przeprowadził dokładne analizy obrazu. Stwierdził na ich podstawie, że barwniki tworzące kolory na materiale nie są pochodzenia ani roślinnego, ani zwierzęcego, ani także mineralnego. Dodał także, że obraz sprawia wrażenie jakby włókna najpierw zostały wybarwione a dopiero potem utkane w zagadkowy sposób tworząc wizerunek[790]. W 1946 r. Jesús Castaño wykonał w podczerwieni zdjęcia obu stron tilmy i na ich podstawie stwierdził brak jakichkolwiek śladów pędzla lub innego znanego narzędzia, którym mogłoby być wykonane malowidło. W latach 1954 i 1963 badania obrazu przeprowadził hiszpański specjalista w dziedzinie technik malarskich Francisco Camps Ribera. Także on nie odnalazł na obrazie śladów pędzla i gruntowania malowidła.

W latach 60. XX w. w dwóch niezależnych badaniach naukowcy odkryli występujące w oczach Maryi zjawisko Purkyniego-Sansona, polegające na odbiciu w źrenicach patrzącego obserwowanych obiektów. Efekt ten jest charakterystyczny dla żywego, ludzkiego oka. Zjawisko to występuje na fotografiach, nie ma natomiast możliwości uzyskania go na obrazie. Obiektami, które dostrzeżono, była grupa osób, w domniemaniu kluczowe postacie meksykańskich objawień[791]. W kolejnych latach badania wielokrotnie były powtarzane z wykorzystaniem coraz to nowocześniejszych narzędzi technologicznych. Potwierdzały one wyniki wcześniejszych badań – technika wykonania obrazu nadal pozostawała zagadkę, nie dając się wyjaśnić w żaden

[789] S. Gruzinski, *La guerra de las imágenes. De Cristóbal Colón a "Blade Runner" (1492-2019)*, México 1994, s. 104.

[790] M. Zires, *Los mitos de la Virgen de Guadalupe. Su proceso de construccion y reinterpretacion en el México pasado y contemporaneo*, „Estudios Mexicanos", 10/2, 1994, s. 302.

[791] J. B. Smith, *The Image of Guadalupe*, Leominster 1994, s. 54-56.

racjonalny sposób. W 1981 r. mieszkający w Meksyku specjalista w dziedzinie obrazów cyfrowych José Aste Tönsmann odkrył w oczach Madonny 13 przedstawień postaci, a także potwierdził istnienie na malowidle stwierdzonego już wcześniej przez badaczy zjawiska Purkyniego-Sansona[792]. Grupa badaczy poddała interpretacji konfigurację gwiazd zdobiących płaszcz okrywający Maryję. Odkryli oni, że odpowiada ona konstelacji gwiazd nad Meksykiem w dniu 12.12.1531 r.[793]Pozostaje jednak kwestią dyskusyjną jakość wielu przeprowadzonych badań, jak również ich rzeczywiście naukowy charakter.

Wszystkie wspomniane wyżej argumenty przemawiające za nadzwyczajnym pochodzeniem obrazu są podważane przez sceptyków. Twierdzą oni, że tkanina wykonana została z lnu i jako taka miała prawo przetrwać wiele setek lat, nie doznając przy tym uszczerbków. Twierdzą także, że obraz wykonany został tradycyjnymi metodami, bez jakiejkolwiek nadprzyrodzonej a tym bardziej boskiej ingerencji. W przeszłości mocno też on ucierpiał i był wielokrotnie poddawany naprawom i renowacji. W opracowaniach dowodzących nieprawdziwości nadnaturalnych właściwości obrazu wiele miejsca poświęca się analizie okoliczności i sposobu przeprowadzania poprawek na obrazie[794]. Władze kościelne nigdy jednak nie zaprzeczały, że obraz uległ pewnym modyfikacjom. Wizerunek Maryi dostosowywany był do potrzeb epoki i sytuacji politycznej i religijnej[795].

Polemika na temat prawdziwości objawień rozgorzała ze szczególną mocą w związku z planowaną beatyfikacją Juana Diego. W czasie poprzedzającym beatyfikację grupa badaczy poddawała w wątpliwość historyczność postaci Indianina. W ich szeregach znalazł się także ówczesny opat bazyliki Guillermo Schulenburg Prado. Krótko przed beatyfikacją Juana Diego, oświadczył on, że Indianin nie jest postacią historyczną, a zatem nadużyciem jest podniesienie do rangi błogosławionego kogoś, kto jest tylko bohaterem legendy. W 1995 r. w wywiadzie udzielonym dla meksykańskiej gazety „Ixtus, Espíritu y Cultura" Schulenburg stwierdził, że nie

[792] J. A. Tönsmann, *El Secreto de Sus Ojos. Estudio digital de las imágenes reflejadas en los ojos de la Virgen de Guadalupe*, Peru 2004, s. 55-120.

[793] C. Anderson, E. Chávez Sánchez, *Our Lady of Guadalupe. Mother of the Civilization of Love*, New York, s. 30, 35; F. González Fernández, *Guadalupe: pulso y corazon...*, s. 170; M. Zires, *Los mitos de la Virgen ...*, s. 302.

[794] J. F. Peterson, *Creating the Virgin of Guadalupe. The Cloth, The Artist, and Sources in Sixteenth-Century New Spain*, „The Americas", 61/4, 2005, s. 572; Por. Jody Brant Smith, *The Image of Guadalupe*, s. 14-15.

[795] Najistotniejsze modyfikacje obrazu dotyczą korony która została domalowana, a następnie usunięta ze skroni Maryi, długości jej palców, obecności na obrazie anioła podtrzymującego postać Matki Bożej kojarzonego z postacią Juana Diego.

zostało udowodnione istnienie Juana Diego a Kościół powinien unikać sytuacji, w których traci wiarygodność. Kontynuując dodał, że objawienia Indianina są symbolem, a nie rzeczywistością. W tym samym roku wywiad przedrukowało włoskie pismo „30 giorni". Następstwem wypowiedzi była utrata dobrego imienia oraz stanowiska opata, które Schulenburg piastował przez 33 lata, pomiędzy 1963 a 1996r.[796]

Podobnie kontrowersje wzbudziła decyzja o kanonizacji Juana Diego. Rozpoczęły się dyskusje, kto tak naprawdę został wyniesiony na ołtarze. Spekulacjom poddawane były także faktyczne przyczyny kanonizacji Juana Diego. Pojawiały się głosy, że kanonizacja Juana Diego była politycznym posunięciem Kościoła katolickiego[797]. Kanonizacja miała miejsce w czasie przełomowym dla meksykańskiego państwa, zaledwie dwa lata po zakończeniu rządów partii PRI[798], która nieprzerwanie sprawowała władzę od 1929 r., prowadząc politykę restrykcyjną w stosunku do Kościoła i ograniczającą jego wpływy na życie obywateli. Nieodosobniona była opinia, że wyniesienie na ołtarze Indianina miało na celu przysporzenie Kościołowi katolickiemu popularności w Ameryce Południowej.

[796] L. Hall, Mary, *Mother and Warrior...*, s. X, 152-153. Zob. także H. M. S. Phake-Potter, *Nuestra Señora de Guadalupe...*, s. 384; Szerzej na temat stanowiska opata G. Schulenburga zob. S. Poole, *The Guadalupan Controversies...*, s. 145, 159-164; Ciekawy punkt widzenia zaprezentował Jacques Lafaye. Stwierdził on, że nie powinno się szukać odpowiedzi na pytanie czy obraz Matki Bożej z Guadalupe jest wynikiem cudu, czy powstał jako dzieło ludzkich rąk. Problem tkwi w zrozumieniu co sprawiło, że tak wielu ludzi uwierzyło i wierzy do dzisiaj w cudowny charakter obrazu czczonego na wzgórzu Tepeyac. J. Lafaye, *Quetzalcóatl and Guadalupe...*, s. 299.

[797] Por. A Beatty, *The Pope in México...*, s. 273.

[798] j. hiszp. *Partido Revolucionario Institucional* (Partia Rewolucyjno-Instytucjonalna).

Rozdział 5. Wizerunek Madonny z Guadalupe w internecie

Choć objawienia w Nowej Hiszpanii w XVI w. zostały uznane za prawdziwe a Juan Diego został ogłoszony świętym Kościoła katolickiego, meksykański cud pozostaje nadal tematem burzliwych dyskusji. I chociaż katolików obowiązuje zasada *Roma locuta – causa finita,* to wielu z nich ma wątpliwości związane z kultem Matki Bożej z Guadalupe. Jej wizerunek zaistniał w różnych sferach życia publicznego i środowiskach nie mających często żadnego związku z tradycją katolicką. Postać meksykańskiej Madonny wykorzystywana jest w różnorakich kontekstach stając się uniwersalną patronką grup społecznych o rozbieżnych interesach. Głównie jest ona świętą ikoną katolików z całej Ameryki Łacińskiej, ale czczą ją również przeciwnicy zinstytucjonalizowanej religii. Dla katolickich wiernych jest symbolem siły, meksykańskiej tożsamości, wzorem chrześcijańskiej kobiety i matki. Natomiast środowiska feministyczne uczyniły z niej symbol walki z ksenofobią i zacofaniem[799]. Dyskusyjność jej kulturowej funkcji zaznaczyła się w ostatnim czasie na stronach internetowych, blogach i portalach społecznościowych. Pod większością zamieszczanych w sieci treści, które odnoszą się do meksykańskich objawień, internauci pozostawiają wiele komentarzy przeradzających się w zaciekłe dyskusje.

5.1 Zarys kulturowego obrazu meksykańskiego społeczeństwa

Globalizacja i rozwój technologii komunikacyjnych sprawiają, że coraz częściej podejmują dialog ludzie, którzy odlegli są od siebie nie tylko geograficznie, ale i kulturowo. Użytkownicy sieci żyją w społecznościach, w których sposób postrzegania świata, wyrażania tożsamości i emocji, hierarchia wartości mogą w dużym stopniu różnić się pomiędzy sobą. Tymczasem

[799] M. Oleszkiewicz-Peralba, *The Black Madonna...*, s. 158-159.

podstawowym warunkiem umożliwiającym powodzenie międzykulturowej komunikacji jest rozumienie różnic kulturowych pomiędzy osobami nawiązującymi bezpośrednie relacje[800].

Już Jan Paweł II zwrócił uwagę na wagę kontekstu kulturowego w procesie komunikacji. W 1982 r. z jego inicjatywy została powołana Papieska Rada do Spraw Kultury, której jednym z kluczowych obszarów działalnosci jest nawiązywanie dialogu międzykulturowego. Zdaniem papieża na tym właśnie poziomie powstaje najwięcej nieporozumień, które zaburzają zdolność pojmowania komunikowanych treści przez przedstawicieli różnych kultur[801]. Tematykę porozumienia miedzykulturowego papież podjął w orędziu na Światowy Dzień Środków Społecznego Przekazu w 1984 r., podkreślając przy tym mocny związek pomiędzy kulturą, wiarą i komunikowaniem: *Kultura, wiara i komunikowanie to trzy rzeczywistości, między którymi istnieje związek, od którego zależy teraźniejszość i przyszłość naszej cywilizacji, wezwanej do tego, by w coraz pełniejszy sposób wyrażać się w swym wymiarze globalnym*[802].

Pierwszym, podstawowym warunkiem zrozumienia różnic międzykulturowych jest świadomość ich istnienia. Amerykański etnolog Edward T. Hall dokonał podziału kultur ze względu na sposób komunikowania się ich członków na wysokokontekstowe i niskokontekstowe. Kluczowym czynnikiem jego teorii jest kontekst odnoszący się do okoliczności, w których komunikacja ma miejsce. Kultury wysokiego kontekstu są według tej klasyfikacji kulturami wieloznacznymi, w których przekaz informacji zawarty jest nie wprost w jej sformułowaniu, ale „między wierszami". Każda forma wypowiedzi nie powinna być traktowana więc dosłownie, jako że dwie identyczne treściowo wypowiedzi mogą mieć diametralnie różne znaczenie. Zasadnicze informacje zawarte są bowiem w kontekście, a nie tylko w wypowiadanych słowach.

Przedstawiciele kultury wysokiego kontekstu wyraźnie oddzielają „swoich" od „obcych", tworzą społeczeństwa kolektywne, dobro grupy stawiają ponad ambicjami i samorealizacją indywidualną. W tych społecznościach panuje sztywna, ustalona hierarchia akceptowana i respektowana przez wszystkich jej członków. Cenione jest posłuszeństwo i konformizm, preferowane autorytarne przywództwo. W kulturach tak zwanego niskiego kontekstu, nazywanych inaczej jednoznacznymi, komunikowanie następuje w sposób bezpośredni,

[800] A. Zięba, *Język a kultura. Komunikacja werbalna w wybranych polskich, brytyjskich i amerykańskich programach telewizyjnych*, „Investigationes Linguisticae", XVI, 2008, s. 250.

[801] K. Pokorna-Ignatowicz, *Kościół w świecie mediów...*, s. 127.

[802] Jan Paweł II, Orędzie na XVIII Światowy Dzień Środków Społecznego Przekazu *Środki przekazu społecznego pomostem między wiarą i kulturą*, 5, „L'Osservatore Romano" (wyd. polskie), 5, 1984, s. 4.

w słowach i jednoznacznych gestach. Kontekst nie jest istotny dla zrozumienia przekazu, gdyż jego znaczenie jest dosłowne i wyraźnie sprecyzowane[803].

Społeczeństwo meksykańskie reprezentuje typ kultury wysokiego kontekstu. Jedną z cech charakteryzujących społeczności należące do tego typu kultury jest specyficzny sposób formułowania informacji. Nie są one przekazywane w sposób dosłowny, a ich znaczenie wynika z przekazu zarówno z werbalnego jak i niewerbalnego a także z kontekstu sytuacyjnego i kulturowego[804]. I choć komunikacja niewerbalna jest ważna w większości, jeśli nie wszystkich kulturach świata, w Meksyku gesty, mimika, spojrzenia, przyjmowana postawa a także sposób ubierania się ujawnia ważne elementy przekazywanej informacji[805]. Istotną rolę odgrywa kontekst, w jakim słowa zostały wypowiedziane lub umieszczony został dany tekst. Komunikowanie i przekaz informacji w dużym stopniu opiera się na intuicji. Dużą rolę odgrywają aluzje, podteksty i przekazy pośrednie.

Charakterystyczną cechą przekazów w kulturach wysokiego kontekstu jest kwiecistość języka[806]. Wypowiedzi Meksykanów pełne są przenośni, aluzji i podwójnych znaczeń. Co najmniej tak ważne jak to, co się mówi jest to, jak się mówi. Wypowiadane kwestie okraszone są dramatyczną intonacją pełną emocji i pasji, a wielokrotne powtarzanie tych samych kwestii ma na celu podkreślenie ich wartości[807]. W latach 60. XX w. holenderski socjolog Geert Hofstede podjął podobne badania nad kulturą wysokiego kontekstu i uzyskał . Rozpoczęte przez niego badania kontynuowane były w następnych latach przez jego następców[808]. Potwierdziły one

---

[803] E. T. Hall, M. R. Hall, *Understanding Cultural Difference. Germans, French and Americans*, Yarmouth 1990, s. 6-10.

[804] P. Horsfield, *Introduction*, s. 4.

[805] M. Gannon, R. Pillai, *Understanding Global Cultures...*, s. 401; Zob. także M. M. Szurek, *O pozajęzykowych rodzajach wypowiedzi i sposobach ich istnienia*, [w:] *Sztuka i wypowiedź*, red. S. Sobolewski, R. Solewski, B. Stano, „Annales Universitatis Paedagogicae Cracoviensis", 69, 2009, s. 7-11; B. Sułkowski, *„Społeczne ramy kultury"...*, s. 8-9.

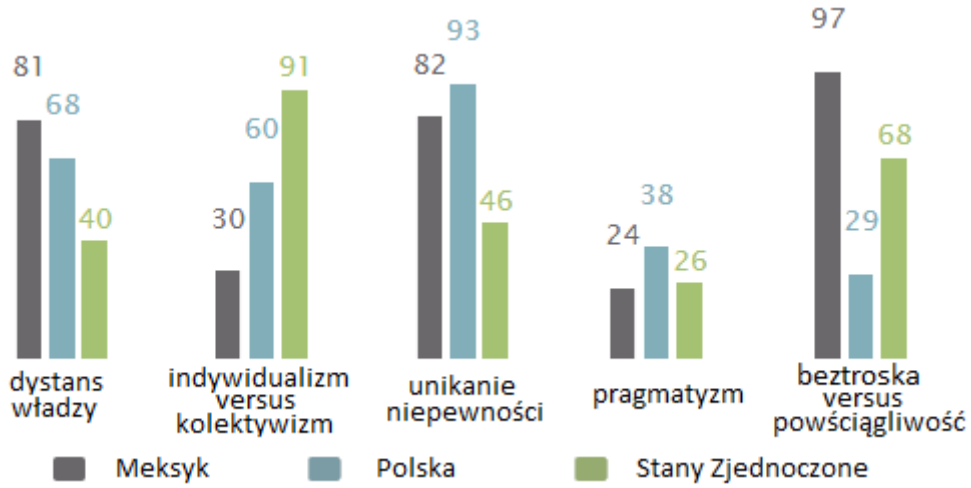
[806] Por. uwagi na temat *El Nican Mopohua*; Zob. R. Krzykała-Schaefer, *Międzykulturowe dylematy zarządzania organizacją w kontekście różnic polsko-niemieckich*, [w:] *Socjologiczne i psychologiczne problemy organizacji i zarządzania*, red. S. Banaszak, K. Doktór, Poznań 2007, s. 46-52.

[807] M. Gannon, R. Pillai, *Understanding Global Cultures...*, s. 405.

[808] Badanie zostało przeprowadzone na 117000 pracowników firmy IBM zatrudnionych w 66 krajach. Hofstede wykazał, że wzorce myślenia, odczuwania i zachowania są charakterystyczne dla przedstawicieli różnych narodów. Wyniki badań analizował w czterech wymiarach kulturowych: a) dystans władzy, b) unikanie niepewności, c) indywidualizm versus kolektywizm, d) męskość versus kobiecość. Michael Bond wzbogacił tę klasyfikację

zależność, według której różnice kulturowe pomiędzy społeczeństwem reprezentującym kulturę wysokiego kontekstu a społecznościami innego typu zaznaczają się w podejściu do hierarchii społecznej, roli kobiet w społeczeństwie, oraz umiejscowieniu jednostki w społeczności. Członkowie społeczeństw kultury wysokiego kontekstu przekładają dobro grupy ponad ambicje i rozwój jednostki. Szczególną pozycję w hierarchii wartości zajmują u nich tradycyjne wartości w tym lojalność i solidarność.

Wykres 1. *Różnice kulturowe w wybranych trzech krajach: Meksyku, Polsce i Stanach Zjednoczonych*



Źródło: *Opracowanie na podstawie wykresu wygenerowanego za pomocą skryptu umieszczonego na stronie HofstedeCentre, http://geert-hofstede.com/mexico.html [dostęp 28.08.2013]*

Wysoki wynik akceptacji nierówności społecznej[809] w Meksyku (81) wskazuje na podporządkowanie się przez mieszkańców tego kraju panującemu w nim hierarchicznemu porządkowi, w którym każdy zajmuje ustalone miejsce. Z tym wysokim wskaźnikiem łączy się również akceptacja autorytarności władzy a także wysoki stopień posłuszeństwa wobec rodziców i przełożonych. Wskaźnik ten mocno związany jest ze stopniem indywidualizacji życia, który jest

o czynnik nazwany perspektywą czasową, odnoszący się do długo lub krótkoterminowego nastawienia do życia. Michael Minkov uzupełnił ją o wymiar: pobłażliwość versus powściągliwość. Hofstede badał wpływ kultury na rozwój zasobów ludzkich w organizacjach, jednak wnioski z badań odnieść można do wielu innych zagadnień, w których jedną z kluczowych kwestii stanowi kultura. Okazuje się, że determinuje ona sposób zachowania człowieka na wielu płaszczyznach, w tym określa sposób formułowania wypowiedzi w kontaktach bezpośrednich i komputerowo zapośredniczonych.

[809] G. Hofstede, *The Cultural Relativity of Organizational Practices and Theories*, „Journal of International Business Studies", 14/2, 1983, s. 81-85.

w Meksyku stosunkowo niski (30). Meksykanie postrzegają swoje życie przez pryzmat wspólnoty, której są członkami. W społeczeństwach kolektywistycznych, do których należą Meksykanie, istotna jest troska o wspólnotę, odpowiedzialność za jej członków i zachowywana względem siebie lojalność[810]. W odmiennych, indywidualistycznych społeczeństwach ludzie troszczą się głównie o siebie i członków najbliższych rodzin, ceniona jest niezależność i samodzielność.

Podobnie niski wskaźnik oceniający poziom pragmatyzmu Meksykanów wskazuje na społeczeństwo o ustalonym, konserwatywnym sposobie myślenia utrwalonym przez wiele wieków tradycji. Meksykanie nie tylko akceptują zastany porządek społeczny, ale wykazują także wysoki stopień niechęci do zmian. Wysoka wartość wskaźnika określającego unikanie niepewności (82) świadczy o przywiązaniu do ustalonych zasad i sposobów zachowań a także o niskim stopniu akceptacji „niepewnego jutra".

Bardzo wysoki wskaźnik , który mówi o tym, w jaki sposób członkowie społeczeństwa starają się realizować swoje pragnienia związane ze spędzaniem wolnego czasu i rozrywką (93) ukazuje Meksykanów jako pozytywnie nastawionych do życia optymistów. Charakterystyczną cechą tej społeczności jest skłonność do zabawy i spędzania czasu wolnego według własnych upodobań. Meksykanie są ludźmi wyrozumiałymi i pobłażliwymi. Według Meksykańskiego Departamentu do spraw Turystyki liczba fiest w Meksyku oficjalnie świętowanych waha się każdego roku pomiędzy 500 a 600. Fiesty odbywają się z różnych powodów, wiążą się z uroczystościami takimi jak święta narodowe, rocznice historycznych wydarzeń w różnych miastach i regionach kraju. Ogromna liczba uroczystości organizowana jest ku czci świętych katolickich, patronów miast i miasteczek. Okazją do zabawy są też, podobnie jak w innych częściach świata, urodziny, chrzciny, wesela[811].

Zarysowane powyżej cechy meksykańskiej kultury w istotny sposób przekładają się na sposób tworzenia i odbierania komunikatów oraz przekazów w cyberprzestrzeni. Na meksykańskich stronach internetowych szczególnie często występują motywy rodzinne a także elementy nawiązujących do tradycji i tożsamości narodowej. Teksty zawierają typowo meksykańską terminologię, w tym przenośnie, powiedzenia a nawet nazwy świąt. Treści i obrazy

[810] M. Gannon, R. Pillai, *Understanding Global Cultures...*, s. 402.

[811] Tamże, s. 401.

na stronach internetowych odzwierciedlają charakterystyczny dla meksykańskiego społeczeństwa kolektywizm[812].

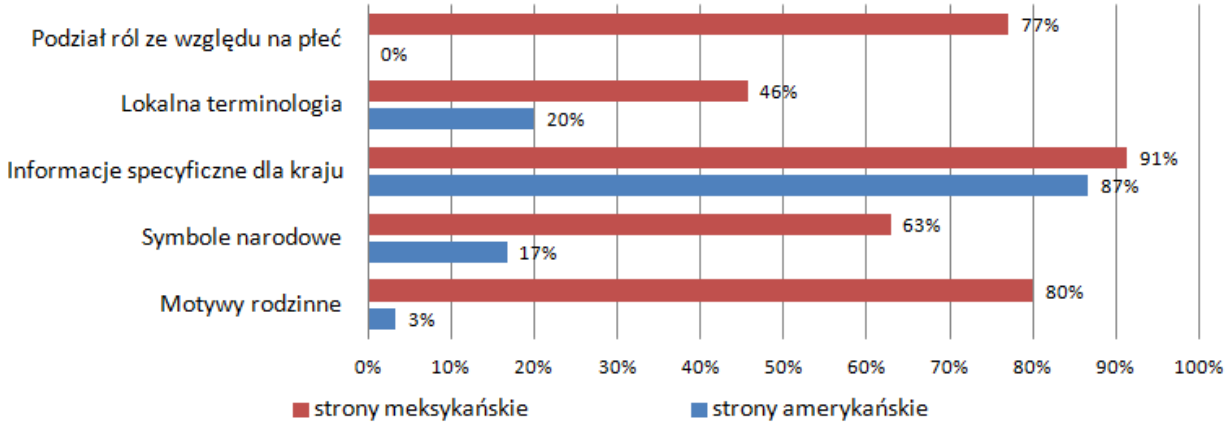
W 2004 r. zostały opublikowane wyniki badań, częściowo opartych na wcześniejszych ustaleniach Geerta Hofstede'a. Ich celem była analiza, w jakim stopniu publikowane strony internetowe odzwierciedlają wartości kulturowe danego kraju[813]. Analiza wyników potwierdziła, że strony WWW odzwierciedlają narodową naturę i charakterystyczne cechy społeczności. Badanie wskazało na zależność proporcji tekstu i obrazów umieszczanych na stronach internetowych od typu kultury. Zauważono, że w kulturach wysokiego kontekstu częściej wykorzystywane są elementy multimedialne oraz o wiele większy jest stosunek ilościowy obrazów do tekstu w porównaniu ze stronami internetowymi zaprojektowanymi w krajach należących do kultury niskiego kontekstu[814].

[812] N. Singh, D.W. Baack, *Web Site Adaptation: A Cross-Cultural Comparison of U.S. and Mexican Web Sites*, „Journal of Computer-Mediated Communication" ,9/4, 2004, http://onlinelibrary.wiley.com/doi/10.1111/j.1083-6101.2004.tb00298.x/full [dostęp 22.08.2013].

[813] Badanie podjęte przez Nitish Singh i Daniel W. Baack miało na celu wskazanie, w jaki sposób kultura narodowa wpływa na komunikację z członkami innych kultur. Wyniki badań, choć prowadzone były pod kątem działania przekazów reklamowych, wskazały, że różnice kulturowe w dużym stopniu wpływają na odbiór przekazu w każdej dziedzinie. Badanie miało charakter analizy porównawczej stron internetowych firm amerykańskich działających na rynku amerykańskim (30 witryn), firm amerykańskich z siedzibą w Meksyku (30 witryn), oraz firm meksykańskich (35 witryn). Autorka niniejszej pracy koncentruje się na wynikach porównawczych analizy badań stron internetowych firm, które publikowanych w Stanach Zjednoczonych i w Meksyku. Wybór krajów został podyktowany różnicami kulturowymi. Na potrzeby niniejszej pracy zostały wybrane wyniki analizy witryn amerykańskich i meksykańskich, działających na rodzimym terenie. http://translate.google.pl/translate?hl=pl&sl=en&u=http://onlinelibrary.wiley.com/doi/10.1111/j.1083-6101.2004.tb00298.x/full&prev=search [dostęp 12.09.2014].

[814] E. Würtz, *Intercultural Communication on Web sites. A Cross-Cultural Analysis of Web sites from High-Context Cultures and Low-Context Cultures*, „Journal of Computer-Mediated Communication", 11/1, 2006, s. 275.

Wykres 2. *Częstość występowania elementów kulturowych na stronach internetowych firm amerykańskich i meksykańskich działających na terenie swoich krajów*



Źródło: *Opracowanie na podstawie N. Singh, D. W. Baack, Web Site Adaptation: A Cross-Cultural Comparison of U.S. and Mexican Web Sites, http://onlinelibrary.wiley.com/doi/10.1111/j.1083-6101.2004.tb00298.x/full [dostęp 12.12.2013]*

Wyniki przeprowadzonych badań dowiodły, że internet nie jest medium kulturowo obojętnym a sposób prezentowania treści za jego pośrednictwem jest ściśle związany z cechami danej społeczności. Nie jest to niespodzianką, gdyż wcześniejsze badania dotyczące mediów tradycyjnych (prasa, radio, telewizja) prowadziły do podobnych wniosków. Projektowanie witryn dla użytkowników żyjących w różnych społecznościach kulturowych wymaga zastosowania specyficznych rozwiązań projektowych[815]. Niewerbalna komunikacja, do której należy np. „mowa ciała", na stronach internetowych zastępowana jest przez odpowiednie obrazy i animacje. Witrynę internetową określają dwa ściśle ze sobą skorelowane parametry: interfejs i zawartość treściowa. Zarówno strona graficzna, jak i treściowa mogą przedstawiać różne znaczenia zależności od narodowego kontekstu kulturowego. Badania, których wyniki zostały powyżej przedstawione ukazują, jak różny jest sposób postrzegania świata przez ludzi pochodzących z różnych etnicznych środowisk. Różnice te nie dotyczą jedynie sfery zawodowej, ale także prywatnej i tej najbardziej intymnej – religijnej.

[815] Stosowne badania związane z tą kwestią prowadzili m.in. Marcus i Gold w 2000 r., oraz Sheridan w 2001r. W celu wyznaczenia wytycznych do projektowania stron przeznaczonych dla użytkowników o różnych konotacjach kulturowych badacze przeprowadzili analizę zarówno komercyjnych jak i niekomercyjnych witryn sieci Web w celu identyfikacji relacji między rozwiązaniami projektowymi witryn a odniesieniami kulturowymi.

5.2 Kult Maryi z Guadalupe na stronach WWW

W tradycyjnych mediach informacje o Matce Bożej z Guadalupe pojawiają się dość rzadko i raczej związane są ze szczególnymi wydarzeniami takimi jak papieska pielgrzymka do Meksyku, widowiskowe obchody kolejnych rocznic meksykańskich objawień lub pojawienie się cudownego wizerunku meksykańskiej Maryi w innych miejscach. To co w tradycyjnych mediach jest tylko krótkotrwałym przekazem, w sieci żyje własnym życiem poprzez trwałą dostępność. Treści, które w szczególny sposób zainteresują internautów są powielane oraz przetwarzane, i w efekcie dostępne coraz szerszemu gronu użytkowników.

Tematyka Matki Bożej z Guadalupe poruszana jest na wielu stronach internetowych. Twórcami owych stron są zarówno pracownicy instytucji kościelnych, jak i wierni spontanicznie podejmujący inicjatywę propagowania kultu meksykańskiej Madonny. Na forach internetowych w pojawiających się dyskusjach przeważają wypowiedzi krytyczne, które w zamierzeniu ich autorów mają wykazać nieprawdziwość zatwierdzonego przez Kościół kultu. Największy problem nie tkwi jednak w prześmiewczych i ironicznych wpisach odnoszących się do objawień dokonywanych przez ludzi niewierzących. Problemem są nierzetelne, wprowadzające w błąd teksty umieszczane na oficjalnych stronach instytucji kościelnych, przy czym bywa, że ich autorami są osoby konsekrowane, na barkach których spoczywa odpowiedzialność reprezentowania nauki Kościoła katolickiego. Niestety zdarza się, iż ich wypowiedzi i teksty stoją w sprzeczności z oficjalną doktryną.

W dokumencie sporządzonym przez Papieską Radę do spraw Środków Społecznego Przekazu problem ten został ujęty w bardzo trafny sposób:

> [...] Obfitość witryn internetowych nazywających się katolickimi stwarza problem innego rodzaju. Jak powiedzieliśmy, grupy związane z Kościołem powinny być twórczo obecne w internecie; mające właściwe motywacje i wiedzę jednostki i grupy nieoficjalne działające z własnej inicjatywy mają także prawo istnienia. Nierozróżnianie ekscentrycznych interpretacji doktrynalnych, dziwacznych praktyk pobożnościowych, zachwalania różnych ideologii,

noszących etykietę „katolickie” od autentycznych poglądów Kościoła, mówiąc delikatnie, wprowadza zamęt[816].

Zamęt, o którym wspomina wyżej przywołany dokument wynika także z braku jednolitych kryteriów, według których użytkownicy internetu mogliby w łatwy sposób ocenić wiarygodność odwiedzanej strony. Ze względu na ogromną różnorodność form obecności Kościoła katolickiego w sieci, zostało podjętych wiele prób ich usystematyzowania. Jednym z częściej stosowanych kryteriów jest wiarygodność instytucji lub osób zarządzających stroną. Według takiej klasyfikacji wyróżnia się siedem głównych kategorii stron prezentujących katolickie treści. Pierwszą grupę tworzą oficjalne strony diecezjalne, parafialne, zakonne, sanktuaryjne, drugą natomiast strony serwisów informacyjnych. Kolejna grupa to strony wydawnictw katolickich. W czwartej grupie sytuują się strony problemowe, np. hagiograficzne. Piąta grupa to strony związane tematycznie z pielgrzymowaniem do świętych miejsc. W następnej kategorii znalazły się strony katolickich szkół i uczelni. W końcu ostatnią grupę stanowią blogi prowadzone przez osoby duchowne[817]. Zestawienie to na bieżąco należy uzupełniać ze względu na powstawanie nowych form wypowiedzi i dialogu. Większość katolickich stron wpisuje się w jedną z przedstawionych kategorii, chociaż rozbudowane, interaktywne witryny mogą łączyć w sobie cechy kilku wymienionych kategorii[818].

O tym, jak wiele kontrowersji budzi historia Matki Bożej z Guadalupe świadczą dyskusje prowadzone przez internautów na forach internetowych, a także wpisy będące komentarzami do artykułów poruszających temat meksykańskich objawień. Równie często podejmowany jest temat sposobu powstania obrazu i jego cudownych właściwości. W sposób drobiazgowy rozpatrywany jest i poddawany krytyce każdy niemal element związany z obrazem, od techniki jego powstania poprzez układ gwiazd na tunice Madonny, długość jej palców, aż po zagadkę postaci odkrytych w jej źrenicach.

[816] Papieska Rada do Spraw Środków Społecznego Przekazu, *Kościół a Internet,* [w:] *Internet i Kościół,* red. J. Kloch, Warszawa 2011, s. 38.

[817] K. Marciniak, *E-religijność...*, s. 170; Więcej na temat wizerunku zgromadzeń zakonnych w internecie zob. A. Poźniak, *Za klasztornym murem... Wspólnoty zakonne i ich wizerunek w Internecie,* [w:] *Homo interneticus? Etnograficzne wędrówki w głąb sieci, 2010,* red. E. Jagiełło, P. Schmidt, Lublin 2010, s. 59-68; Zob. także A. Górny, *Galaktyka internetu – globalny obszar nowych forum religijności,* [w:] *Religia i religijność w warunkach globalizacji,* red. M. Libiszowska-Żółtkowska, Kraków 2007, s. 450-451.

[818] A. Górny, *Religijne portale internetowe...*, s. 186.

W niniejszej pracy nie zostanie podjęta polemika z opiniami autorów wpisów internetowych. Dokonana zostanie natomiast próba analizy ich wpływu na kształtowanie poglądów innych internautów, którzy z owymi wpisami się zapoznają. Już w tradycyjnych mediach istniała możliwość, choć w ograniczonej postaci, podzielenia się swoją opinią, ale zazwyczaj wiązało się to z koniecznością ujawnienia swojej tożsamości. Radiosłuchacz, aby podzielić się swoją opinią z innymi odbiorcami audycji radiowych musiał zadzwonić do prowadzącego audycję, przełamać nieśmiałość i brak pewności w obcowaniu z nieznajomą osobą. Chociaż zazwyczaj dzwoniący słuchacze podają tylko swoje imię, to mogą być rozpoznani przez znajome im osoby na podstawie brzmienia głosu. W przypadku programów telewizyjnych tożsamość dyskutanta nie pozostawiała żadnych wątpliwości, gdyż można go było oglądać na wizji.

W internecie rozmówcy, w zależności od własnej woli, pozostają mniej lub bardziej anonimowi. Anonimowość sprawia, że dyskusja w sieci zazwyczaj przyjmuje inną formę, aniżeli ta, w której znana jest tożsamość dyskutantów. Internauci łatwo przełamują bariery nieśmiałości, chętniej i z większą swobodą wypowiadają się na tematy, które są dla nich wstydliwe i drażliwe[819]. Z większą też zaciekłością bronią swoich racji w sytuacjach konfliktowych. Komunikacja w internecie charakteryzuje się prymitywizacją norm, odrzuceniem systemu wartości i powszechnie przyjętych w realnym świecie wzorców grzecznościowych i norm kulturowych. Brak akceptacji i krytyka poglądów adwersarza łatwo skutkuje atakiem, napastliwością i agresją słowną[820].

W celu podjęcia próby oceny, w jaki sposób internetowe rozmowy kształtują pogląd na temat meksykańskich objawień przeanalizowanych zostało kilkadziesiąt dyskusji toczących się na forach internetowych. Odnosi się to zarówno do tych, które nie opowiadają się za jakimkolwiek światopoglądem, jak i inaugurowanych i działających pod auspicjami grup

[819] B. Golus, *Fenomen rozmów internetowych i ich języka*, [w:] *Dialog a nowe media*, red. M. Kita, J. Grzenia, Katowice 2004, s. 34.

[820] B. Taras, *Gall Anonim w Internecie, czyli o komunikacji incognito*, [w:] *Dialog a nowe media*, red. M. Kita, J. Grzenia, Katowice 2004, s. 42-43, 46-47; O mechanizmach zachowania w sieci użytkowników internetu zob. także P. Wallace, *Psychologia Internetu*, s. 166-168.

[821] *„En lo personal, soy un catolico creyente y "seguidor" de la virgen, comentando con un amigo, me conto de una pelicula que habia visto, en la cual se habla del tema (si conocen el titulo haganlo saber), me dijo que la escena final consistia en un sacerdote diciendole a un español; - "¿y cuanto durara esta farza" el español contesta - "hasta que sea necesario".....¿Que opinan?* (tekst oryginalny w j. hiszp., została zachowana oryginalna pisownia).

chrześcijan, oraz tych związanych ze środowiskami agnostyków i ateistów, lub grup przedstawiających się jako racjonaliści.

Portal *Mexico Criollo* został założony w lipcu 2008 r. Pod koniec 2014 r. zarejestrowanych w nim było 2345 użytkowników. W ciągu niespełna pięciu lat funkcjonowania serwisu jego użytkownicy założyli 7098 tematów i pozostawili 142904 postów. Wątek pod tytułem „Virgen de Guadalupe" założył 30.11.2011 r. użytkownik podpisujący się jako *conservadorchih.* Zarejestrował się on na forum 10 dni wcześniej i zdążył w tym czasie umieścić ponad 500 postów pod artykułami poruszającymi różnorodną tematykę. Treść wątku stanowi zachętę do dyskusji nad nadprzyrodzonym pochodzeniem obrazu, a co za tym idzie, nad prawdziwością objawień. Autor kończy swój tekst słowami:

> Osobiście jestem wierzącym katolikiem i wyznawcą dziewicy, gdy rozmawiałem z moim przyjacielem, opowiedział mi o filmie, który oglądał, który traktował o tym temacie (jeśli ktoś zna tytuł, niech mi powie), w końcowej scenie filmu zapytano hiszpańskiego kapłana: „jak długo będzie trwała ta farsa?" hiszpan odpowiedział –„tak długo, jak będzie to konieczne"….. Co o tym sądzicie?[821].

Użytkownicy serwisu pozostawili pod artykułem rozpoczynającym wątek 39 komentarzy. Wypowiedzieli się m. in. na temat dokumentu *La Nican Mopohua* (*dziecinny i śmieszny przekaz*), znaczenia Matki Bożej Guadalupiańskiej dla Meksykanów (*centrum meksykańskiej wiary, symbol narodowej tożsamości*). Kilku dyskutantów wyraziło przekonanie, że Madonna z Guadalupe jest wzorowaną na Matce Bożej z Estremadury fikcyjną bohaterką legendy. Pojawiły się także komentarze, których autorzy wyrazili krytykę artystycznych wartości obrazu *(...na pierwszy rzut oka widać, że da Vinci czy Michał Anioł byli dużo lepszymi malarzami niż Bóg, który namalował ten obraz...*[822]). Autorami komentarzy były głównie osoby skłaniające się ku opinii, że wydarzenia w 1531 r. nie miały miejsca, a historia objawień została ukuta przez europejskich misjonarzy dla potrzeb chrystianizacji. W trakcie trwania dyskusji pod podjętym

[821] *„En lo personal, soy un catolico creyente y "seguidor" de la virgen, comentando con un amigo, me conto de una pelicula que habia visto, en la cual se habla del tema (si conocen el titulo haganlo saber), me dijo que la escena final consistia en un sacerdote diciendole a un español; - "¿y cuanto durara esta farza" el español contesta - "hasta que sea necesario".....¿Que opinan?* (tekst oryginalny w j. hiszp., została zachowana oryginalna pisownia).

[822] *pues a simple vista llama la atención que Da Vinci o Miguel Angel son mucho mejores pintores que Dios, que supuestamente pintó esa imagen* (tekst oryginalny w j. hiszp.).

tematem jeden z uczestników umieścił odnośnik do nowego wątku, w którym podjęty został temat odkrycia w oczach Madonny z Guadalupe odbicia tajemniczych postaci. Nowy wątek nie cieszył się już tak dużą popularnością, zgromadził pod wpisem głównym 16 komentarzy. Tu jednak przeważały opinie internautów wierzących w cudowne właściwości obrazu.

Tematyka portalu *La Trinchera* obejmuje problematykę z zakresu kultury, sztuki, nauki i analizy politycznej. Integralną częścią portalu jest cieszące się dużą popularnością wśród internautów wielotematyczne forum, osiągające około 500 unikatowych odsłon dziennie. Forum reklamuje się jako *tolerancyjne dla ludzi nietolerncyjnych*[823]. Wątek zatytułowany „Mit Guadalupe, pobożne oszustwo"[824] utworzył 10.12.2007 r. użytkownik forum podpisujący się loginem *Ahuitzotl*. Tekst rozpoczyna się słowami: *Jednym z najbardziej haniebnych oszustw popełnionych przez naszych najświętszych hierarchów meksykańskiego kościoła katolickiego jest Matka Boża z Guadalupe*[825]. W podobnym tonie utrzymana jest dalsza część wypowiedzi. Użytkownik podważa prawdziwość objawień, przytaczając fakty i hipotezy, które miałyby świadczyć o przedstawianych przez niego racjach. W ciągu kolejnych pięciu dni od daty publikacji tekstu 23 unikatowych użytkowników umieściło pod nim 65 komentarzy. W dyskusji zostały poruszone podobne tematy, jakie były podejmowane na forum portalu *Mexico Criollo*. Niektóre komentarze niosły ze sobą duży ładunek agresji, wiele było komentarzy obraźliwych, np.: *Matka Boża z Guadalupe = oszustwo. Meksykański Kościół katolicki = pedofilska mafia, która sprzedaje ignorancję i zabobony*[826].

Duże zainteresowanie użytkowników internetu wzbudził artykuł zatytułowany „Płaszcz oszukańczej Dziewicy z Guadalupe wykonany jest z marihuany"[827]. Tytuł artykułu który na swojej domowej stronie umieścił hiszpański dziennikarz Carlos Mesa, jest równocześnie jasnym

[823] *Un Foro Tolerante para Gente Intolerante* (tekst oryginalny w j. hiszp.).

[824] „El mito guadalupano, un fraude piadoso" (tekst oryginalny w j. hiszp.), zapis dyskusji http://www.latrinchera .org/ foros/showthread.php?15228-El-mito-guadalupano-un-fraude-piadoso [dostęp 22.10.2014].

[825] *Uno de los más vergonzosos fraudes perpetrados por nuestros santísimos varones jerarcas de la iglesia católica mexicana es el de la virgen de Guadalupe* (tekst oryginalny w j. hiszp.).

[826] *Virgen de Guadalupe = Fraude. Iglesia Catolica Mexicana = Mafia pedofila que vende ignorancia y superstición.* (tekst oryginalny w j. hiszp.).

[827] Tytuł oryginalny: *El manto de la fraudulenta Virgen de Guadalupe esta confeccionado con marihuana* Pełny tekst artykulu dostępny na stronie http://www.carlosmesa.com/el-manto-de-la-fraudulenta-virgen-de-guadalupe-esta-confeccionado-con-marihuana/ [dostęp 20.11.2014].

przekazem charakteru całości tekstu. Jego autor dowodzi, że obraz, który jest ludzkim dziełem, nie posiada jakichkolwiek nadprzyrodzonych własności a wykonany jest tradycyjną malarską techniką na płótnie utkanym z lnu i konopi. Od dnia zamieszczenia 8.11.2008 r. internauci pozostawili pod artykułem Mesy 135 komentarzy. Pozostawione komentarze różnią się długością treści replik dyskutantów, co jest cechą charakterystyczną dyskusji zawiązujących się w internecie niezależnie od tematu jakiego dotyczą. Długość wypowiedzi jest uzależniona od tego, ile rzeczywiście dyskutant ma do powiedzenia na dany temat. Wielu internautów jedynie krótką wypowiedzią wyraziło poparcie dla któregoś z przedmówców. Podobnie jak w każdej internetowej dyskusji, także i tu uczestnicy wybrali różne sposoby argumentacji swoich przekonań. Jednym ze sposobów są argumenty działające na emocje, takie jak wyśmiewanie czy ironizowanie[828].

Sposób prowadzenia dyskusji i argumentacja zajmowanego stanowiska na forach polskojęzycznych nie wykazywały większych różnic w stosunku do dyskusji toczących się na forach meksykańskich. Rzadziej jedynie poruszana była kwestia roli kultu Matki Bożej z Guadalupe w życiu meksykańskiego narodu na przestrzeni wieków. Temat ten jest bliski Meksykanom, polskim internautom także niejednokrotnie znany, ale już nie tak istotny. Śledzenie kolejno występujących pod sobą komentarzy upoważnia do sformułowania wniosku, że opinie wyrażane przez internautów w silny sposób oddziałują na opinię innych użytkowników sieci. Jako przykład niech posłuży dyskusja prowadzona na forum serwisu *Radio Paranormalium*. W serwisie zarejestrowanych jest 8804 użytkowników, uzyskuje on według statystyki dostępnej na stronie 2900 unikalnych odwiedzin dziennie[829]. W sierpniu 2009 r. użytkownik serwisu podpisujący się jako *Arek* opublikował w nim notkę „Matka Boża z Guadalupe", w której umieścił opis objawień i nadnaturalnych właściwości obrazu. Swoją wypowiedź oparł – jak wspomniał, głównie na informacjach publikowanych w *Wikipedii*. Zakończył ją sformułowaniem zachęcającym do dyskusji: *Czyżby był to ślad wyższej nieziemskiej inteligencji*?[830] Po publikacji postu użytkownicy pozostawili pod nim zaledwie 3 komentarze. Dyskusja wywiązała się dopiero w styczniu następnego roku, jako reakcja na komentarz

[828] Por. K. Wyrwas, *Kilka uwag o dyskusji na forum internetowym* , [w:] *Dialog a nowe media*, red. M. Kita, J. Grzenia, Katowice 2004, s. 59.

[829] Informacja podana w statystykach serwisu: http://www.paranormalium.pl/statystyki.html [dostęp 3.06.2013]

[830] http://www.paranormalium.pl/post130805.html [dostęp 3.06.2013].

użytkowniczki ukrywającej się pod loginem *fairy*. Poruszyła ona temat dotyczący obrazów znalezionych w wyniku przeprowadzonych badań w źrenicach Maryi. Główny trzon dyskutantów stanowili ci internauci, którzy do owych odkryć ustosunkowali się w sposób krytyczny, w prześmiewczy sposób przedstawiając swoją opinię. W swoich wypowiedziach puścili wodze fantazji w opisach dotyczących własnych skojarzeń dotyczących obrazów zarejestrowanych w oczach Maryi. W końcowej części dyskusji *fairy* napisała:

> […] Każdy widzi co innego. Na samym początku zainteresowania tym tematem myślałam, że to może być prawda. Ale po przeczytaniu waszych opinii podchodzę do tego bardziej sceptycznie. Więc przyjmując, że to nie robota Boga, ani ludzka, to czyja? A może to naprawdę tylko legenda (niektórzy tak twierdzą) i pomieszano prawdopodobne fakty z fikcją?[831].

Cytowana powyżej wypowiedź użytkowniczki *fairy* ukazuje zmianę jej poglądu pod wpływem komentarzy innych użytkowników. Niepokoi fakt, że wypowiedzi osób, które można uznać za anonimowe, stosunkowo w łatwy sposób wpływają na zmianę opinii dyskutantów dotyczącej ważnej dla chrześcijanina kwestii. Szczególnie, że wypowiedzi te nie zostały poparte wiarygodnymi źródłami. Internauci wierzą innym użytkownikom sieci w sposób bezkrytyczny, bez wnikania w merytoryczny sens ich twierdzeń. Dyskutanci formułując swoje opinie powołują się często na źródła, których wiarygodność jest mocno kontrowersyjna, lub są zupełnie niewiarygodne, bo pochodzą np. z artykułów publikowanych w popularnych tabloidach. I tak na stronie z zapisem dyskusji na temat prawdziwości szesnastowiecznych objawień meksykańskiej Madonny można przeczytać wpis użytkowniczki forum:

> Szkoda, że tak mało osób to zainteresowało, bo mnie jak najbardziej. Dzisiaj robiłam porządki na półkach i znalazłam gazetę „Pani domu- wydanie specjalne" sprzed 3 lat. W artykule było napisane coś więcej o oczach Maryi z Guadalupe, co wydało mi się niezwykłe (o ile to prawda) : "Powiększona fotografia obrazu z Guadalupe pozwoliła dostrzec w jednej ze źrenic Matki Boskiej wizerunek brodatego mężczyzny. (...) Kolejni badacze, okuliści, optycy i fizycy przebadali oczy Maryi w najróżniejszy sposób. Wyniki przeszły wszelkie oczekiwania, a wnioski

[831] Zachowana została oryginalna pisownia, http://www.paranormalium.pl/wiara-religie-sekty/matka-guadalupe-t6557-20.html [dostęp 1.06.2013].

były zgodne. Z obu źrenicach (każda o średnicy 12 mm) oczu Matki Bożej z Guadalupe widać odbite wizerunki 13 osób"[832].

Charakterystyczną cechą komentarzy na forum jest nagminne odwoływanie się ich twórców do bliżej nieokreślonych źródeł (*czytałem kiedyś, że […], słyszałem, że […], mówi się, że […] itp*.). W lekturze komentarzy zauważalny jest brak umiejętności krytycznej oceny czytanego tekstu. Dla niektórych uczestników forum źródłem informacji często okazuje się być któryś z popularnych tabloidów. Dyskutanci nie odróżniają bezstronnej informacji od przekazu będącego subiektywną oceną a prywatne opinie przyjmują z taką samą wiarygodnością, jak rzetelną informację[833]. Podejmują dyskusje na tematy, których rozwiązanie zajęło teologom i dogmatykom długie lata, a których część do dzisiaj nie została rozwiązana, jako że próby racjonalnego wyjaśnienia wielu kwestii nie zakończyły się powodzeniem[834].

O ile łatwo zrozumieć jest nieścisłości i przekłamania na temat nauki Kościoła w artykułach sporządzanych przez osoby niewierzące, o tyle niedopuszczalne być powinno ich występowanie w artykułach i wpisach, których autorami są duchowni. Tak się niestety zdarza. Jako przykład niech posłuży artykuł katolickiego księdza pt. „Matka Boża z Guadalupe", który ukazał się w rzeszowskiej edycji tygodnika „Niedziela". Tekst artykułu został także opublikowany na stronie internetowej czasopisma. We fragmencie poświęconym opisowi cudownych właściwości obrazu czytamy: […] *Inni lekarze stwierdzili, że oko Matki Bożej, kiedy otrzyma światło zmienia się tak, jak żywe oko człowieka… Badania przy użyciu laseru wykazały, że kolory użyte na wizerunku są jakby na 3 cm unoszone w powietrzu*. W dalszej części artykułu pojawiają się kolejne informacje:

> Kiedy w 1991 r. obraz Matki Bożej w Guadalupe odwiedził szpital św. Józefa w Allentown w stanie Pensylwania do wizerunku podeszła pewna lekarka i przyłożyła stetoskop w miejscu, gdzie znajdowało się łono Maryi. Usłyszała bicie ludzkiego serca. Wstrząśnięta upadła na kolana i zaczęła się modlić. Podobnie było podczas nawiedzenia w Reading, gdzie ponad dwustu ludzi słyszało bicie serca nienarodzonego dziecka w brzemiennym łonie Maryi z cudownego obrazu.

[832] Post użytkowniczki *fairy* z dn. 2.01.2011 r. .http://www.paranormalium.pl/wiara-religie-sekty/matka-guadalupe-t6557.html [dostęp 3.06.2013].

[833] Por. P. T. Nowakowski, *Fast food dla mózgu czyli telewizja i okolice*, Tychy 2002, s. 16.

[834] O trudnościach związanych z wyjaśnianiem dogmatyki kościelnej L. Kołakowski, *O wypowiadaniu niewypowiadalnego: język i sacrum* [w:] *Język a kultura. Funkcje języka i wypowiedzi,* red. J. Bartmiński, R. Grzegorczykowa, Wrocław 1991, s. 54-56.

> Według relacji naocznych świadków w różnych miejscach nawiedzenia Misyjnego Wizerunku zdarzało się, że z oczu Matki Bożej płynęły łzy, czasami łono na obrazie stawało się trójwymiarowe, blade kolory stawały się jaskrawe, a innym razem obraz emanował zapachem róż. Były też przypadki uzdrowień przez dotknięcie obrazu. Wszystkie te znaki stały się powodem licznych nawróceń[835].

Żadne z sensacyjnych doniesień ujętych w przytoczonych wyżej fragmentach artykułu nigdy nie zostały potwierdzone. Ponadto w przekazie informacyjnym sformułowanie „według relacji naocznych świadków" jest niedopuszczalne, zwłaszcza jeśli nie jest podane źródło relacji i brak jest wyjaśnienia, kim są owi świadkowie. Wspomniany artykuł nie jest odosobnionym przypadkiem publikowania nierzetelnego tekstu w witrynie związanej z instytucją kościelną.

Warto jednak podkreślić, że wiele artykułów dystrybuowanych w internecie przedstawia tematykę związaną z guadalupiańskim kultem w rzeczowy i rzetelny sposób. Przykładem może być wpis opublikowany 16.12.2009 r. na blogu Pawła Pomianka, teologa i filologa, redaktora naczelnego serwisu dziennikparafialny.pl. W artykule zatytułowanym „Guadalupe – jeden z największych cudów chrześcijaństwa" autor przedstawił podstawowe fakty związane z objawieniem Matki Bożej z Guadalupe i cudownym wizerunkiem[836]. Dwa dni po ukazaniu się artykułu długi wpis pod nim pozostawił użytkownik podpisujący się loginem *Matt Kaboom*. Zaatakował on treść prawie wszystkich informacji które zostały przytoczone przez autora. Dyskusja pomiędzy interlokutorami trwała przez kolejnych pięć dni. Dyskutanci wymienili w sumie 14 wpisów, nie dochodząc do wspólnego stanowiska. Trudno jednak oczekiwać tego po prowadzonej asynchronicznie dyskusji, toczącej się pomiędzy osobą wierzącą i ateistą. Początkowe wypowiedzi użytkownika *Matt Kaboom* charakteryzowała agresja i ironia:

> Ja fakty przedstawiłem. Ty - mity. Chcesz powiedzieć, że lepiej nakłamać ludziom? Zamiast badać, dowiadywać się lepiej załamać ręce w geście modlitwy i zgiąć kolana? Z okrzykiem "bóg to zrobił" zaprzestać myśleć samodzielnie? Wmawianie ludziom, że ten obraz to cud to najzwyklejsze oszustwo. Zaś wykorzystywanie do tego uprzywilejowania jakie daje koloratka to podłość i żerowanie na niewiedzy, naiwności i zaufaniu ludzi. „Nie mów fałszywego

[835] Treść artykułu dostępna na stronie http://www.niedziela.pl/artykul/61523/nd/Matka-Boza-z-Guadalupe-w-Rzeszowie [dostęp 11.10.2014].

[836] Treść artykułu dostępna na stronie http://pawelpomianek.salon24.pl/144323,guadalupe-jeden-z-najwiekszych-cudow-chrzescijanstwa [dostęp 11.10.2014].

świadectwa przeciw bliźniemu swemu”., proszę pana księdza. Czyżby wierni nie byli twoim bliźnimi[837].

Przeciwwagą napastliwości i szyderstwa w wypowiedzi użytkownika forum był takt, rzeczowość i kultura wypowiedzi Pomianka. Dyskusja ostatecznie zakończyła się wzajemnym podziękowaniem obu dyskutantów za poświęcony sobie czas. Warto tu wspomnieć, że agresja wypowiedzi w sieci wynika z anonimowości, która przyczynia się do zaniku dystansu społecznego wynikającego z różnic wieku, wykształcenia, pozycji społecznej czy zawodowej. Brak hierarchii i równorzędność uczestników dyskusji w sieci sprawia, że czują się oni pewni siebie i dowartościowani, traktują sieć jak własne terytorium. Anonimowość dyskusji daje poczucie bezpieczeństwa i uwalnia od odpowiedzialności, sprawia że ton wypowiedzi charakteryzuje poufałość i swoboda. Internauci w celu zaakcentowania dezaprobaty poglądów innych użytkowników często uciekają się do agresji. Jej przejawem najczęściej są niespójne wypowiedzi i zwroty wartościujące, wyzwiska i wulgaryzmy. Internetowym dyskutantom, świadomym swojej anonimowości, łatwo jest odrzucić normy kulturowe i językowe, których w życiu realnym w dyskusjach „na żywo” podporządkowują się, dbając o swoje dobre imię[838].

Omawiany artykuł w ciągu niespełna pięciu lat obecności w sieci odnotował ponad 5 tysięcy odsłon. Można przypuszczać, że duża część internautów zapoznała się także z lekturą prowadzonej pod nim dyskusji. Ta natomiast bogata jest w ważne i istotne dla zrozumienia fenomenu Guadalupe sformułowania, np.:

Jaki sens miałby Kościół gdyby nie było cudów (przynajmniej tych opisanych w Piśmie Świętym? „Gdyby Chrystus nie zmartwychwstał, próżna byłaby nasza wiara” (1 Kor 15,14). Wtedy możnaby traktować Kościół jedynie jako fakt społeczny... Jednak większość „rzekomych cudów” da się wyjaśnić w sposób naukowy. Także tych, w które chcieliby wierzyć niektórzy katolicy, ale których Kościół nie uznał za prawdziwe. Niemniej cudów, które głosi Kościół nie udało się dotąd obalić metodami naukowymi. Wręcz przeciwnie – nauka rozkłada ręce. Rzetelni badacze mówią: nie wiem, jak to się stało. W sposób naturalny nie da się tego wyjaśnić[839].

[837] http://pawelpomianek.salon24.pl/144323,guadalupe-jeden-z-najwiekszych-cudow-chrzescijanstwa [dostęp 30.05.2013]

[838] Por. B. Taras, *Gall Anonim w internecie...*, s. 48.

[839] http://pawelpomianek.salon24.pl/comments/15, w cytacie zachowana została oryginalna pisownia wpisu.

Powyższy przypadek jest przykładem e-ewangelizacji podjętej przez osobę świecką. Pokazuje, że docieranie do agnostyków i ateistów za pomocą nowych mediów jest zadaniem wyjątkowo trudnym, wymagającym odwagi i śmiałości, a także kompetencji w podejmowanej tematyce[840].

* * *

W wielu kręgach społecznych istnieje współcześnie przyzwolenie na profanację i naruszanie norm etycznych i moralnych. Zjawisko to w szczególny sposób zauważalne jest w reklamie a także w nowoczesnej sztuce. W ten schemat wpisują się prace artystów zgromadzonych wokół ruchu *Chicanos*[841], którzy w szczególny sposób upodobali sobie wizerunek Madonny z Guadalupe[842].

Artystyczny ruch *Chicanos* rozwinął się w pierwszej połowie XX w. w USA, skupiając głównie osoby o meksykańskich korzeniach, zamieszkujących południowo-zachodnie stany. Związani z nim artyści często w swoich pracach dokonują tzw. „repozycjonowania kulturowych ikon". Wybierają do tego celu postaci związane z meksykańską kulturą i tradycją, takie jak Sirenę - postać związaną z popularną meksykańską loterią, Popocatepetla, wojownika, który według legendy po śmierci ukochanej kobiety zamienił się w wulkan. W efekcie wizja artystyczna twórców ruchu sprowadza się do przedstawiania owych legendarnych postaci w krzywym zwierciadle. Najczęściej jednak reobrazowaniu zostają poddane są postaci określane pojęciem „Tres Marias". Są to La Malinche – tłumaczka i kochanka Corteza, La Llorona[843] – bohaterka jednego z najpopularniejszych mitów meksykańskich i Matka Boża z Guadalupe[844].

[840] P. Maciaszek, *Nowa ewangelizacja*..., s. 12.

[841] Chicanos (Chicanas) to potoczne określenie meksykańskiej mniejszości narodowej w USA. Są nimi Meksykanie i Amerykanie pochodzenia meksykańskiego, zamieszkujący głównie południowo-zachodnie stany: Kalifornię, Arizonę, Nowy Meksyk, Teksas i Kolorado. Liczną grupę stanowią potomkowie Meksykanów zamieszkujących te tereny przed ich przyłączeniem do USA po wojnie meksykańskiej (1846–48) oraz osiadłych w USA w drugiej połowie XIX w. i w XX w. Encyklopedia PWN, http://encyklopedia.pwn.pl/szukaj/chicanos.html.

[842] A. Thombre, H. Siebert Kawakami, *The Evolving Genre...,* http://www.ualr.edu/axthombre/pdffiles.htm/OurLady-TSCJ-revised.pdf [dostęp 14.11.2014].

[843] La Llorona – Płaczka (j. hiszp.) to bohaterka jednej z najpopularniejszych legend meksykańskich, rozpowszechnionych także w innych krajach latynoamerykańskich. Jak głosi jedna z wersji legendy była kobietą, która na życzenie kochanka utopiła swoje dzieci w rzece. Od tego czasu targana wyrzutami sumienia i oszalała

Dla meksykańskich kobiet Madonna z Guadalupe jest symbolem czystości, posłuszeństwa i matczynego poświęcenia. Ruch *Chicanos* uczynił z niej natomiast potężny symbol feministycznej tożsamości. Artystki z tego kręgu zaczęły wykorzystywać wizerunek meksykańskiej Madonny w swoich pracach już w latach 70. XX w. Pierwszym tego typu dziełem był wykonany przez Ester Hernández w 1975 r. obraz przedstawiający Matkę Bożą z Guadalupe jako mistrzynię karate[845]. Wizja ta miała ukazywać Madonnę jako obrończynię praw kobiet. Trzy lata później powstał tryptyk Yolandy López, przedstawiający autorkę pracy jako sprinterkę, jej matkę jako krawcową, oraz jej babcię. Kobiety na wszystkich trzech obrazach stylizowane zostały na wizerunek Matki Bożej z Guadalupe. W 2001 r. powstało kolejne przedstawienie – wzorowana na Świętym Obrazie cyfrowy kolaż, na którym miejsce Dziewicy z Guadalupe zajmuje umięśniona kobieta, której piersi i łono przysłaniają jedynie kwiatowe wieńce. Autorką pracy jest artystka z grupy *Chicanos*, feministka o homoseksualnej orientacji, Alma López[846].

Ilustracja 13. *Prace autorstwa:1. Ester Hernández, 2. 3. 4. Yolandy López, 5. 6. Almy López, 7. Alexa Donisa*



Źródło: *Zdjęcia 1, 2, 3, 4: http://kookitasthoughts.blogspot.com/p/virgin-of-guadalupe.html; Zdjęcie 5: http://www.almalopez.net/ORindex.html; Zdjęcie 6: http://vdeguadalupe.tumblr.com/post/38304996945/deathhabit-lupe-y-sirena-in-love-by-alma; Zdjęcie 7: https://robinedigerseto.wordpress.com/2013/12/03/our-lady-of-guadalupe/*

z rozpaczy błąka się żałośnie zawodząc w pobliżu rzek i jezior, poszukując swych martwych dzieci. W innych wersjach legendy kolejno jest nieszczęśliwą matką, której dzieci utonęły w czasie gwałtownej powodzi, prostytutką, lub mężobójczynią. M. Kearney, *La Llorona as a Social Symbol*, „Western Folklore", 28/3, 1969, s. 199 i n.

[844] A. Gaspar de Alba, *Chicano Art Inside/Outside the Master's House. Cultural Politics and the Cara exhibition*, Austin 1998, s. 47.

[845] H. Calderón, *Narratives of Greater Mexico. Essays on Chicano Literary History, Genre and Borders*, Austin 2004, s. 201.

[846] M. Zires, *Nuevas imágenes guadalupanas*, „Comunicación y Socied", 38/2000, s. 66-74.

Wszystkie prace artystów z grupy *Chicanos* wzbudziły oburzenie w gronie konserwatywnych katolików, szczególnie tych pochodzenia latynoskiego[847]. To, co dla nich jest profanacją, twórcy tych kontrowersyjnych dzieł nazywają nowatorskim zabiegiem artystycznym i trampoliną do medialnego oraz finansowego sukcesu. Artyści ruchu *Chicanos* poprzez tego rodzaju twórczość pragną zamanifestować swoje poglądy na rolę kobiety we współczesnym świecie. Zgodnie z ich przekonaniem zmiany społeczne i obyczajowe powinny pociągać za sobą zmiany w nauczaniu Kościoła a także w przedstawianiu świętych. Jak twierdzą, transformacja Dziewicy z tradycyjnego obrazu na współczesną kobietę jest tych zmian odzwierciedleniem, podkreśla siłę i niezależność współczesnych kobiet. Obraz Madonny z Guadalupe został umieszczony w nowych kontekstach, do których zaliczyć należy malowidła uliczne, tatuaże, koszulki itd. Jak twierdzą artyści ruchu *Chicanos*, wyzwolili on Madonnę z Guadalupe z jej statycznej, przez wieki utrwalonej pozy, zmieniając ją w aktywną, współczesną kobietę[848]. Feministki ruchu *Chicanos* podkreślają, że wartością współczesnych wyobrażeń Madonny z Guadalupe jest uniwersalność wynikająca z przedstawiania kobiet, które są świadome własnej roli i wartości, w przeciwieństwie do kobiety przedstawionej na tradycyjnym obrazie, która jest odcięta od własnej seksualności i świata doczesnego[849].

Budzące etyczne wątpliwości dzieła pozostałyby znane zapewne wąskim kręgom odbiorców, gdyby ich reprodukcje nie były zamieszczane na licznych stronach internetowych. Towarzyszą im informacje o autorskich spotkaniach członków grupy *Chicanos* oraz o mających

[847] M. A. Álvarez, *Spiritual Themes and Identities in Chicana Texts*. *The Virgin of Guadalupe as a Role Model for Womanhood*, [w:] *Reading Spiritualities. Constructing and Representing the Sacred*, red. D. Llewellyn, D. F. Sawyer, Padstow 2008, s. 120-121; Zob. także opis feministycznych przedstawień meksykańskiej Madonny M. Oleszkiewicz-Peralba, *The Black Madonna...*, s. 152-156; A. Thombre, H. Siebert Kawakami, *The Evolving Genre*..., http://www.ualr.edu/axthombre/pdffiles.htm/OurLady-TSCJ-revised.pdf [dostęp 14.11.2014].

[848] M. Oleszkiewicz-Peralba, *The Black Madonna...*, s. 144; We współczesnej latynoamerykańskiej twórczości artystycznej spotyka się także inne formy kontrowersyjnego przedstawiania Dziewicy z Guadalupe. Jednym z przykładów jest mieszanka Dziewicy z Guadalupe i Fridy Cahlo. Zob. przykładowy obraz „Fridalupe" http://www.alisaproctor.com/archives#2 [dostęp 13.09.2014]. Por. T. Sobolewski, *Myśli na temat kiczu nihilistycznego* [w:] *Sacrum i kultura. Chrześcijańskie korzenie przyszłości*, red. S. Sarek, Lublin 2000, s. 235; Na temat nihilistycznego kiczu w sztuce zob. także L. Kołakowski, *Czy już w po-chrześcijańskim...*, s. 230-232.

[849] A. Thombre, H. Siebert Kawakami, *The Evolving Genre* ... http://www.ualr.edu/axthombre/pdffiles.htm/OurLady-TSCJ-revised.pdf [dostęp 14.11.2014].

się odbyć wystawach[850]. Akcje protestacyjne przeciwko prezentowaniu kontrowersyjnych prac Almy López były prowadzone również w internecie[851]. Na specjalnie w tym celu założonych stronach można było podpisać przygotowany formularz listu z tekstem wyrażającym protest przeciwko prezentowaniu jej prac na wystawie w Irlandii i w Oakland w Kalifornii[852], a także list protestacyjny przeciwko dystrybucji wspomnianej wyżej książki artystki[853].

* * *

Jedną z popularnych witryn internetowych związanych z kultem meksykańskiej Madonny jest Our Lady Of Guadalupe Patroness of the Americas[854]. Serwis oferuje odwiedzającemu go użytkownikowi wirtualną pielgrzymkę, podczas której może się on wiele dowiedzieć o dziejach chrystianizacji Meksyku, historii objawień Matki Bożej Juanowi Diego i o rozwoju kultu Matki Bożej z Guadalupe[855]. Na stronach serwisu umieszczone zostały linki do najważniejszych dokumentów papieskich nawiązujących do meksykańskiego kultu a także teksty homilii Jana Pawła II wygłoszonych w trakcie jego wizyt w sanktuarium podczas kolejnych wizyt w Meksyku. Co ważne, linki umieszczone na stronach serwisu przekierowują użytkownika do podstron oficjalnej watykańskiej witryny. Nie ma więc wątpliwości co do zgodności treści, do których internauta klikając w odnośniki hipertekstowe uzyskuje dostęp, z oficjalną nauką

[850] Strona domowa Almy López dostępna jest pod adresem: www.almalopez.com [dostęp 11.08.2013]; Strona internetowa artystki jest także doskonałym narzędziem promowania książki *Our Lady of Controversy: Alma López's Irreverent Apparition*, której jest współautorką. Artykul dostępny jest na stronie serwisu amazon.com: http://www.amazon.com/dp/0292726422/ref=as_li_tf_til?tag=wwwalmalopezc-20&camp=14573&creative=327641&linkCode=as1&creativeASIN=0292726422&adid=1Z6K33BQC3PG8B036YQQ&&ref-refURL=http%3A%2F%2Fwww.almalopez.com%2F [dostęp 12.08.2013].

[851] Protesty grup społeczności sprzeciwiających się publicznemu prezentowaniu owej sztuki, a także próby bojkotowania organizowanych wystaw i ekspozycji odnoszą zwykle skutek odwrotny do oczekiwanego, stając się dodatkową reklamą dla jej twórców. A. Osęka, *Czy już w po-chrześcijańskim czasie żyjemy?* [w:] *Sacrum i kultura. Chrześcijańskie korzenie przyszłości*, red. S. Sarek, Lublin 2000, s. 230-232.

[852] http://www.americaneedsfatima.org/Anti-Blasphemy-Protest-Central/america-needs-fatima-opposes-blasphemous-our-lady-exhibit-in-ireland.html [dostęp 12.08.2013].

[853] http://campaigns.tfp.org, 2010/t110502amazonprotest.html [dostęp 12.08.2013].

[854] http://www.sancta.org/ [dostęp 12.08.2013].

[855] S. MacMillen, *The Virtual Pilgrimage. The Disappearing Body from Place to Space*, „Journal of Religion & Society", 13, 2011, https://dspace.creighton.edu/xmlui/bitstream/handle/10504/64281/2011-3.pdf?sequence=1 [dostęp 12.12.2014].

Kościoła. Wśród informacji praktycznych na stronach serwisu dostępny jest opis bazyliki, link do oficjalnej witryny sanktuarium i wskazówki dojazdu.

Z myślą o wirtualnych pielgrzymach została przygotowana modlitwa różańcowa. Każda z tajemnic ilustrowana jest adekwatnym obrazem, który pełni rolę wprowadzenia modlącego się pielgrzyma w nabożny nastrój. Pielgrzym prowadzony jest przez kolejne części modlitwy za pomocą instrukcji podpowiadających jakie terści w danym momencie powinien wypowiadać. W tej części witryny dostępnych jest również wiele papieskich modlitw, wśród nich modlitwy Piusa X, modlitwy Jana Pawła II kierowane do Matki Bożej z Guadalupe, a także datowana na 2005 r. modlitwa Benedykta XVI, którą papież kierował do meksykańskiej Madonny modląc się przed jej statuą umieszczoną w ogrodach watykańskich. Dostępne są tu treści wielu jeszcze innych modlitw takich jak Nowenna ku czci Matki Bożej z Guadalupe czy modlitwa do św. Michała ułożona przez Leona XIII w 1888 r.[856]

Najpopularniejszą jednak częścią serwisu, mającą największą liczbę odsłon, jest podstrona, na której użytkownicy pozostawiają podziękowania Matce Bożej z Guadalupe za okazane łaski, a także kierują do niej prośby. Niemal wszystkie umieszczone tam wpisy dokonane zostały w języku angielskim i hiszpańskim. Ich treść potwierdza mocne emocjonalne przywiązanie wiernych latynoskiego pochodzenia do meksykańskiej Madonny. Jak zauważyła badaczka podejmująca problematykę wirtualnych pielgrzymek Sarah MacMillan, wiele wpisów dokonanych na stronach omawianej witryny jest bardzo osobistych i emocjonalnych. Strona ta jest więc szczególnym doświadczeniem duchowym dla tych, którzy swoje słowa kierują do Guadalpiańskiej Madonny, równocześnie dzieląc się z innymi odwiedzającymi stronę swoimi bardzo intymnymi sprawami[857].

Analizując funkcjonalność witryny trudno jednak byłoby uznać ją za przestrzeń pielgrzymkową według teorii opracowanej przez Victora Turnera. Brak tu jest bowiem interakcji pomiędzy jej użytkownikami, która jest ważnym czynnikiem rytuału pielgrzymkowego. Witryna

[856] Pod tekstem modlitwy znajduje się informacja o autorze i dacie powstania modlitwy (Leon XIII, 1888 r.) oraz odnośnik hipertekstowy do podstrony watykańskiego serwisu z tekstem orędzia wygłoszonego przez Jana Pawła II na placu Świętego Piotra w niedzielę 24.04. 1994 r., w którym papież wezwał chrześcijan, aby nie zapomnieli o tej modlitwie i zwracali się jej słowami do Boga http://www.sancta.org/stmichaelprayer.html [dostęp 12.12.2014].

[857] S. MacMillen, *The Virtual Pilgrimage. The Disappearing Body from Place to Space*, „Journal of Religion & Society", 13, 2011, https://dspace.creighton.edu/xmlui/bitstream/handle/10504/64281/2011-3.pdf?sequence=1 [dostęp 12.12.2014].

jest rozbudowywana przez indywidualnych odwiedzających ją gości, którzy jednak z poziomu funkcjonowania witryny w żaden sposób nie mają możliwości wzajemnego dialogu[858]. Niezaprzeczalnym za to walorem witryny jest jej dostępność w kilku językach: angielskim, hiszpańskim, portugalskim i francuskim, a także duża ilość informacji o fenomenie meksykańskiego kultu.

5.3 Internet – sieć objawień i wizjonerów

Jednym z wyróżniających się w sieciowych społecznościach przejawów religijności jest zainteresowanie objawieniami, których jakoby doświadczają współcześnie żyjący i aktywnie działający w sieci wizjonerzy[859]. Do niedawna prywatne, niepotwierdzone przez Kościół objawienia miały niewielką szansę na zaistnienie. Ich zasięg był mocno ograniczony terytorialnie a ich popularyzacja, nawet w przypadku aprobaty władz kościelnych, długotrwała. Wieści o objawieniach rozprzestrzeniały się początkowo w wąskich gronach rodziny, znajomych, członków społeczności, do której należał wizjoner. Obecnie, każdy kto chce podzielić się swoimi mistycznymi przeżyciami, wizjami i opowiedzieć o objawieniach, których jakoby doświadczył, może uczynić to za pośrednictwem internetu. Sieć stanowi doskonałe pole promocji prywatnych objawień. Wiele z nich daje początek kultom, które nie tylko nie uzyskały aprobaty Kościoła, ale często funkcjonują wbrew jego zakazom[860].

Od 1980 r. odnotowano na świecie więcej objawień Matki Bożej, niż w latach 1830-1930 – wieku określanym jako „wielkie stulecie objawień maryjnych"[861]. Złożyło się na to wiele przyczyn. Przede wszystkim wieści o cudownych objawieniach stanowiły swoistą reakcję na postępującą sekularyzację społeczeństw i kryzys religii, którą przepowiadali socjologowie w latach 70. i 80. XX w.[862] Dużą rolę w nasileniu się zjawiska rzekomych objawień w tamtym czasie odegrało również poczucie niepewności i strach związany ze zbliżającym się końcem

[858] Tamże.

[859] I. Kuźma, *Wybrane internetowe oblicza religijności katolickiej*, „Etnografia Polska", 49/1-2, 2005, s. 131.

[860] T. Ponikło, *Prywatne objawienia religijne i sieć. Analiza na przykładzie Vassuli Ryden*, „Studia Religiologica. Zeszyty Naukowe Uniwersytetu Jagiellońskiego", 46/2, 2013, s. 108.

[861] M. A. Vásquez, M. F. Marquart, *Globalizing the Rainbow Madonna...*, s. 120.

[862] J. Mariański, *Sekularyzacja a nowe formy religijności*, s. 36.

drugiego tysiąclecia. Przyczyn rosnącej liczby objawień można też upatrywać w procesie Nowej Ewangelizacji, a także należy je wiązać z pontyfikatem papieża Jana Pawła II, któremu kult maryjny był szczególnie bliski[863].

Rosnąca liczba przypadków domniemanych objawień maryjnych we współczesnym świecie wynika także z popularyzacji internetu. Internet bowiem, jako powszechne narzędzie komunikacyjne daje możliwość wizjonerom dotarcia do szerokiej grupy odbiorców i podzielenia się swoimi rzekomymi nadprzyrodzonymi doświadczeniami. Internetowe objawienia, w przeciwieństwie do tradycyjnych oderwane są od terytorium, a związane z osobą wizjonera. Takie przeniesienie akcentów z uświęconego miejsca na osobę doskonale współgra z charakterem internetu, który jest medium działającym ponad terytorialnymi barierami[864].

Internetowi wizjonerzy reprezentują profil odmienny od profilu typowego wizjonera. W objawieniach tradycyjnych i nowoczesnych wizjonerami najczęściej były dzieci (La Salette, Lourdes, Fátima), jako ucieleśnienie niewinności i czystości. Prostota wizjonerów wyrażała się także w braku edukacji, a także niskiej pozycji społecznej (Juan Diego w Meksyku). Wizjonerzy współcześni to ludzie, których profil osobowościowy nie daje się ująć w sztywne ramy. Często legitymują się gruntownym wykształceniem, zajmują wysokie pozycje społeczne. Najczęściej pozostają w związkach małżeńskich lub partnerskich, wychowują dzieci[865]. Objawienie nie stanowi dla nich przełomowego punktu w życiu i nie pociąga za sobą radykalnych zmian[866]. W przeciwieństwie do wizjonerów tradycyjnych objawień, ci współcześni samodzielnie przeprowadzają analizę i interpretację swoich wizji.

Internetowi wizjonerzy dzięki możliwościom komunikacyjnym dostępnym w sieci internetowej, mogą nawiązywać pomiędzy sobą kontakty w stopniu, w jakim nigdy wcześniej nie było to możliwe. Istotną cechą komunikacji sieciowej jest możliwość dotarcia do szerokiego kręgu odbiorców bez pośrednictwa jakichkolwiek instytucji kościelnych[867]. Relacje z przebiegu

[863] P. Apolito, *The internet and the Madonna. Religious Visionary Experience on the Web,* Chicago 2005, s. 27-28.

[864] P. Siuda, *O pewnym wymiarze folkloru e-religijnego. Sieć objawień*, „Kultura Popularna", 33/3, 2012, s. 104.

[865] P. Apolito, *The internet and the Madonna*...s. 64.

[866] Dla wizjonerów objawień uznanych przez Kościół, stanowiły one przełomowy moment w życiu. Bernadeta i Łucja przywdziały zakonny habit, Juan Diego porzucił dotychczasowe życie i zamieszkał w samotni przy pierwszej wzniesionej kaplicy w miejscu objawienia. Hiacynta i Franciszek zmarli wkrótce po objawieniach.

[867] P. Siuda, *O pewnym wymiarze folkloru e-religijnego*..., s. 97.

domniemanych objawień e-wizjonerzy umieszczają na blogach i stronach domowych, skąd trafiają one, często jako „gorące informacje" na publiczne portale. W ten sposób dokonuje się dokumentowanie objawień mających miejsce w różnych częściach świata. Niektóre ze stron wizjonerów, sukcesywnie rozbudowywane przez ich właścicieli, z czasem zyskują status miejsc, do których odbywają wirtualną pielgrzymkę osoby zafascynowane przeżyciami wizjonera. Z praktyką pielgrzymki nie mają one jednak wiele wspólnego. Pielgrzymka bowiem mocno wiąże się z konkretnym miejscem, zlokalizowanym w geograficznie określonej przestrzeni, który to czynnik nie istnieje w odniesieniu do stron WWW[868]. Ponadto spontaniczne zjawiska religijne, takie jak objawienia, zanim zostaną zatwierdzone przez Stolicę Apostolską poddawane zostają szczegółowym badaniom i analizom, przeprowadzanym przez powołane w tym celu komisje, w skład których wchodzą kompetentni eksperci[869]. Wizjonerom internetowym zazwyczaj nie zależy na oficjalnym uznaniu przez Kościół prawdziwości ich objawień, ale na zdobyciu popularności w gronie internautów.

Współcześni wizjonerzy tworzą wspólną płaszczyznę porozumienia, wspierają się wzajemnie, wymieniają doświadczeniami, a nawet wydają współautorskie książki. Organizują też spotkania, których uczestnikami są wierzący w prawdziwość ich objawień. Głównym terenem ich aktywności pozostaje jednak internet, podtrzymuje ich autonomię i chroni przed kościelną ingerencją i cenzurą. Wizjonerzy w prezentacji swoich doświadczeń wykorzystują dostępne im nowoczesne technologie. Relacje poparte fotografiami miejsc domniemanych objawień, dokumentacja filmowa cudów i niewytłumaczalnych zjawisk ma na celu uwiarygodnienie opisywanych zdarzeń[870].

W świecie latynoamerykańskim nadprzyrodzone zjawiska najczęściej wiążą się z postacią Madonny z Guadalupe. Jednym z przykładów jest zdarzenie z 1996 r., kiedy to na przeszklonej ścianie budynku w Clearwater na Florydzie pojawił się jakoby wizerunek Matki Bożej z Guadalupe (il. 14.2)[871]. W ciągu zaledwie dwóch godzin parking przy budynku zapełnił się tłumem ludzi, z aparatami fotograficznymi, kamerami video i różańcami w ręku. Ustawiono prowizoryczny ołtarz, a wzdłuż muru przy parkingu odwiedzający umieścili tysiące świec

[868] T. F. Gieryn, *A Space For Place In Sociology*, „Annual Review of Sociology", 26, 2000, s. 264.

[869] I. Kuźma, *Wybrane internetowe oblicza...*, s. 129.

[870] Tamże, s. 134-135; Zob. także E. Zimnica-Kuzioła, *Nadzwyczajne i zwyczajne źródła przeświadczeń i zachowań religijnych ludzi wierzących*, „Poznańskie studia Teologiczne", 24, 2010, s. 421.

[871] J. Nickell, *Adventures in Paranormal Investigation Investigation*, Lexington 2007, s. 22.

z wizerunkiem Matki Bożej Fatimskiej, czy Matki Bożej z Guadalupe. Pomiędzy kwiatami wierni umieścili modlitewne prośby. Większość z nich zapisana była w języku angielskim i hiszpańskim, ale znalazły się wśród nich sformułowane w języku niemieckim i włoskim. Chociaż zdarzenie w Clearwater nie zostało uznane przez władze kościelne jako cudowne, w ciągu kilku kolejnych lat miejsce to odwiedziło ponad milion wiernych. Nowoutworzona „święta przestrzeń", choć w sensie geograficznym lokalna, poddała się tendencjom globalizacyjnym. Poprzez umieszczenie w internecie relacji z przebiegu wydarzeń, Clearwater stała się miejscem wirtualnego pielgrzymowania. Za pośrednictwem internetu wierni zamieszkujący odległe zakątki świata mogli „przekroczyć" policyjne taśmy oddzielające parking od budynku, w którego oknach dostrzeżono wizerunek Dziewicy z Guadalupe[872].

Ilustracja 14. *Przykłady obrazów, które zostały uznane za cudowne objawienie się wizerunku Maryi*



Źródło: *1. http://fakty.interia.pl/religia/news-cudowny-wizerunek-matki-boskiej-na-drzewie,nId,919986; 2. http://virginmaryagain.com/?p=13; 3. http://chicago.cbslocal.com/2013/05/03/play-recalls-story-of-our-lady-of-the-underpass/ 4. http://www.preguntasantoral.es/tag/virgen-guadalupe/page/2/*

W 1997 r. w korytarzu stacji metra Hidalgo w mieście Meksyk troje świadków dostrzegło wizerunek Matki Bożej w spływającym po ścianie cieku wodnym (*La Virgen del Metro,* il. 14.4) [873]. Kilka lat później, w 2003 r. wizerunek meksykańskiej Maryi dostrzeżony został

[872] M. A . Vásquez, M. F. Marquart, *Globalizing the Rainbow Madonna...,* s. 123-125.

[873] W lipcu 1997 r., miesiąc po pojawieniu się wizerunku madonny w meksykańskim metrze, fragment posadzki metra zawierający wspomniany wizerunek został wycięty i umieszczony w specjalnie przygotowanej kapliczce zbudowanej w pobliżu wejścia do stacji metra. Miało to na celu przywrócenie normalnego funkcjonowania metra, jako że od pojawienia się obrazu ruch na stacji był sparaliżowany przez grupy modlących się wiernych. D. Gamboni, *The Underground and the Virgin of Guadalupe Contexts for the Virgen del Metro, México City*

w przeszklonych oknach budynku szpitalu Milton Hospital w Bostonie w stanie Massachusetts a w 2005 r. w przejściu podziemnym w Chicago. Już podczas pierwszego weekendu mającego miejsce po zajściu domniemanego cudu do miasta przybyło 25 tysięcy osób, chcących osobiście zobaczyć cudowne zjawisko. W 2008 r. obraz, przez wielu uznany za wizerunek Dziewicy z Guadalupe, przyozdobił szybę okienną w Springfield. We wszystkich wspomnianych, oraz im podobnych przypadkach doszło do zorganizowania spontanicznych pielgrzymek, których uczestnicy gromadzili się wokół miejsc rzekomych cudów. W tych zaimprowizowanych naprędce „sanktuariach maryjnych" ujawniały się mechanizmy i modele zachowań charakterystyczne dla usankcjonowanych przez Kościół świętych miejsc pielgrzymkowych. Ludzie modlili się, składali kwiaty i palili znicze[874]. Odnotowano także przypadki dowożenia przez ludzi na miejsce domniemanego cudu chorych bliskich w nadziei na cud uzdrowienia.

Wiele z opisywanych zdarzeń osiągnęłoby zapewne tylko lokalny zasięg, gdyby nie ich „nieustanne trwanie" w rzeczywistości wirtualnej. Informacje przekazywane za pośrednictwem radia, prasy czy telewizji wzbudziłyby chwilowe zainteresowanie, po czym odeszłyby w cień zapomnienia, a uwaga ludzi skierowałaby się na kolejne, aktualniejsze wydarzenia. W internecie informacje i relacje tego rodzaju pozostają stale dostępne. Za sprawą zaawansowanych technologii medialnych zjawiska uznawane za nadprzyrodzone i metafizyczne są obecne w przestrzeni publicznej w bezprecedensowej i nigdy wcześniej nie obserwowanej skali[875].

Nie powinno się jednak przyrównywać dwóch zupełnie różnych doświadczeń, jakimi jest osobista obecność w miejscu zaobserwowania wizerunku Matki Bożej i uczestnictwa w adoracji oryginalnego zjawiska w tłumie innych wiernych do oglądania w zaciszu domowym obrazu na ekranie monitora[876]. Rozpowszechnianie wieści o nadprzyrodzonych zjawiskach sprzyja pojawianiu się kolejnych podobnych zdarzeń, różniących się okolicznościami i szczegółami, ale wpisujących się w te same ramy. Obrazy, które pojawiają się w różnych, często dziwnych miejscach i uznawane są przez obserwatorów za wizerunki Matki Bożej należą do tak zwanych symulakr. Pojęcie to opisuje obrazy, które interpretowane są przez mózg ludzki zgodne jest

1997-2007, „Anales Del Instituto de Investigaciones Estéticas", 95, 2009, s. 120 i n.; Na temat Virgen del Metro zob. także J. Nickell, *Adventures in Paranormal...*, s. 23-24.

[874] D. Gamboni, *The Underground and the Virgin of Guadalupe...*, s. 120.

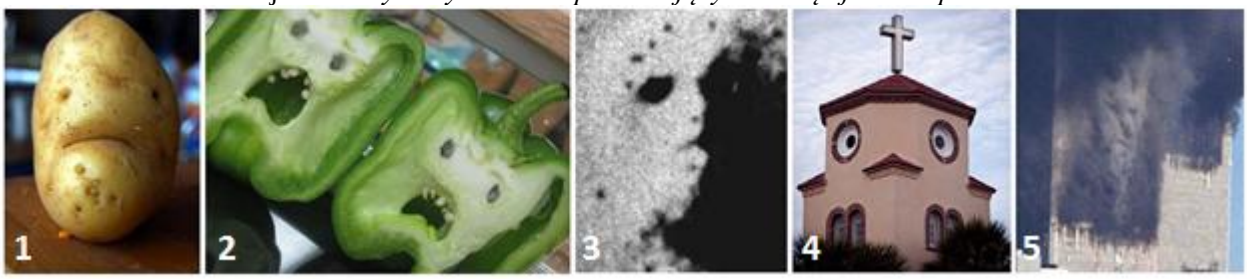
[875] S. Hjarvard, *The Mediatization of Religion...*, s. 2.

[876] D. E. Cowan, *Online U-Topia. Cyberspace and the Mythology of Placelessness*, „Journal for the Scientific Study of Religion", 44/3, 2005, s. 258-259.

z tzw. pareidolią – psychologiczno-neurologicznym zjawiskiem, w którym ludzki mózg interpretuje niejasne, niesprecyzowane kształty jako znane obrazy. Zjawisko to odpowiada za odnajdywanie w różnych elementach znanych człowiekowi kształtów[877].

Niezwykle istotnym czynnikiem decydującym o częstości kojarzenia przez Meksykanów różnych obrazów z wizerunkiem Matki Bożej z Guadalupe jest fakt, że ten właśnie wizerunek towarzyszy im niemal od urodzenia. Proste jego wersje Meksykanie widzą codziennie w różnych miejscach, co przyczynia się do tego, że na podstawie niewielu elementów podobnych do tych występujących na guadalupiańskim wizerunku uznają obraz za cudowne pojawienie się Madonny. Do zaistnienia zjawiska dodatkowo przyczynia się sytuacja życiowa obserwatora. Im bardziej potrzebuje on nadprzyrodzonej pomocy, tym łatwiej w niewyraźnym, zamazanym obrazie dostrzeże Matkę Bożą, którą darzy czcią[878]. Brak wiedzy na ten temat przekłada się na częstość występowania pareidolii. Brak możliwości wytłumaczenia zjawiska w sposób racjonalny sprawia, że uznaje się je za nadprzyrodzone. Jednorazowy przekaz telewizyjny, czy notatka prasowa o kolejnym pojawieniu się wizerunku Maryi w różnych, dziwnych często miejscach trafia do ograniczonej liczby odbiorców. Informacja opublikowana w sieci funkcjonuje w niej w sposób trwały, przez co trafia do dużej liczby odbiorców.

Ilustracja 15. *Przykłady obrazów prezentujących istotę zjawiska pareidolii*



Źródło: *1. http://www.emezeta.com/articulos/pareidolia-estoy-viendo-cosas 2. https://www.painscience.com /articles/palpatory-pareidolia.php 3. Twarz na Marsie http://moonconspiracy.wordpress.com/the-face-on-mars-and-the-pyramids-on-mars/ 4. http://sensitivecontext.files.wordpress.com/2013/09/001.jpg 5. „Wizerunek twarzy szatana", Atak na Word Trade Center, http://www.planetperplex.com/en/item/wtc-devil-in-the-smoke/*

W lipcu 2012 r. media doniosły o kolejnym pojawieniu się wizerunku Matki Bożej z Guadalupe. Obraz Madonny dojrzeli mieszkańcy miasteczka West New York w stanie

[877] J. Nickell, *Adventures in Paranormal...*, s. 18; zob. także R. Dawkins, *The God Delusion*, s. 88-91; C. Sagan, *The Demon-Haunted Worl. Science as a Candle in the Dark*, New York 1995, 96-97.

[878] D. Gamboni, *The Underground and the Virgin of Guadalupe...*, s. 126-127.

New Jersey na pniu miłorzębu[879]. W krótkim czasie wokół drzewa zaczęli gromadzić się ludzie. Drzewo zostało ogrodzone w celu ochrony przed zdewastowaniem i zniszczeniem wizerunku. W ten sposób została zorganizowana naprędce niewielka kapliczka, przy której przybywający na miejsce domniemanego cudu wierni składali kwiaty, ustawiali święte obrazki i zapalali znicze[880].

Ilustracja 16. *Fotografie ilustrujące artykuł zatytułowany Objawienie maryjne w West New York w stanie New Jersey*



Źródło: *http://wiadomosci.wp.pl/gid,14790036,gpage,10,img,14790161,kat,1356,title,Matka-Boza-objawila-sie-na-drzewie,galeria.html*

Informacja o tym wydarzeniu została opublikowana na popularnym polskim portalu. Zaledwie w ciągu pierwszych dwóch dni po ukazaniu się notki internauci pozostawili pod nią 957 komentarzy. Żadna z wypowiedzi nie odniosła się w sposób rzeczowy i racjonalny do podanej informacji. Prześmiewcze komentarze wynikają jednak zapewne ze sposobu sformułowania samej informacji na temat wydarzeń w New Jersey. Omawiany artykuł nie spełnia żadnej z podstawowych zasad rzetelnej informacji, a problem poruszony w nim został potraktowany lakonicznie. W jego treści zabrakło podstawowych wiadomości o samym zjawisku pareidolii, oraz wyjaśnienia choćby w minimalnym zakresie psychologii zachowania tłumu. Zgromadzeni w tłumie ludzie częściowo zatracają własną tożsamość i podążają za sposobem

[879] Na drzewach wielokrotnie obserwowali pojawienie się wizerunku Matki Bożej, z czego część została oficjalnie uznana przez Kościół. Miejsca te stawały się miejscem kultu maryjnego. Najczęściej w koronie drzew ukazywała się Matka Boża przekazując prośby i życzenia. czasami był to obraz lub figura, które w cudowny, niewytłumaczalny sposób były znajdowane na danym drzewie. Z drzewem związany jest np. kult Wniebowziętej Maryi Panny z Rzeszowa, Matki Boskiej Żyrowickiej, Matki Bożej Świętolipskiej, Matka Bożej Lipskiej z Lubawy, Matki Bożej Ostrożańskiej. A. Grzywacz, *Drzewa jako obiekty kultowe*, „Studia i Materiały CEPL w Rogowie", 29/4, 2011, s. 56-57.

[880] http://wiadomosci.wp.pl/gid,14790036,img,14790158,kat,7631,galeria.html#opinie [dostęp 3.06.2013]. Częste rozpoznawanie wizerunku Matki Bożej z Guadalupe na pniach drzew wynika po części z podobieństwa blizn na pniach drzew do mandorli, która otacza postać Madonny. D. Gamboni, *The Underground and the Virgin of Guadalupe...*, s. 133.

myślenia innych zgromadzonych. Niestety w relacjach z opisywanych wydarzeń brak jest jakichkolwiek informacji odnoszących się do tych prawidłowości[881].

[881] Przykładowe artykuły i noty publikowane w internecie w związku z obserwacjami wizerunków Matki Bożej: *Czy to jest Matka Boska?* (o pojawieniu się wizerunku Matki Bożej na pniu drzewa w Żyrardowie w listopadzie 2010 r.), http://www.fakt.pl/artykuly,Czy-to-jest-Matka-Boska-,87496,0,2,1,0,0,0.html [dostęp 3.06.2013]; *Matka Boska objawiła się na drzewie. To cud?* (o pojawieniu się wizerunku Matki Bożej na pniu drzewa w West New York w lipcu 2012 r.), http://www.fakt.pl/Ze-lzami-w-oczach-mieszkancy-wpatruja-sie-w-jedno-z-drzew-w-West-New-York,artykuly,169744,1.html [dostęp 3.06.2013]; *Crowds of believers flock to Virgin Mary 'miracle' tree in West New York* (o pojawieniu się wizerunku Matki Bożej na pniu drzewa w West New York w lipcu 2012 r.), http://www.perthnow.com.au/news/world/us-crowds-flock-to-virgin-miracle-tree/story-fnd14032-1226435061063 [dostęp 3.06.2013]; *Crowds flock to Virgin 'miracle' tree in New Jersey* (o pojawieniu się wizerunku Matki Bożej na pniu drzewa w West New York w lipcu 2012 r.), http://www.google.com/hostednews/afp/article/ALeqM5hg24jud8y1VxahIF5tbg3gBA-tEA?docId=CNG. 007421df9b1fa45b01208882a65fff0b.a51 [dostęp 3.06.2013]; *Cud? Matka Boska na szybie w automyjni!* (o pojawieniu się wizerunku Matki Bożej na szybie w myjni samochodowej w New Jersey w październiku 2012 r.), http://www.fakt.pl/Mezczyzna-z-Hondurasu-widzial-cud-Mezczyzna-widzial-Matke-Boska-na-szybie-automyjni-Widzial-ja-pochodzacy-z-Hondurasu-mezczyzna,artykuly, 182576,1.html [dostęp 3.06.2013]; *Cudowne objawienie. Matka Boska ukazała się w myjni* (o pojawieniu się wizerunku Matki Bożej na szybie w myjni samochodowej w New Jersey w październiku 2012 r.), http://www.sfora.pl/Cudowne-objawienie-Matka-Boska-ukazala-sie-w-myjni-a48608 [dostęp 3.06.2013]; *Cud?! Ukazała się Matka Boska,* (o pojawieniu się wizerunku Matki Bożej na pniu drzewa w Międzyrzeczu w czerwcu 2012 r.) http://www.fakt.pl/Matka-Boska-na-drzewie,artykuly,162329,1.html [dostęp 3.06.2013]; *Our Lady of Guadalupe image appears in New Jersey tree trunk?* (o pojawieniu się wizerunku Matki Bożej na pniu drzewa w West New York w lipcu 2012 r.), http://www.cbsnews.com/8601-201_162-57472092.html?assetTypeId=41&blogId [dostęp 3.06.2013]; *Crowds flock to hospital as a 'vision' of the Virgin Mary appears on window,* (o pojawieniu się wizerunku Matki Bożej na szybie okna w szpitalu w Kuala Lumpur w grudniu 2012 r.), http://www.dailymail.co.uk/news/article-2231377/Sime-Darby-Medical-Centre-Crowds-flock-hospital-vision-Virgin-Mary-appears-window.html [dostęp 4.06.2013]; *Image of Virgin Mary on Subang hospital window draws hundreds,* (o pojawieniu się wizerunku Matki Bożej na szybie okna w szpitalu w Kuala Lumpur w grudniu 2012 r.), http://my.news.yahoo.com/image-of-virgin-mary-on-subang-hospital-window-draws-hundreds.html [dostęp 4.06.2013]; *Apareció la Imagen de la Virgen en el Tronco de un Arbol de Jobo* (o pojawieniu się wizerunku Matki Bożej na pniu drzewa w Tampico w sierpniu 2012 r.), http://www.oem.com.mx/elsoldetampico/notas/n2679675.htm [dostęp 5.06.2013]; *Multitudes acuden al árbol 'milagroso' de la Virgen María?* (o pojawieniu się wizerunku Matki Bożej na pniu drzewa w West New York w lipcu 2012 r.), http://www.eltiempo.com/carrusel/ARTICULO-WEB-NEW_NOTA_INTERIOR-12064032.html [dostęp 5.06.2013]; *Virgen de Nueva Jersey: ¿Aparición milagrosa o histeria colectiva?* (o pojawieniu się wizerunku Matki Bożej na pniu drzewa w West New York w lipcu 2012 r.), http://urgente24.com/areax, 2012/08/virgen-de-nueva-jersey-aparicion-milagrosa-o-histeria-colectiva/ [dostęp 5.06.2013]; En un tronco de un árbol aparece la Imagen de la Virgen de Guadalupe (o pojawieniu się wizerunku Matki Bożej na pniu drzewa w Tuxtla Chico w Meksyku w maju 2009 r.), http://blogchiapashoy. wordpress.com, 2009/05/03/en-un-tronco-de-un-arbol-aparece-la-imagen-de-la-virgen-de-guadalupe/ [dostęp 5.06.2013]; Artykuł został opublikowanym na argentyńskim blogu (o pojawieniu się wizerunku Matki Bożej na pniu

Jednostka w grupie nabywa cech zachowania przeciwnych do tych, które posiada w sytuacji poza nią. W tłumie człowiek staje się podatny na sugestię i ulega wpływom innych uczestników zdarzenia. Stąd niejednokrotnie wykonuje on czynności sprzeczne ze swoim charakterem i przyzwyczajeniami. Charakterystyczną cechą opisującą zbiorowość jest prostota zachowania i przesada w interpretowaniu zdarzeń[882]. Efekt ten uwidacznia się w szczególnie wyrazisty sposób w przypadku, gdy uczestnikami zdarzeń są Meksykanie, lub Amerykanie posiadający latynoskie korzenie. Są oni bowiem, o czym już zostało wspomniane, ludźmi przyjmującymi zjawiska i zdarzenia w sposób wyjątkowo emocjonalny, a charakter ich pobożności sprawia, że łatwo przychodzi im akceptacja zjawisk nadprzyrodzonych.

5.4 Meksykańska Madonna w mediach społecznościowych

W obecnych czasach większość kościelnych instytucji oprócz posiadania oficjalnej strony internetowej obecna jest także w serwisach społecznościowych. We wrześniu 2008 r., roku obchodów 150. rocznicy objawień w Lourdes, została zainaugurowana oficjalna strona francuskiego sanktuarium maryjnego na *Facebooku*. W 2012 r. liczba fanów strony przekroczyła 100 tysięcy osób[883]. Według władz sanktuarium swoje powodzenie strona zawdzięcza wielkoformatowym, atrakcyjnym fotografiom, refleksjom na temat Słowa Bożego, wątkom biograficznym św. Bernadetty, oraz interesującym opisom sanktuarium. W maju 2010 r. oficjalny profil na *Facebooku* założyło fatimskie sanktuarium. Pięć lat później, w kwietniu 2013 r. liczba

drzewa w mieście Sanagasta w prowincji la Rioja w Argentynie) http://blogs.tn.com.ar/creeroreventar, 2013/03, 26/la_rioja_aparecio_la_virgen_de_guadalupe_en_un_arbol/ [dostęp 5.06.2013].

[882] G. Le Bon, *Psychologia tłumu*, tłum.B. Kaprocki, Warszawa 1997, s. 17, 30.

[883] Wśród społeczności facebookowej odwiedzającej stronę w ciągu miesiąca poprzedzającego osiągnięcie przez stronę 100 tysięcy aktywnych użytkowników dominowali Włosi (40 tys.). Na drugiej pozycji uplasowali się Francuzi (14 tys.), za nimi Amerykanie (4,5 tys.), Brytyjczycy (3,8 tys.), Argentyńczycy (3 tys.), Hiszpanie (2,3 tys.) oraz 2 tys. Libańczyków. Dane statystyczne niewiele różnią się od danych dotyczących odwiedzalności oficjalnej strony sanktuarium. Jedyną różnicą jest większa liczba Argentyńczyków i Libańczyków odwiedzających profil na *Facebooku*. Najliczniej reprezentowaną grupą wiekową byli użytkownicy w wieku 25-34 lat (23,7%). Kolejną grupą wiekową byli młodzi dorośli w wieku 35-44 lata (22,6%), a kolejną licznie reprezentowaną grupą była młodzież w wieku 18-24 lata (17%). Nowi fani w wieku powyżej 65. roku życia w opisywanym czasie stanowili zaledwie 4%. Dwie trzecie grupy stanowiły kobiety.

jego fanów przekroczyła 12 tysięcy. Sanktuarium jasnogórskie dołączyło do facebookowej społeczności w październiku 2011 r.[884]

Meksykańskie sanktuarium do tej pory nie posiada oficjalnego profilu na *Facebooku*[885]. Nie oznacza to braku obecności Matki Bożej z Guadalupe na facebookowych stronach. Z własnej inicjatywy wierni zakładają profile, wokół których gromadzą się wszyscy, którym bliski jest kult meksykańskiej Madonny. Popularność owych profili mierzona liczbą polubień i wpisów jest bardzo zróżnicowana. Tym, które funkcjonują brakuje jednak jasno określonych celów, jakie za pomocą tego narzędzia miałyby być osiągane.

Tabela 2. *Popularność przykładowych profili na Facebooku związanych z kultem Matki Bożej z Guadalupe*

nazwa profilu	data założenia	liczba fanów	adres strony
NUESTRA SEÑORA DE GUADALUPE	lipiec 2009	7228	https://www.facebook.com/pages/NUESTRA-SE%C3%91ORA-DE-GUADALUPE, 225166085234
Nuestra Señora de Guadalupe/Patrona de México/ Emperatriz de América Latina	październik 2009	27421	https://www.facebook.com/pages/Nuestra-Se%C3%B1ora-de-GuadalupePatron a-de-M%C3%A9xico-Emperatriz-de-Am%C3%A9rica-Latina/153360653506
Virgen de Guadalupe	styczeń 2010	1416347	https://www.facebook.com/pages/Virgen-de-Guadalupe/103674075596
Virgen de Guadalupe	styczeń 2012	1457331	https://www.facebook.com/pages/Virgen-de-Guadalupe, 218086714948532
Nuestra Señora De Guadalupe	lipiec 2012	741	https://www.facebook.com/pages/Nuestra-Se%C3%B1ora-De-Guadalupe/368997666461677
Basílica de Nuestra Señora de Guadalupe.	luty 2012	6267	https://www.facebook.com/pages/Bas%C3%ADlica-de-Nuestra-Se%C3%B1ora-de-Guadalupe/101123170015794

Źródło: *Opracowanie własne. Ostatnia aktualizacja liczby fanów 30.11.2014*

Liczba fanów nie jest jednak wskaźnikiem popularności facebookowego profilu. Mark D. Johns przeprowadził analizę zarejestrowanych na *Facebooku* grup w kategorii „organizacje religijne". Wyniki badań wykazały, że polubienie strony jest wyrazem afirmacji internauty dla

[884] Liczba fanów nie jest jedynym wyznacznikiem sukcesu w mediach społecznościowych. O popularności świadczy także tak zwany wskaźnik zaangażowania fanów (*engagement rate*), wyrażony w procentach. Powstaje on jako iloraz sumy interakcji (komentarze plus oznaczenia „Lubię to!") i liczby odsłon badanego wpisu pomnożony przez 100. Zależny jest od liczby zadeklarowanych fanów, określa średnią przewidywaną aktywność fanów w zależności od ich liczby. Wartość niższa od prognozowanej może oznaczać, że umieszczane wpisy nie są wystarczająco ciekawe by zaktywizować zarejestrowanych na stronie fanów, lub że powodem polubienia strony była deklaracja poparcia dla idei prezentowanych na stronie. K. Polańska, *Biznesowy charakter mediów społecznościowych*, „Studia Informatica", 656/28, 2011, s. 80.

[885] Stan w dniu 1.12.2014.

grupy, jej twórców lub celów działalności. Liczba fanów nie przekłada się jednak na interakcje w obrębie grupy. W przeanalizowanych przez Johnsa fanpage'ach niemal żadna interakcja nie miała miejsca. Badania wskazują, że dołączenie do grupy na *Facebooku* to symboliczny akt deklarowania tożsamości religijnej. Korzystanie z sieci społecznościowych powinno skupić się na budowaniu relacji, a nie wyłącznie na budowaniu dużych list fanów[886].

W sieci odnaleźć można także dużą liczbę blogów, których autorzy swoimi wpisami demonstrują dezaprobatę i krytykę ludzi wierzących w cuda i objawienia zatwierdzone przez Kościół katolicki. Co ciekawe, strony te są także odwiedzane przez ludzi wierzących, a wielu z nich pozostawia na nich ślad w postaci komentarza pod artykułem, będącego najczęściej polemiką z autorem blogu lub autorami innych komentarzy. W tych publikacjach raczej nie spotyka się zjadliwej agresji, natomiast artykuły pełne są sofizmatów, mających na celu przekonać czytelnika do racji autora tekstu.

Na stronach jednego z takich blogów autor umieścił artykuł, w którym ustosunkowuje się do historii objawień Matki Bożej z Guadalupe[887]. Już prześmiewczy tytuł artykułu – „Malowana lala" – zdradza charakter zawartych w nim treści. Stronnicze wywody autora zostały skonstruowane w sposób, którego celem było przekonanie czytelnika o tym, że stanowią prawdy absolutne, a wersja głoszona przez Kościół to stek bzdur, którym Kościół katolicki karmi naiwnych, bezkrytycznych wiernych. W dniach od 18.05.2009 do 23.09.2014 r. internauci umieścili pod artykułem 51 komentarzy. Rozważana była nie tylko kwestia prawdziwości objawień, ale jak często bywa w takich przypadkach, dyskusją objęte zostały także inne kwestie związane z doktryną i nauką Kościoła katolickiego. Z jednej strony usytuowali się dyskutanci, których komentarze naznaczone są pogardą i nienawiścią do Kościoła, z drugiej wierzący ocierający się o skrajny religijny fanatyzm[888]. Pomiędzy nimi znalazły się osoby podważające

[886] P. E. Teusner, *New Thoughts on the Status of the Religious Cyborg*, „Journal of Technology, Theology, and Religion", 2/1, 2010, http://techandreligion.com/Resources/Teusner%20JTTR.pdf [dostęp 12.12.2014].

[887] http://czajniczek-pana-russella.blogspot.com, 2009/05/malowana-lala.html [dostęp 30.05.2013]. Inne artykuły podważające oficjalne stanowisko Kościoła dotyczące objawień i cudów posiadają podobnie prześmiewcze tytuły, jak np.: *Lucia de Jesus Superstar, Jak cudowne są cuda z Lourdes?, Maść różańcowa i zastrzyk z Ducha Świętego, Ojciec Pio a'la Bogusław Linda*.

[888] Trudność badań internetowych wynika między innymi z oceny, czy dany komentarz przedstawia prawdziwą opinię wystawiającej go osoby. Twórcą skrajnie fanatycznych komentarzy mogą być osoby niewierzące, które tak skonstruowanymi tekstami ośmieszyć swoich adwersarzy.

boskość Jezusa, wierni namawiają do pokuty i bojaźni bożej, a także nie mające ugruntowanej opinii na temat prawdziwości objawień.

Wkrótce po publikacji artykułu internauci pozostawiali głównie komentarze popierające stanowisko autora. W późniejszym czasie tendencja ta odwróciła się, przeważały komentarze oponentów światopoglądu autora. Ostatnie wpisy ponownie zostawiali ci pierwsi. Podobna tendencja okresowej wymiany przewagi opinii zauważalna jest w komentarzach także pod innymi artykułami, których treść nawiązuje do meksykańskich objawień. Szczególnie dużym zainteresowaniem temat meksykańskich objawień cieszy się na blogach hiszpańskojęzycznych. Tam również najczęściej poruszanym wątkiem są tajemnice Obrazu Madonny[889]. Najliczniejszą grupę stanowią wpisy krytyczne, których autorzy dowodzą nieprawdziwości cudownych właściwości obrazu. Pod wpisami internauci pozostawiają komentarze, polemizujące z opiniami wyrażonymi przez autora w tekście artykułu.

Formułowanie wniosków w oparciu o analizę komentarzy internautów jest jednak dość ryzykowne. W przypadku forum i komentarzy moderowanych część wpisów może być usuwana przez moderatorów, w wyniku czego obraz analizowanej dyskusji jest niepełny, a przez to nie do końca nieprawdziwy. Statystyki dostępne dla użytkowników i gości forum także nie są w pełni wiarygodnym źródłem informacji o jego popularności, nie pokazują bowiem informacji o czasie, jaki osoba odwiedzająca stronę forum tam spędziła. Nie wiadomo zatem, z jaką częścią prezentowanych treści gość się zapoznał[890].

Wielu pielgrzymów wrażeniami z odbytej podróży do świętego miejsca dzieli się z innymi użytkownikami internetu na stronach prowadzonego przez siebie bloga. Niektóre blogi są głównie fotograficzną dokumentacją podróży, ale też wiele blogów zawiera cenne informacje praktyczne, które mogą okazać się przydatne dla osób planujących podjąć podobną podróż[891].

[889] Przykładowe wpisy: Pod artykułem *La Virgen de Guadalupe: Desmintiendo el origen divino* internauci pozostawili 373 komentarze (od 11.12.2008 do 12.12.20111) http://cgnauta.blogspot.com/2008/12/la-virgen-de-guadalupe-la-verdadera.html; Pod artykułem *Virgen de Guadalupe: Dos imágenes que desmienten definitivamente "El milagro"* internauci pozostawili 366 komentarzy (od 4.09.2008 r. do 16.11.2011 r.) http://cgnauta.blogspot.com/2008/02/virgen-de-guadalupe-dos-imgenes-que.html; Niewiele mniejszym zainteresowaniem cieszą się także inne artykuły umieszczone w serwisie poruszające tematykę meksykańskich objawień.

[890] O. Krüger, *Discovering the Invisible...*, s. 11.

[891] Interesujący opis wspomnień z podróży do Meksyku i wizyty w sanktuarium Matki Bożej z Guadalupe na stronie: http://www.wojtektravel.pl/index.php/wyprawy/8-am-lacinska-etap-iv/06-meksyk/ [dostęp 13.05.2013];

Autorzy blogów często zamieszczają wskazówki dotyczące organizacji wyjazdu, oraz ciekawostki związane z odwiedzanym miejscem, zachęcając tym samym czytelników do jego odwiedzenia[892]. Relacje z odbytej peregrynacji umieszczane na blogach i prywatnych stronach powstają jako wynik potrzeby dzielenia się z innymi niecodziennymi wrażeniami i przeżyciami, można przyrównać je do współczesnych odpowiedników itinerariów spisywanych przez pobożnych pątników we wczesnych wiekach średnich[893].

Najpopularniejszym źródłem informacji dla użytkowników internetu od wielu już lat pozostaje Wikipedia, encyklopedia funkcjonująca wyłącznie w przestrzeni internetowej. Nie jest więc niespodzianką, że na jej stronach wielu wiernych poszukuje informacji o ważnych pojęciach i wydarzeniach związanych z Kościołem katolickim. I tak na przykład w polskiej edycji *Wikipedii* artykuł z opracowanym w j. polskim hasłem „Matka Boża z Guadalupe" notuje od kilkudziesięciu do kilkuset odwiedzin każdego dnia (osiągając ponad tysiąc odsłon w szczególnych dniach, takich jak np. święto Matki Bożej z Guadalupe). Hiszpańskojęzyczna wersja artykułu z hasłem „Nuestra Señora de Guadalupe (México)" odwiedzana jest średnio 30-70 tysięcy razy miesięcznie[894].

Artykuł opisujący kult Matki Bożej z Guadalupe uzyskuje dużą liczbę odsłon, zapoznaje się z jego treścią duża liczba internautów. Warto więc zapoznać się z jego treścią i genezą jego powstania. Historia edycji artykułu hasła „Matka Boża z Guadalupe" jest bardzo rozbudowana, dlatego zostaną tu wspomniane jedynie fragmenty, które odzwierciedlają ścieranie się światopoglądów wikipedystów edytujących treść artykułu. 27 września 2012 r. wikipedysta podpisujący się loginem *Chesterx* skomentował zawartość artykułu, w którym opisane były

Zob. także wspomnienia z pobytu w Guadalupe opisane na blogu: http://ewa-naprzeciwszczciu.blogspot.com , 2013/02/moje-podroze-krolowa-meksyku-morenita-z.html [dostęp 13.05.2013].

[892] Zob. np. opis sanktuarium, bogata kolekcja zdjęć o wysokiej jakości, wskazówki dotyczące dojazdu z centrum miasta do sanktuarium na blogu: http://mario.geoblog.pl/wpis/154796/sanktuarium-m-b-z-guadalupe [dostęp 13.05.2013].

[893] Iteneraria były swoistymi przewodnikami dla pielgrzymów. Można więc przyrównać ich rolę do tej, jaką w dzisiejszych czasach pełnią opisy wrażeń z odbytych peregrynacji na internetowych stronach. A. Jackowski, *Święta przestrzeń świata Podstawy geografii religii*, Kraków 2003, s. 116.

[894] http://stats.grok.se/es, 201311/Nuestra_Se%C3%B1ora_de_Guadalupe_(M%C3%A9xico)# [dostęp 21.07.2014].

nadnaturalne właściwości obrazu słowami: „*WANDALIZM*[895] *(czyżby próba zmiany wikipedii w katopedię?*[896]. Pod fragmentem zatytułowanym „Argumenty za nadnaturalnością" umieścił fragment „Argumenty za naturalnością" z tekstem:

> Kolejnym argumentem przeciw nadnaturalnemu powstaniu obrazu w XVI wieku jest fakt, że najwcześniejsza wzmianka o obrazie pochodzi z 1649 roku – jest to aztecki traktat „El Nican Mopohua". Powstał on na podstawie przekazów ustnych, w tym relacji czterech Indian w wieku od 100 do 115 lat, co podważa jego wiarygodność[5]. Dodatkowo w wywiadzie dla „National Catholic Reporter" Stafford Poole[897] przedstawił pogląd, że Watykan specjalnie postanowił wynieść na ołtarze Juana Diego (którego istnienie jest wątpliwe), gdyż wtedy stał się on pierwszym czerwonoskórym świętym, a to przysporzyło Stolicy Apostolskiej popularności w Ameryce Południowej[898].

Fragment ten zaledwie kilka minut po pojawieniu się na stronie z artykułem hasła został uznany za *pomówienia agresywnego ateisty* i usunięty przez innego wikipedystę[899]. Tego samego dnia *Chesterx* jeszcze kilkakrotnie fragment ów dołączał do artykułu, przy czym po każdym dołączeniu był on ponownie usuwany przez wikipedystę podpisującego się jako *j.Dygas*.

---

[895] Według zasad polskojęzycznej Wikipedii wandalizm jest to świadome działania dokonywane w złej wierze i mające na celu obniżenie jakości treści Wikipedii http://pl.wikipedia.org/wiki/Wikipedia:Wandalizm [dostęp 21.01.2014]. Wandalizmem określa się celowe i uporczywe usuwanie treści lub dopisywanie nieprawdziwych informacji przez pojedynczego edytora treści lub grupę osób (trolli). Konsekwencją takiej działalności jest pozbawienie wikipedysty prawa edytowania hasła na określony lub nieograniczony czas.

[896] Została zachowana oryginalna pisownia.

[897] Przywoływany przez autora komentarza Stanford Pool został katolickim księdzem uzyskując święcenia w 1956 r. Obecnie zajmuje się pracą naukową, a jego głównymi polem badawczym jest Kościół katolicki w kolonialnym Meksyku. Do jego najbardziej znanych prac poruszających tematykę meksykańskiego kultu należą: *Our Lady of Guadalupe. The Origins and Sources of a Mexican National Symbol* (1995 r.), *The Story of Guadalupe. Luis Laso de la Vega's Huei tlamahuiçoltica of 1649* (1998 r.), *The Guadalupan Controversies in Mexico* (2006 r.).

[898] http://pl.wikipedia.org/w/index.php?title=Matka_Bo%C5%BCa_z_Guadalupe&diff=next&oldid=32952299 [dostęp 21.01.2014]. Źródłem, na jakie powołuje się wikipedysta jest artykuł *Cud mniemany z Gwadelupy*, opublikowany w maju 2012 r. w popularnonaukowym czasopiśmie „Wiedza i życie", autorstwa Krystyny Słomki. Wikipedysta jako źródło podaje także artykuł niejakiego Briana Dunninga, który nie posiada stosownego dorobku naukowego dającego podstawę do uznania go za eksperta w tej dziedzinie http://skeptoid.com/episodes/4201 [dostęp 21.01.2014].

[899] http://pl.wikipedia.org/w/index.php?title=Matka_Bo%C5%BCa_z_Guadalupe&diff=next&oldid=32952375 [dostęp 21.01.2014].

Użytkownikowi *Chesterx* zarzucał *wandalizm i obrażanie katolików*, ten zaś nie pozostawał dłużny swojemu interlokutorowi, uznając usuwanie edytowanych przez siebie treści za *wandalizm i uporczywe łamanie zasady bezstronności Wikipedii.* Ostatecznie ze względu na brak konsensusu pomiędzy dyskutantami artykuł został zablokowany do edycji do 4 października. Argumenty przemawiające za naturalnym powstaniem obrazu zostały w nim pozostawione.

Niespełna dwa miesiące później *Chesterx* zrezygnował w programie uczestnictwa we współtworzeniu *Wikipedii*, uzasadniając swoją decyzję słowami:

> […] podwójne standardy dla artykułów dotyczących rzekomych zjawisk nadprzyrodzonych – o niemieckiej fanatyczce religijnej twierdzi si, jakoby zjawisko jej "opętania przez demony" było obiektywnym faktem, gdy twierdzi się, gdy opisuje się osobę uznaną przez organizację religijną "świętym", to bez skrupułów określa się jako fakt rzekoma lewitację tej osoby i inne niepotwierdzone niczym fantazmaty. Gdy natomiast chodzi chociażby o rzekome „wizyty niezidentyfikowanych obiektów latających", to nastawienie diametralnie zmienia się i od razu traktuje się takie artykuły z uprzedzeniem (vide okoliczności usunięcia chociażby art. o Janie Wolskim przy jednoczesnym pozostawieniu chociażby art. o Juanie Diego). Nie wiem na jakich zasadach uznaje się, że lewitacja mnicha niepotwierdzona żadnym dowodem jest bardziej prawdopodobna i spełnia warunki encyklopedyczności, a widzenie przez rolnika NOL już takie nie jest. Nie wspominając już o FSM, religii, która jest w trakcie rejestracji i która posiada określoną grupę wyznawców - już wyobrażam sobie to święte oburzenie katolików, gdyby ktos określił katolicyzm jako parodię religii […][900]

Duża liczba edycji hasła jest w przeważającej części wynikiem ścierania się poglądów wikipedystów dotyczących właściwości płótna, na którym umieszczony jest wizerunek Maryi. W szerszym kontekście wiąże się z chęcią przeforsowania subiektywnej opinii wikipedystów będących współautorami edytowanego hasła. Artykuł funkcjonujący w obecnej postaci w polskiej Wikipedii opisujący hasło „Matka Boża z Guadalupe" współtworzyło ponad trzydziestu wikipedystów i i niezarejestrowanych użytkowników. Powyższy przykład pokazuje proces formowania się hasła w Wikipedii, które jest tworem powstałym w wyniku ścierania się obiektywnych opinii edytorów.

[900] http://pl.wikipedia.org/wiki/Wikipedysta:Chesterx [dostęp 21.01.2014]. Została zachowana oryginalna pisownia.

Pomimo, że powoływanie się na *Wikipedię*, jako źródło wiedzy, jest nieakceptowane przez ludzi nauki, przez większość użytkowników internetu *Wikipedia* wciąż traktowana jest jako podstawowe źródło wiedzy. Z drugiej strony niezwykła popularność *Wikipedii* skłania do refleksji, że pomimo zarzutów kierowanych przeciwko internetowej encyklopedii, katolicy powinni aktywnie zaangażować się w jej współredagowanie. Bez względu na oceną *Wikipedii* jako źródła informacji uznać należy fakt, że każdego dnia jest ona odwiedzana przez miliony internautów. To wielka szansa na promocję Kościoła i jego wielowiekowego dziedzictwa[901].

5.5 Meksykańskie sanktuarium w internecie

Miejsca święte w każdej religii łączą w sobie materialne i duchowe wartości zachęcające wiernych do ich odwiedzania. Ich ranga i znaczenie odnoszą się do historii powstania i tradycji. W przypadku sanktuariów maryjnych, na terenie których doszło do objawień, ich specyfika ściśle powiązana jest z „widzącymi", czyli osobami, którym ukazała się Matka Boża. Strona materialna sanktuarium obejmuje obiekty bezpośrednio związane z *sacrum*, na którą składają się wznoszące się na terenie sanktuarium kościoły, kaplice, golgoty itp., oraz część świecką obejmującą zaplecze obsługujące ruch pielgrzymkowy. Należą do nich hospicja, domy pielgrzyma, restauracje oraz sklepy z dewocjonaliami.

Każde z zatwierdzonych przez Kościół miejsc objawień maryjnych przeszło swoistą drogę rozwoju. Charakterystycznymi jej etapami jest konsekracja „widzących", budowa bazyliki, a następnie organizacja zaplecza pielgrzymkowego. Bernadeta Soubirous, wizjonerka z Lourdes została zaliczona w poczet świętych w 1933 r. a Hiacynta i Franciszek, dzieci, którym Matka Boża objawiła się w okolicach Fátimy zostali beatyfikowani w 2000 r. Juan Diego w poczet błogosławionych został włączony w 1990 r., w 2002 r. polski papież ogłosił go świętym. Fakt wyniesienia na ołtarze osób obdarzonych łaską „widzenia" miał niebagatelny i bezpośredni wpływ na rozwój danego sanktuarium[902]. W każdym z tych miejsc metamorfozę przechodziły także obiekty sakralne. Z początku niewielkie kaplice wznoszone w miejscach objawień ze

[901] J. Kloch, *Zastosowania najnowszych technologii...*, s. 71.

[902] V. Ambrósio, M. Pereira *Christian/Catholic Pilgrimage – Studies and Analyses*, [w:] *Religious Tourism And Pilgrimage Festivals Management An International Perspective*, red. R. Ray, N. D. Morpeth, Cambridge 2007, s. 143.

względu na zwiększającą się liczbę przybywających pielgrzymów z czasem zastępowane były przez uże, okazałe bazyliki. Sanktuarium w Guadalupe osiągnęło już szczyt swojego rozwoju i posiada ustaloną, wysoką pozycję w świecie chrześcijańskim. Prace nad rozbudową i upiększeniem terenu sanktuarium trwają jednak nieprzerwanie do dnia dzisiejszego[903].

W internecie funkcjonuje ogromna liczba stron WWW, które w mniejszym lub większym stopniu podejmują tematykę popularnych sanktuariów maryjnych. Szczególna rola spoczywa na oficjalnej stronie sanktuarium, jednak jest tylko częściowo przez nią kształtowany. Główną rolę w tym zakresie pełnią treści prezentowane na tysiącach innych stron, z których wiele tworzonych jest przez pielgrzymów, którzy odwiedzili święte miejsce, a na internetowych stronach dzielą się wrażeniami z odbytej podróży. Te strony, głównie poprzez fakt, że ich autorami są tzw. „zwykli ludzie" zyskują zaufanie internautów[904].

Uzyskiwane za pośrednictwem internetu informacje na temat świętych miejsc stanowią jeden z istotnych czynników wpływających na liczbę udających się tam pielgrzymów i turystów. Nie jest to oczywiście czynnik jedyny, bo wpływ na decyzję o podjęciu podróży mają także możliwości finansowe podróżującego, a także ogół warunków logistycznych, określających m. in. komunikacyjne możliwości dotarcia do miejsca kultu i tamtejsza baza noclegowa. Czynnikami mającymi duży wpływ na liczebność pielgrzymów są także jubileusze objawień, wizyty papieskie i inne partykularne wydarzenia[905].

Bazylika Matki Bożej z Guadalupe jest jednym z pionierów wykorzystania internetu dla celów religijnych w Meksyku. Strona została uruchomiona dzięki inicjatywie rektora Bazyliki Diego Monroy'a. 12 grudnia 2001 r. przebywający w Rzymie papież Jan Paweł II dokonał inauguracji witryny, stając się tym samym jej pierwszym gościem[906]. Rola jaką ma spełniać

[903] Wiele sanktuariów maryjnych objawieniowych znajduje się dopiero w połowie drogi prowadzącej od powstania do pełnego rozkwitu zarówno pod względem infrastruktury związanej z ruchem pielgrzymkowym i turystycznym, jak i promocji ośrodka (np. sanktuaria w Knox, czy w Banneux).

[904] Zob. J. Owsiak, J. Sewerniak, W. Bartoszewicz, B. Radkowska, *Badania i analiza ruchu pielgrzymkowo-turystycznego dla miasta Częstochowy*, Warszawa – Toruń 2006, s. 55.

[905] Por. D. Ptaszycka-Jackowska, A Jackowski, *Jasnogórskie pielgrzymki w przestrzeni miasta i regionu Częstochowy*, Kraków 1998, s. 97.

[906] P. I. A. Carvajal, *La Basílica de Guadalupe en la Internet. La difusión de las prácticas religiosas en la era de las tecnologías de información*, „Renglones", 61, 2009-2010, s. 27, 31; D. Monroy Ponce, *Informe Quinquenal. Pastoral Administrativo, de Obras y Finanzas. Insigne y Nacional Basílica de Guadalupe*, México D. F. 2005, s. 139; http://www.vatican.va/holy_father/john_paul_ii/audiences/2001/documents/hf_jp-ii_aud_20011212_en.html

oficjalna strona internetowa sanktuarium została opisana w biuletynie sanktuarium w następujący sposób: [...] *Witryna ma być wirtualnym sanktuarium, miejscem, do którego czciciele Matki Bożej z Guadalupe na całym świecie mogą się udać, aby znaleźć schronienie, i pocieszenie na kolanach swojej Najświętszej Matki; ma być miejsce modlitwy, kontemplacji, refleksji, nauki i wzrastania w wierze*[907].

Oficjalna strona meksykańskiego sanktuarium obecnie jest dostępna pod adresem www.virgendeguadalupe.mx. Od inauguracji w grudniu 2001 r. była wielokrotnie modyfikowana, a także w międzyczasie zmieniał się jej adres url[908]. Historię modyfikacji można prześledzić, korzystając projektu *internet Archive*, którego działalność polega na archiwizacji witryn internetowych, programów telewizyjnych[909]. W bazie witryn internetowych można prześledzić jak wyglądał jej projekt w kolejnych latach funkcjonowania. W czasie od 12.12.2001 r. do 1.07.2014 r. witryna została zarchiwizowana 409 razy.

[dostęp 22.08.2013]; prasowe doniesienia http://www.caracol.com.co/noticias/internacionales/el-papa-juan-pablo-ii-activo-desde-el-vaticano-el-sitio-basilica-de-guadalupe/20011212/nota/129300.aspx, [dostęp 22.08.2013].

[907] http://basilica.mxv.mx/web1/-home/boletin_guadalupano_2008.html [dostęp 11.02.2013].

[908] Adres strony powinien określać w precyzyjny sposób tematykę witryny. Raz ustalony adres nie powinien ulegać zmianie, operacja taka może bowiem skutkować utratą części użytkowników i zmniejszeniem odwiedzalności. Takie właśnie skutki zmiany adresu witryny obserwowane były w 2008 r., gdy chrześcijański serwis *GodTube* został przemianowany na *tangle.com*. Błędna decyzja o zmianie adresu skutkowała drastycznym zmniejszeniem liczby użytkowników z 2,7 milionów do niecałych 700 tysięcy. Realny spadek wyniósł więc aż 75%. Pomimo, że od 2010 r. witryna *GodTube* wznowiła funkcjonowanie i są do niej przekierowywani użytkownicy tangle.com, do tej pory serwisowi nie udało się odzyskać dawnej popularności. M. Einstein, *GodTube*, s. 301.

[909] W bazie projektu przechowywanych jest kilkadziesiąt tysięcy koncertów i innych utworów muzycznych oraz kilka tysięcy filmów. Technicznie możliwa jest digitalizacja wszystkich książek, nagrań dźwiękowych, kilkuset tysięcy pełnometrażowych filmów i kilkudziesięciu tysięcy programów komputerowych, stanowiących całość kulturowego dziedzictwa ludzkości. Por. E. Bendyk, M. Filiciak, J. Hofmokl, T. Kulisiewicz, A. Tarkowski, *Kultura 2.0...*, s. 17.

Ilustracja 17. *Historia częstotliwości archiwizacji witryny meksykańskiego sanktuarium*



Źródło: *https://web.archive.org/web/20010801000000*/http://www.virgendeguadalupe.mx*

Pielgrzymi odwiedzający meksykańskie sanktuarium to ludzie zróżnicowani pod względem społecznym, intelektualnym i finansowym. Różne są też powody ich przybycia do Guadalupe[910]. Podobnie niejednorodną grupę tworzą goście odwiedzający oficjalną stronę sanktuarium. Szczególną grupę docelową tworzą ci, którzy ze względu na swoje zdrowie, uwarunkowania rodzinne czy też finansowe nie są w stanie odbyć pielgrzymki[911]. Przypadkowych gości strona powinna zainteresować prezentowanymi treściami i skłonić, aby zechcieli na nią wrócić. Zasadniczą częścią strony internetowej sanktuarium są treści o charakterze religijnym, ale również materiały historyczne i odnoszące się do architektury i sztuki. Tym, którzy odwiedzili już wcześniej Guadalupe ma pomóc powrócić wspomnieniami do odbytej peregrynacji. Pozostałym natomiast ułatwić jej zaplanowanie.

Interfejs użytkownika uniwersalnej powinien być przyjazny także dla użytkowników o szczególnych wymaganiach. Do tej grupy zaliczają się ludzie starsi, osoby z dysfunkcjami i częściową niepełnosprawnością, stanowią oni bowiem ważną grupę peregrynujących do świętych miejsc[912]. Ze względu na tę grupę należy uwzględnić w projekcie zasady użyteczności

[910] P. Giuriati, E. R. Masferrer Kan, *No temas ... yo soy tu madre...*, s. 161-169.

[911] M. Altena, C. Notermans, T. Widlok, *Place, Action, and Community...*, s. 142.

[912] Witryna, której potencjalnymi odbiorcami są osoby starsze powinna uwzględnić bariery i ograniczenia wynikające z zaawansowanego wieku, oraz często towarzyszącej mu niepełnosprawności psychomotorycznej (spowolnienie ruchów, drżenie rąk, niezborność i wynikająca stąd niedokładność czynności związanych z poruszaniem się pomiędzy elementami strony WWW). Wraz z wiekiem zmniejszają się także umiejętności poznawcze człowieka, i maleje sprawność zmysłów, głównie wzroku, który jest najistotniejszym zmysłem w odbiorze przekazu internetowego. Analiza problematyki opracowana została w artykule: E. Mikołajewska, D. Mikołajewski, *Interfejsy człowiek–komputer dla osób niepełnosprawnych i w podeszłym wieku*, „Annales Academiae Medicae Silesiensis", 68/1, 2014, s. 53-60; O interfejsie przyjaznym dla użytkownika zob. także

i funkcjonalności[913]. Oficjalną stronę sanktuarium odwiedzają ludzie przynależący do różnych środowisk społecznych, legitymujący się różnym wykształceniem i wiekiem. Różne są też ich oczekiwania i cel odwiedzenia strony. Dlatego priorytetowym wyzwaniem dla twórców i projektantów witryny jest zapewnienie możliwości satysfakcjonującego korzystania z witryny przez jak najliczniejsze grono odbiorców witryny[914].

M. Szpunar, *Interfejs użytkownika jako sposób komunikacji z komputerem*, „Global Media Journal – Polish Edition", 3/1, 2007, s. 123-125; W przeprowadzonych badaniach został poddany analizie sposób korzystania przez seniorów z portali oferujących sprzedaż *online*. Wnioski z niego płynące można wykorzystać przy projektowaniu witryn o jakiejkolwiek innej tematyce, odwiedzanych przez starszą część społeczeństwa. Badania prowadzone były pod kątem użyteczności systemu, oraz łatwości jego użytkowania. Zob. T. J. Smith, *Senior Citizens and E-commerce Websites: The Role of Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, and Web Site Usabiliy*, „*Informing Science. The International Journal of an Emerging Transdiscipline*", 11, 2008, s. 60.

[913] Pojęcie użyteczności łączy się z tworzeniem produktów i systemów łatwych w użyciu i dopasowanych do potrzeb i wymagań użytkownika. Międzynarodowa Organizacja do spraw Standaryzacji ISO (ISO – nazwa międzynarodowej organizacji do spraw Normalizacji (standaryzacji) *International Organization for Standardization*) definiuje użyteczność jako: *zakres, w jakim produkt może być stosowany w celu uzyskania określonych użytkowników określone cele o skuteczności, wydajności i satysfakcji w określonym kontekście użycia.* Użyteczność określana jest przez kilka parametrów. Pierwszym z nich jest skuteczność, która ocenia, czy użytkownicy są w stanie korzystając z produktu wykonywać określone zadania i osiągnąć zamierzone cele. Drugi parametr mówi o wydajności (przy badaniu użyteczności produktów i usług wydajność często mierzona czasem wykonania zadania), która określa, jak duży wysiłek użytkownicy muszą włożyć, aby osiągnąć oczekiwany efekt. Trzecim parametrem jest zadowolenie mierzone stopniem satysfakcji użytkowników korzystających z produktu. W odniesieniu do ergonomii serwisów internetowych użyteczność skupia się na intuicyjnej nawigacji, ułatwieniu skanowania w poszukiwaniu informacji i zapewnieniu zrozumiałej dla użytkownika komunikacji. T. Karwatka, *Efektywne i intuicyjne serwisy WWW*, Gliwice 2006, s. 8; Zob. także J. Nielsen, K. Pernice, *Eyetracking. Web Usability*, Berkeley 2010, s. 110; O istotności nawigacji dla czytelności i użyteczności witryny internetowej zob. L. Rosenfeld, P. Morville, tłum.K. Masłowski, T. Jarzębowicz, *Architektura informacji w serwisach internetowych*, Gliwice 2003, s. 131, 135-136, 142 i n.

[914] Jak ważne jest dostosowanie produktu do jak największej liczby potencjalnych klientów od dawna rozumieją projektanci samochodów, wyposażając swoje produkty w regulowane fotele, kierownicę i lusterka. Obok wyposażenia standardowego oferują wyposażenie dodatkowe, co pozwala kupującemu jak najkorzystniej dostosować samochód do własnych potrzeb. Podobny zabieg stosują projektanci wielu witryn internetowych, przygotowując kilka wersji strony, z przeznaczeniem dla różnych grup użytkowników. I tak na przykład oficjalna strona NASA (http://www.nasa.gov) obok zestawu informacji kierowanych do wszystkich gości, dostępna jest w wersjach przygotowanych dla szczególnych użytkowników: uczniów, nauczycieli, mediów. B. Shneiderman, *Universal usability: Pushing Human–Computer Interaction Research to Empower Every Citizen* [w:] *Media access. Social and Psychological Dimensions of New Technology Use*, red. Erik P. Bucy, John E. Newhage, Mahwah 2004, s. 260; Zob. także M. Lackus, F. Siems, D. Hilgers, K. Jurgen, *Quality Perception and Successful Information Seeking Processes as Objectives of Web Content Presentation: A Discussion of the F-Shaped Pattern Based on an*

Ilustracja 18. *Różnorodność profilów osobowościowych użytkowników witryn internetowych*



Źródło: *Opracowanie na podstawie Ben Shneiderman, Universal usability: Pushing Human–Computer Interaction Research to Empower Every Citizen [w:] Media access. Social and Psychological Dimensions of New Technology Use, red. Erik P. Bucy, John E. Newhage, Mahwah 2004, s. 262*

Strona główna serwisu jest jego wizytówką, powinna więc być atrakcyjna, a dobór przedstawionych treści ma zachęcać użytkownika do dalszego eksplorowania serwisu. Również na stronie głównej serwisu powinna znajdować się wyraźna informacja, że jest to oficjalna witryna sanktuarium[915]. Warto jest tu także umieścić wyróżnione odnośniki do kluczowych zagadnień serwisu, oraz do stron zewnętrznych, które warto odwiedzić[916]. Witryna meksykańskiego sanktuarium zaprojektowana została w sposób wybitnie promujący przekaz ikoniczny. Odnośniki do kluczowych podstron dostępne są albo poprzez standardowe, poziome górne menu, albo przez podpisane obrazy zajmujące główny obszar strony startowej.

W aktualnym kształcie witryna sanktuarium wychodzi na przeciw panującej obecnie tendencji dominacji w mediach przekazu ikonicznego. Opiera się on na dystrybucji głównie

Eye-Tracking Experiment, „Journal of Academy of Business and Economics", 4, 2011; D. Lawrence, S. Tavakol, *Balanced Website Design. Optimising Aesthetics. Usability and Purpose*, London 2007, s. 38.

[915] J. Kloch, *Internet a duszpasterstwo. Filozofia umiaru*, „Więź", 508/2, 2001, s. 51.

[916] Pomocne przy nawigacji pomiędzy podstronami witryny i stronami zewnętrznymi są hiperłącza internetowe, które odwiedzone zmieniają kolor. Dzięki takiemu rozwiązaniu użytkownik zna historię eksploracji zasobów witryny, unika ponownego odwiedzania stron już przeglądniętych. Praktyka umieszczania odnośników do stron zaprzyjaźnionych niesie podwójną korzyść. Strona zyskuje na merytorycznej wartości i daje użytkownikowi możliwość zapoznania się z treściami witryn prezentujących podobny sposób postrzegania świata i afirmujących te same wartości. Wzajemne linkowanie przysparza właścicielom witryn nowych użytkowników, którzy trafią na nie klikając na odnośnik umieszczony na zaprzyjaźnionej stronie. Przy umieszczaniu zewnętrznych odnośników hipertekstowych należy jednak kierować się dużą ostrożnością, gdyż w sposób niekontrolowany można przekierować użytkownika na stronę, która ideologicznie i wyznaniowo daleko odbiega od pierwotnej strony, z której zaczęło się linkowanie. C. Helland, *Surfing for Salvation*, s. 300.

obrazów z równoczesną minimalizacją tekstu pisanego[917]. Przyswajanie tekstów elektronicznych nie odbywa się w sposób liniowy, charakterystyczny dla odbioru tekstów drukowanych. Użytkownik internetu w sposób wybiórczy czyta fragmenty tekstu umieszczonego na stronie, co bardziej przypomina skanowanie. Wyobraźnia człowieka ewoluowała od tej opartej na słowie, zwanej wyobraźnią werbalną, do wyobraźni ikonicznej, której istotą jest obraz[918]. Kino, film i telewizja zyskały ogromną popularność głównie dzięki temu, że stanowią przekaz oddziałujący jednocześnie na dwa zmysły: słuch i wzrok[919]. Witryny wykorzystujące nowoczesne możliwości audiowizualne nie tylko są atrakcyjniejsze pod względem formalnym, ale odwiedzenie ich staje się wydarzeniem artystycznym, silnym przeżyciem egzystencjalnym[920].

Niska scholaryzacja i powszechny do niedawna analfabetyzm spowodował, iż w przeciwieństwie do europejskich sanktuariów maryjnych, twórcy oficjalnej witryny sanktuarium Matki Bożeej z Guadalupe oszczędnie operują tekstem na rzecz bogatego przekazu ikonograficznego i multimedialngo. Wynika to także z tradycji kulturowej Meksykanów sięgającej jeszcze czasów przedkolumbijskich, kiedy to indiańscy przodkowie współczesnych pielgrzymów i internautów w tym kraju, chętnie uczestniczyli w masowych imprezach o charakterze ludycznym i religijnym. Głównym elementem tych uroczystości był kolorowy strój, radosna muzyka i taniec. Przywiązanie konkwistadorów do podobnych tradycji mających zakorzenienie w hiszpańskim chrześcijaństwie jeszcze wzmocniło te przyzwyczajenia. Twórcy współczesnej witryny internetowej nie mogli pominąć tych uwarunkowań. Z tego punktu

[917] W przekazie ikonicznym istotną rolę odgrywa liczba i jakość obrazów a także miejsce ich umieszczenia na stronie. Obrazy powinna cechować dobra jakość przy stosunkowo niedużej wielkości pliku. Użytkownicy stron internetowych skupiają uwagę na mniej niż połowie obrazów. Zwracają uwagę na te, które ściśle wiążą się z tematyką strony. Większym zainteresowaniem cieszą się obrazy, które nie zawierają dużej ilości szczegółów, są wręcz ikoniczne, a przy tym łatwe do interpretacji. Grafiki nieostre, o małej rozdzielczości, niekontrastowe czy zbyt ciemne są zwykle ignorowane przez użytkowników. J. Nielsen, K. Pernice, *Eyetracking Web Usability*, Berkeley 2010, s. 196-200.

[918] W. Kawecki, *Od kultury wizualnej...*, s. 24; Zob. także M. Dziewiecki, *Ewangelizacja w kulturze...*, s. 54.

[919] G. Łęcicki, *Teologia mediów audiowizualnych...*, s. 9.

[920] Tamże, s. 81-82; W nowych mediach dominuje kultura audiowizualna, na dalszy plan odsuwana jest kultura słowa. Kształtują się nowe kanony piękna, przy których tworzeniu wykorzystywane są nieznane wcześniej związane z technologią metody i środki, charakteryzujące się wysokim stopniem dehumanizacji. Człowiek zostaje sprowadzony przez nie do roli „przystawki do systemu elektronicznego", który przewyższa ludzkie możliwości przetwarzania informacji pod względem zapamiętywania i przetwarzania ogromnej ilości danych. J. Kulowski, *Wartości w mediach*, „Teologia w Polsce", 1/1, 2007, s. 124-125.

widzenia główną zasadą, która przyświeca opiekunom oficjalnych witryn sanktuariów Maryjnych jest wiarygodność, rzetelność i dbałość o jakość religijnego przesłania. W przyypadku sanktuarium w Guadalupe doszła do tego jeszcze potrzeba takiego uproszczenia przekazu medialnego, aby był on zrozumiały dla wszystkich użytkowników sieci. Witryna sanktuarium w Guadalupe jest prosta, przejrzysta i zrozumiała dla wszystkich użytkowników. Informacja kierowana do odbiorcy w wyważonych proporcjach łączy ze sobą tekst, obraz i multimedia, stanowiąc kompromis estetyki i umiaru.

Witryna internetowa sanktuarium maryjnego powinna czerpać wzorce i przedstawiać podobną ofertę, jaka jest udostępniona pielgrzymom przybywającym do świętego miejsca. Metodą, która dostarczy wielu cennych wskazówek dla autorów witryny internetowej sanktuarium jest wnikliwe prześledzenie aktywności pielgrzymów na terenie sanktuarium. To święte miejsce jest przestrzenią, w której spotykają się ludzie podobnie myślący i czujący, których do miejsca objawień przywiodła ich pobożność. Z tych względów powstała wspólnota mocno integruje wszystkich jej członków, chociaż zwykle nie jest podejmowana żadna interakcja pomiędzy grupami przybyłych pielgrzymów, oprócz tej, jaka wynika z zaangażowania we wspólne praktyki religijne (modlitwa, śpiewy, adoracja)[921]. W świętym miejscu wyczuwalna jest emocjonalna solidarność zgromadzonych. Taka jedność nie jest możliwa do uzyskania przez społeczność online zgromadzoną przed ekranami swoich komputerów, ale za pomocą elementów multimedialnych można uzyskać przynajmniej namiastkę wspólnoty.

Jednym z najbardziej docenianych przez użytkowników multimedialnych elementów funkcjonujących na oficjalnych stronach sanktuariów są przekazywane na żywo obrazy z kamer. Opcja ta od wielu już lat funkcjonuje na stronach najważniejszych sanktuariów europejskich. Od początku 2009 r. dzięki przekazowi internetowemu można oglądać transmitowany na żywo obraz z Kaplicy Objawień w Fátimie i w ten sposób towarzyszyć odprawianym tam nabożeństwom i modlitwom różańcowym[922]. Sanktuarium w Lourdes nadaje w czasie rzeczywistym obraz z kilku kamer zainstalowanych w różnych miejscach[923]. Podobna usługa na stronach meksykańskiego sanktuarium nie jest dostępna. Można natomiast oglądać na żywo transmisję

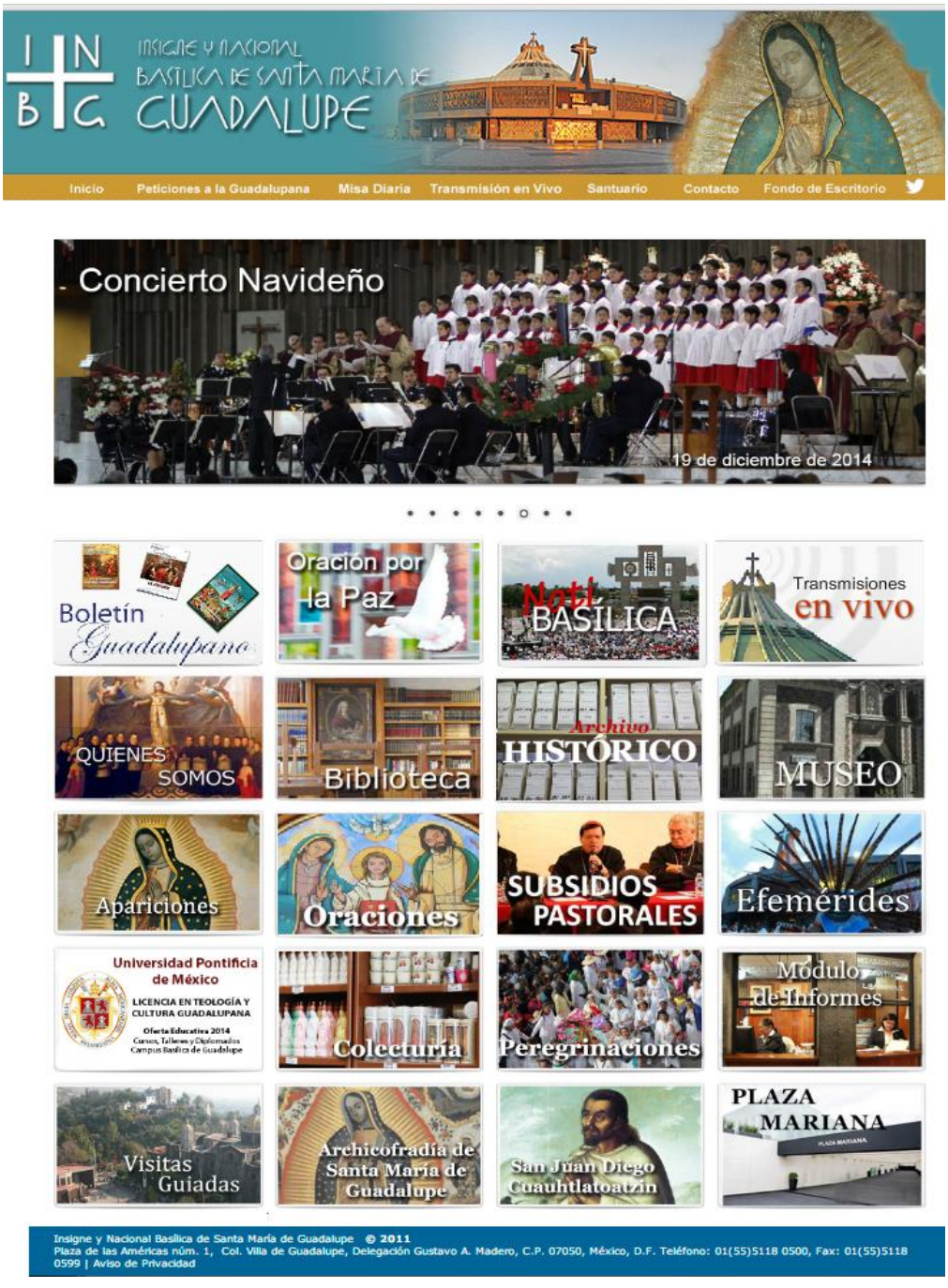
[921] Por. D. E. Cowan, *Online U-Topia...*, s. 261.

[922] http://www.santuario-fatima.pt/portal/index.php?id=14924 [dostęp 22.08.2013].

[923] http://en.lourdes-france.org/tv-lourdes/ [dostęp 22.08.2013].

porannej Mszy Świętej i popołudniowej modlitwy różańcowej, a także przez całą dobę możliwe jest odtworzenie mszy celebrowanej w bieżącym dniu[924].

Ilustracja 19. *Strona główna witryny internetowej sanktuarium Matki Bożej w Guadalupe*



Źródło: *http://basilica.mxv.mx/web1/-home/index.html*

[924] http://basilica.mxv.mx/web1/-home/misa.html [dostęp 22.08.2013].Opis elementów dostępnych na stronie (aktualne w czasie powstawania artykułu, a także obecnie w grudniu 2014 r.) P. I. A. Carvajal, *La Basílica de Guadalupe...*, s. 31.

Często spotykanymi praktykami pobożnymi, które można podjąć na stronach internetowych są multimedialne modlitwy. Ich liczba i sposób zastosowania zadecyduje o tym, czy witryna będzie spełniać głównie rolę narracyjną, czy również komunikacyjną[925]. Te, które umieszczane są najczęściej to interaktywna Modlitwa Różańcowa i Droga Krzyżowa. Strony z modlitwą często posiadają dźwiękowe tło, którego zadaniem jest wprowadzenie internauty w modlitewny nastrój. Każdy przekaz audiowizualny powinien jednak być poprzedzony fachowym i kompetentnym komentarzem, co wymaga rzetelnej wiedzy i solidnego przygotowania osób odpowiedzialnych za jego przygotowanie[926].

Modlitwy na stronach internetowych przybierają bardzo odmienne formy. Zwykle są to teksty misteriów, czasem wzbogacone tekstami mającymi ułatwić refleksję i medytację użytkownika. Witryna meksykańskiego sanktuarium umożliwia uczestniczenie w Modlitwie Różańcowej. Użytkownik klikając na kolejne paciorki różańca, którego obraz przedstawiony jest na stronie startowej modlitwy, uruchamia odtwarzanie krótkich filmików, na których wierni pochodzący z różnych krajów odmawiają kolejne dziesiątki różańcowej modlitwy[927]. W wyświetlanych napisach podawane są imię, nazwisko, zawód i kraj, z którego pochodzi modląca się osoba. Są wśród nich pielgrzymi pochodzący z różnych zakątków świata, między innymi z Rumunii, Kanady, Niemczech, a także z Polski. Modlitwy głoszone są w wielu językach: angielskim, niemieckim, rumuńskim, francuskim, węgierskim a także w rodzimym języku Juana Diego – nahuatl. Wierni uwiecznieni na tych filmach modlą się w bardzo różnych miejscach: w domu, w kościele, na placu sanktuarium, na cmentarzu, w zakładzie fryzjerskim a nawet w taksówce. Każdy z dziesiątków różańca poprzedzony jest słowem głoszonym przez hierarchów kościelnych, m. in. przez kardynała Norberta Riverę Carrera. Modlitwa różańcowa utrzymana jest w nabożnym, mocno emocjonalnym nastroju, potwierdzającym teorie odnoszące się do natury Meksykanów.

Encyklopedia Katolicka definiuje modlitwę jako jedną z podstawowych form kultu religijnego, polegającą na skierowaniu swoich myśli do istoty będącej przedmiotem kultu od której człowiek modlący się czuje się zależny[928]. W szerszym znaczeniu modlitwa oznacza

[925] B. Ballardini, *Jezus i biel stanie się...*, s. 48.

[926] G. Łęcicki, *Media wizualne a katecheza...*, s. 82.

[927] http://www.virgendeguadalupe.org.mx/noticias/Breves_2011/rosario_2011/ind_rosario_guadalupano_2011.htm [dostęp 19.07.2013].

[928] Por. *New Catholic Encyclopedia*, t. 11, red. T. Carson, J. Cerrito, Farmington Hills 2003, s. 588.

wszelkie formy nawiązania kontaktu z siłami lub istotami nadprzyrodzonymi za pośrednictwem słów, gestów, dźwięków, myśli i czynów oraz różnego rodzaju symboli[929]. Święty Izydor, patron internetu napisał: [...] *Modlitwa oczyszcza nas, czytanie nas poucza. Najlepiej, gdy oba da się połączyć. Jeśli nie, modlitwa jest wartościowsza niż czytanie*. […] *Kiedy modlimy się, mówimy do Boga, gdy czytamy, Bóg mówi do nas*[930]. Modlitwę od czytania odróżnia głównie to, że czytanie to przyswajanie informacji, natomiast modlitwa wymaga przejścia na zupełnie inny, duchowo wyższy poziom percepcji[931]. Zasadnym jest więc pytanie, czy uwiecznione na filmach osoby modlą się, czy tylko deklamują tekst modlitwy w obliczu rejestrującego oka kamery.

W grudniu 2013 r. webmaster witryny przekazał prowadzącym z nim rozmowę dziennikarzom informację, że większość treści dostępnych na stronach sanktuarium zostało tam umieszczonych na podstawie opinii użytkowników witryny. Witrynę odwiedza każdego dnia około 3000 gości, przy czym w grudniu, miesiącu uroczystych obchodów objawień, liczba ta wzrasta do czterech tysięcy. Jako jedną z największych atrakcji witryny bazyliki jej przedstawicielka sekcji internetowej Lidia Vinza Guerrero wymienia możliwość przesyłania intencji modlitewnych. Każdego dnia na skrzynkę e-mailową sanktuarium trafia ich ok. 800 do 900[932]. Jak zapewnia Lidia Vinza Guerrero, wirtualnie dostarczane wnioski mają tę samą wartość, które zostawiają wierni bezpośrednio podczas pobytu opuszczają w bazylice.

Osoby odpowiedzialne za kontakt sanktuarium z mediami podały informację o planowanym w najbliższym czasie wkroczenia sanktuarium do mediów społecznościowych[933]. Od złożenia deklaracji minął rok, jednak sanktuarium nadal nie ma oficjalnego konta na *Facebooku*. W kontekście ogromnej popularności tego medium opieszałość ta jest niezrozumiała. Poważnym

[929] R. Pankiewicz, *Sztuka rozmawiania z Bogiem. Modlitwa a teoria komunikacji*, Kraków 2009, s. 112.

[930] www.catholic-forum.com/saints/sainti04.htm [dostęp 18.07.2013]

[931] G. Young, *Reading and Praying Online...*, s. 93.

[932] *„Cyber virgen", la Guadalupana en la era de internet*, http://noticias.univision.com/article/ 1768153, 2013-12-11/mexico/noticias/cyber-virgen-la-guadalupana-en-la-era-de-internet [dostęp 16.07.2014]; W 2009 r. liczba odwiedzających witrynę gości szacowana była na 2000 osób dziennie, a zatem w ciagu 4 lat nastąpił 50-procentowy wzrost liczby odwiedzających. Jeszcze większy, bo aż ponad 100-procentowy, odnotowano wzrost liczby intencji modlitewnych kierowanych do Matki Bożej za pośrednictwem oficjalnej witryny sanktuarium. P. I. A. Carvajal, *La Basílica de Guadalupe...*, s. 31.

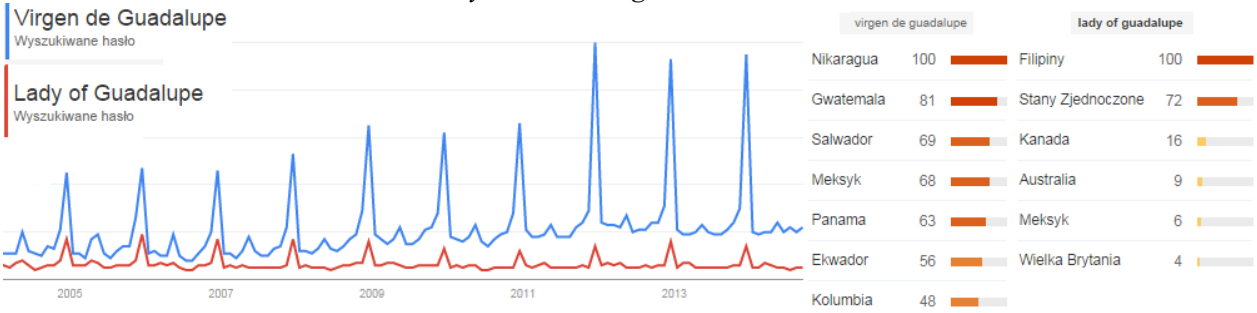
[933] *„Cyber virgen", la Guadalupana en la era de internet*, http://noticias.univision.com/article/ 1768153, 2013-12-11/mexico/noticias/cyber-virgen-la-guadalupana-en-la-era-de-internet [dostęp 16.07.2014].

zaniedbaniem jest też dostępność witryny jedynie w języku hiszpańskim, szczególnie że kult Matki Bożej z Guadalupe jest popularny w wielu krajach anglojęzycznych[934].

* * *

W lipcu 2008 r. zostały przeprowadzone badania, których celem było określenie głównych zadań, jakie spełnia oficjalna witryna, a także głównej grupy jej użytkowników. Analiza wyników wykazała, że docelową grupą odbiorców treści witryny są wierni, którzy odwiedzając witrynę chcą w ten sposób podtrzymywać na bieżąco więź z miejscem, będącym im szczególnie bliskim. Jest to zbieżne z zamierzeniem twórców i zarządców witryny. Potwierdzili oni wówczas, że głównym zadaniem witryny jest wzmocnienie relacji z wyznawcami Matki Bożej z Guadalupe oraz wspomożenie działalności duszpasterskiej i liturgicznej sanktuarium za pomocą nowoczesnych środków przekazu. Przyznali także, że witryna kierowana jest do Meksykanów pozostających z dala od świętego miejsca. Poruszona została także kwestia interaktywności strony, jednak tak wówczas, jak i obecnie, o braku możliwości umieszczania komentarzy użytkowników zadecydowała obawa przed treściami nielicującymi z powagą witryny katolickiego sanktuarium[935].

Wykres 3. *Wyniki wyszukiwania hasła Virgen de Guadalupe i Lady of Guadalupe w przedziale czasowym styczeń 2004 – grudzień 2014*



Źródło: *Opracowanie na podstawie http://www.google.com/trends/explore#q=Virgen%20de%20Guadalupe%2C%20Lady%20of%20Guadalupe&cmpt=q*

[934] Plany uruchomienia witryny w kilku różnych językowych wersjach były czynione już w 2008 r. Jako pierwsze miały powstać wersja anglojęzyczna i franuskojęzyczna, ze względu na liczbę odwiedzin strony z krajów, których mieszkańcy posługują się tymi językami. P. I. A. Carvajal, *La Basílica de Guadalupe...*, s. 33-34.

[935] Tamże, s. 33.

Niezwykle trudno jest oddać atmosferę panującą w sanktuarium w Guadalupe ze względu na to, iż tamtejsi pielgrzymi w szczególny sposób dają upust swoim wzruszeniom i religijnym emocjom. Ten wyjątkowy nastrój tworzą barwne pochody zmęczonych pątników zmierzających do sanktuarium przy dźwiękach muzyki. W podniosłym nastroju formują orszak przy wejściu do świątyni, oczekując na kapłanów, którzy witają pielgrzymów i wprowadzają ich następnie do stóp Cudownego Obrazu. Niepowtarzalność przeżyć i wrażeń towarzyszących pielgrzymom nawiedzających to sanktuarium doskonale wpisuje się w popularne określenie „oddychać atmosferą miejsca".

Strona internetowa dostarcza informacji, ale nie emocji i wrażeń, których można doświadczyć wyłącznie poprzez osobistą obecność w danym miejscu i czasie. Ponadto aktywność internauty odwiedzającego stronę internetową zawężona jest jedynie do funkcjonalności, jakie zostały zdefiniowane przez projektantów witryny. Członków grup pielgrzymkowych w czasie wspólnej podróży łączą wspólne przeżycia i wiążą podobne emocje. Dzielą się oni wrażeniami i wspomagają wzajemnie w trudnych, męczących chwilach wspólnej podróży. Taka więź, jaka w czasie pielgrzymki rodzi się pomiędzy jej uczestnikami, nie mogłaby zaistnieć w żadnej innej sytuacji życiowej.

Niepowtarzalnych wrażeń, których nie jest w stanie dostarczyć choćby najbardziej profesjonalnie zaprojektowana witryna, dostarcza pielgrzymom przybywającym do Madonny z Guadalupe specyficzna praktyka oddawania jej czci. Jedną z pobożnych praktyk jest pocieranie skrawkiem materiału Świętego Obrazu lub jego reprodukcji. W ten sposób powstają obrazy wtórne, które przejmują moc pierwotnego wizerunku. Pocałunek złożony na reprodukcji Świętego Obrazu jest jednym z elementów realizacji podjętej peregrynacji. Tego typu aktywność pielgrzyma niemożliwa jest do realizacji (przynajmniej na obecną chwilę) za pośrednictwem internetu[936].

5.6 Sanktuarium w Guadalupe na stronach turystycznych i pielgrzymkowych biur podróży

Pielgrzymowanie jest jednym z elementów życia ludzkiego od pradawnych czasów. Jest zjawiskiem wpisanym w ludzką naturę. Pierwsi chrześcijanie pielgrzymowali do miejsc

[936] Por. M. Altena, C. Notermans, T. Widlok, *Place, Action, and Community*..., s. 146-147.

związanych z życiem Chrystusa. Miejscem czci pielgrzymów wczesnego średniowiecza były głównie miejsca pochówku świętych męczenników. W późniejszym czasie główne destynacje pątnicze wiązały się z odwiedzaniem miejsc, w których oddawana była cześć obrazom i figurkom słynącym z łask duchowych[937]. Równie dużą popularnością w dzisiejszych czasach cieszą się miejsca, z którymi łączą się historie objawień maryjnych.

Niemal wszystkie miejsca święte zajmują obszar wyjątkowy geograficznie. Nie jest przypadkiem, że sanktuaria powstają w miejscach posiadających ponadprzeciętne walory krajobrazowe. Miejsca te położone są zwykle na wzgórzach, ponad poziomem otaczających je miast i osad, co wiązać należy z bliskością nieba. Wznoszone na nich budowle sakralne cechuje monumentalność i nieprzeciętność, mająca na celu podkreślić dominację domu Boga nad ludzkimi domostwami. Efekt górowania Bożego domu pozyskiwany jest zarówno w wymiarze duchowym, jak i fizycznym. Wymiar duchowy to świadomość pątnika swojej niedoskonałości i grzeszności, wiążąca się z wdzięcznością za obecność w jednym z uświęconych przez Boga miejsc. W obliczu monumentalności i niepowtarzalnej wspaniałości budowli wznoszących się na terenie sanktuarium pątnik odczuwa swoją fizyczną małość. We wnętrzach budowli, będących niejednokrotnie dziełami genialnych architektów, niejednokrotnie przechowywane są bezcenne dzieła sztuki. Obecność tych dzieł jest jednym z powodów, dla którego sanktuaria są nie tylko celem pobożnych pielgrzymów, ale także turystów, którzy przybywają tu głównie dla walorów architektonicznych wzniesionych obiektów i wartości artystycznej ich wystroju.

Sanktuarium Matki Bożej w Guadalupe położone jest na peryferiach stolicy Meksyku. Jest to miejsce niezwykle atrakcyjne dla turystów, zachwycające wspaniałymi krajobrazami, z wielką liczbą wspaniałych zabytków z różnych epok. Zabytki w mieście odzwierciedlają wielowiekową tradycję i dzieje Meksyku. Na terenie miasta czynnych jest setki galerii i muzeów, mogących zadowolić najbardziej wysublimowane zainteresowania i gusta turystów z całego świata. Sanktuarium w Guadalupe położone się na trasie łączącej dwa miejsca, będące turystycznymi atrakcjami regionu: starożytnego miasta Azteków Teotihuacan i głównego placu stolicy Zocalo, przy którym wznosi się wspaniała katedra. Ze względu na takie położenie, oraz łatwą dostępność komunikacyjną Guadalupe często odwiedzają także ci turyści, którzy przed przybyciem do miasta nie przewidywali odwiedzenia tego miejsca.

[937] A. Mazur, *Pielgrzymki jako nowy trend uprawiania turystyki w Polsce*, „Theologos", 1, 2012, s. 113-114.

Podróże do świętych miejsc były podejmowane już w świecie starożytnym. Pomijając aspekt religijny wielu ludzi udawało się do nich w celach poznawczych. Najliczniejszy trzon przybywających do świętych miejsc stanowili zawsze ci, którzy łączyli oba motywy: religijny z poznawczym. W dzisiejszych czasach w szczególny sposób ten motyw podjęcia podróży dotyczy osób wykształconych, których charakteryzuje wysoki poziom świadomości kulturalnej[938]. Jedną z najbardziej charakterystycznych cech współczesnej cywilizacji jest postępujące bogacenie się warstwy średniej społeczeństwa, pociągający za sobą coraz większy dostęp do usług turystycznych. Turystyka jest obecnie jedną z najdynamiczniej rozwijających się gałęzi światowej gospodarki, a miejsca kultu religijnego są jednymi z najstarszych i najpopularniejszych atrakcji turystycznych, odwiedzanych przez turystów indywidualnych, a także osób podróżujących w grupach zorganizowanych[939].

W ostatnich latach ma miejsce stały wzrost jakości podróżowania pielgrzymów. Jest to wynikiem bogacenia się społeczeństw, obniżania kosztów przemieszczania się na długich dystansach, większą dostępnością ofert wyjazdowych. Rośnie także popyt na pozareligijne usługi dodatkowe, utrzymane na odpowiednio wysokim poziomie. Zmianie ulega także sposób planowania aktywności turystycznej.

Obecnie jednym z głównych środków pomocnych przy organizowaniu podróży, a zarazem najobszerniejszym źródłem uzyskiwania informacji jest internet. Niemal od początku komercyjnego wykorzystania internetu turystyka była jednym z najszybciej rozwijających się w nim sektorów. Już w 1996 r. połowa transakcji internetowych była związana z turystyką i podróżowaniem[940]. Obecnie niemal połowa podróżujących organizując wyjazd podejmuje działania, takie jak zakup biletu lotniczego czy rezerwację hotelu, tylko i wyłącznie za pośrednictwem internetu[941]. Wynika to z dostępności i prostoty obsługi tego medium a także

[938] A. Jackowski, *Święta przestrzeń świata Podstawy geografii religii*, Kraków 2003, s. 117

[939] M. W. Kozak, *Koncepcje rozwoju turystyki*, „Studia Regionalne i Lokalne", 31, 2008, s. 38; A. Góral, *Zarządzanie miejscami kultu religijnego w kontekście rozwoju turystyki kulturowej*, „Turystyka Kulturowa", 1, 2001.s. 19; W. Gaworecki, *Rola turystyki w promocji wartości religijnych i kształtowaniu sprawiedliwości społecznej*, [w:] *Turystyka religijno-pielgrzymkowa. Zbiór materiałów pokonferencyjnych*, Gdańsk 2005, s. 19.

[940] O. Niininen, R. March, D. Buhalis, *Consumer Centric Tourism Marketing*, [w:] *Tourism Management Dynamics Trends, management and tools*, red. D. Buhalis, C. Costa, 2006, s. 179.

[941] M. H. Eftekhari, Z. Barzegar, .M.T. Isaai, *Web 1.0 to Web 3.0 Evolution: Reviewing the Impacts on Tourism Development and Opportunities*, [w:] *Human-Computer Interaction, Tourism and Cultural Heritage*,

jego technicznych możliwości plastycznego przedstawienia miejsc, które udająca się w podróż osoba planuje odwiedzić. Istotną rolę odgrywa aktualność informacji, częstokroć nieporównywalna nawet z najnowszymi wydaniami przewodników, które już w chwili wydrukowania są częściowo zdezaktualizowane przez czasowe opóźnienie wynikające z cyklu wydawniczego (redakcja, recenzja, korekta). Wraz z nastaniem rewolucji Web 2.0, która dała możliwość tworzenia i prezentowania zawartości sieci, tworzonej i udostępnianej przez użytkowników – dla użytkowników (tzw. User Generated Content – UGC) metamorfozie uległ sposób poszukiwania, prezentacji, przetwarzania i konsumpcji informacji turystycznej. Coraz istotniejszą rolę źródła informacji turystycznej w ostatniej dekadzie zaczęły odgrywać serwisy społecznościowe, blogi i wideoblogi. Internauci bardziej ufają opiniom na temat oferty turystycznej prezentowanym na blogach i w serwisach społecznościowych, aniżeli treściom generowanym przez profesjonalnych dostawców usług turystycznych[942].

Na potrzeby niniejszej dysertacji zostało przeanalizowanych 30 ofert biur podróży dotyczących wyjazdów pielgrzymkowych do Meksyku, do Matki Bożej z Guadalupe. W większości ofert informacja o sanktuarium została przedstawiona powierzchownie, w sposób lakoniczny, bez odniesienia się do sakralnego, duchowego charakteru miejsca. Najczęściej sformułowanie aktywności uczestników pielgrzymki określane jest jako „Zwiedzanie bazyliki….". Tymczasem pojęcie „zwiedzanie" kojarzy się głównie z zaspokajaniem potrzeby poznawczej a nie duchowej. Informacje o świętym miejscu pomija zupełnie jego sakralny charakter. Tylko na jednej z analizowanych stron umieszczona była nota wyjaśniająca sens i ideę pielgrzymowania w postaci tekstu pt. *Poradnik pielgrzyma*[943].

Wiele stron biur pielgrzymkowych i turystycznych zawiera błędy i nieścisłości. Często spotykanym błędem jest niekonsekwencja w stosowanym nazewnictwie (np. tłumaczenie nazw części obiektów znajdujących się na terenie sanktuarium na j. polski, przy innych zaś pozostawienie ich w oryginalnym, hiszpańskojęzycznym brzmieniu). Kolejny mankament to niestaranne i wprowadzające w błąd plany pielgrzymkowe. Wrocławskie biuro Alfa-Tur, reklamujące się jako organizator pielgrzymek, wycieczek i podróży, proponuje w swojej ofercie 12-dniowy wyjazd do Meksyku nazwany: „MEKSYK – szlakiem Papieża Pielgrzyma". Krótki

red. F. V. Cipolla-Ficarra, Brescello 2010, s. 188.; M. Janas, T. Frontczak, *Co wyszukiwarka zrobi dla twojego biznesu?*, „Mediafun magazyn, #miesięcznik #marketing #social media", 02, 2010, s. 51.

[942] K. Stepaniuk, *Portal społecznościowy w kreowaniu...*, s. 46-47.

[943] http://www.pielgrzymki-gliwice.pl/index.php?q=3 [dostęp 6.06.2013].

pobyt w sanktuarium w Guadalupe przewidziany jest drugiego dnia. Kolejny raz pielgrzymi odwiedzą sanktuarium w ostatnim dniu pobytu w Meksyku, aby wziąć udział we Mszy Świętej tuż przed udaniem się na lotnisko, skąd polecą samolotem do kraju[944]. Najwięcej czasu przewidział organizator wyjazdu na plażowanie w Acapulco, najsłynniejszym kurorcie Pacyfiku, poznawanie miejsc związanych z historią Azteków i innych, nie mających wiele wspólnego z religijnym charakterem imprezy.

Jeszcze mniej z pielgrzymką ma wspólnego wyjazd organizowany przez Katolickie Biuro Pielgrzymkowe *Pielgrzymek*. Pielgrzymka oferowana przez organizatora nosi nazwę „Meksyk – do Matki Bożej z Guadalupe". Opis pielgrzymki opatrzony został umieszczonym w centralnym miejscu strony zdjęciem przedstawiającym kościół parafialny pod wezwaniem Matki Bożej z Guadalupe na Filipinach (Il. 20, oznaczenie 1.) W krótkim opisie pod zdjęciem, a przed szczegółowym programem wyjazdu, nazwa sanktuarium została umieszczona z błędem (Il. 20, oznaczenie 2.). Razi niekompetencja osoby odpowiedzialnej za przygotowanie planu oferty podróży, w której aż roi się od błędów językowych i merytorycznych. W programie 16-dniowego wyjazdu praktyki pobożnościowe przewidziane są tylko w trzecim dniu podróży[945].

Ilustracja 20. *Zrzut ekranu oferty pielgrzymkowej na stronie Katolickiego Biura Podróży pielgrzymek.pl*



Źródło: *http://www.pielgrzymek.pl/pielgrzymka_do_guadalupe_w_meksyku-396-p.html*

[944] http://www.alfa-tur.pl/MEKSYK___szlakiem_Papieza_Pielgrzyma_g,23,a,529.html [dostęp 23.05.2013].

[945] http://www.pielgrzymek.pl/pielgrzymka_do_guadalupe_w_meksyku-396-p.html. W niniejszej pracy wskazane zostały przykłady, które godne są z ogólną tendencją programów wyjazdów zwanych pielgrzymkami, np. http://www.meksyk.tv/wyjazd2, http://www.classic-travel.com/pl/trip/meksyk-guadalupe, http://www.halina.com.pl/guadalupe1.htm, http://www.catholicpilgrimagetours.com/Pilgrimage-To-Our-Lady-Of-Guadalupe.html, [dostęp 23.05.2013].

5.7 „Pobożne łańcuszki"

W obecnych czasach każdy internauta jest posiadaczem co najmniej jednego konta e-mailowego. Ci, którzy w swoich kontaktach mają zapisanych co najmniej kilka adresów znajomych, często otrzymują od nich wiadomości z dołączonymi prezentacjami multimedialnymi. Wiele z nich należy do tak zwanych „łańcuszków", maili, w których obok treści umieszczona jest prośba o przesłanie informacji do kolejnych osób. Trudno byłoby liczyć na to, że informacja opatrzona dopiskiem *wyślij tę wiadomość do siedmiu osób* faktycznie do tylu znajomych zostanie przesłana. Jeśli jednak połowa odbiorców prześle otrzymaną wiadomość z prezentacją do kolejnych choćby dwóch czy trzech znajomych (a nie siedmiu zalecanych), to i tak trafi ona do imponującej liczby internautów. Maile tego typu otrzymują użytkownicy poczty e-mailowej od znajomych. Są to maile niespodziewane i nieoczekiwane, ale nie można skategoryzować je jako spam, gdyż intencja ich zaistnienia jest zupełnie inna. Osoba wysyłająca chce podzielić się duchowym przeżyciem, jakiego sama doświadczyła dzięki prezentacji. Ponieważ najczęściej odbiorca przesłanej prezentacji zna nadawcę, prezentacja multimedialna przekazywana drogą mailową ma duże szanse na to, że zapozna się z nią duża liczba internautów.

Prezentacje multimedialne, których twórcami są wierni, niestety często posiadają niską wartość merytoryczną, a sformułowania i treści umieszczone na poszczególnych slajdach nie tylko pełne są błędów stylistycznych, gramatycznych i ortograficznych, ale także często są sprzeczne z nauką Kościoła. Przykładem odnoszącym się do kultu Matki Bożej z Guadalupe może być opisująca Cudowny Obraz prezentacja, która funkcjonuje w sieci pod kilkoma nazwami, takimi, jak *Matka Boża z Gudalupe.ppt*, *Matka Boska z Guadalupy.ppt*, *guadalupe1.ppt*. Została ona poddana analizie ze względu na fakt, że zajęła pierwszą pozycję wśród wyników wyszukiwania w *Google* frazy „Matka Boża z Guadalupe filetype:ppt"[946].

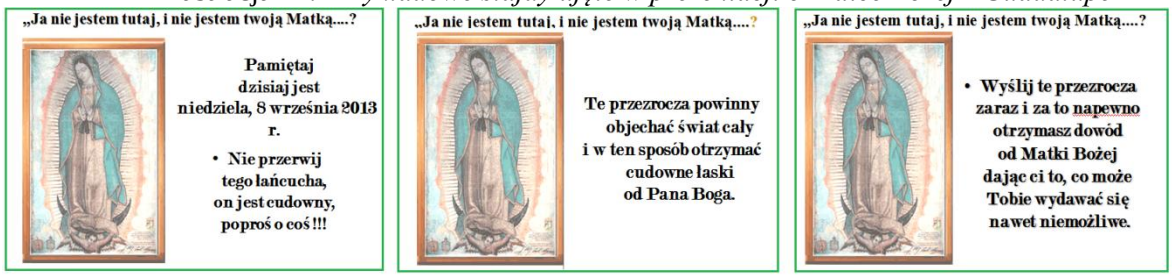
Na kilku pierwszych slajdach prezentacji jej autor umieścił informacje o cudownych właściwościach guadalupiańskiego obrazu. Można tu m.in. przeczytać: „[…] *2. Ciepło płótna tego obrazu ma zawsze temperaturę 36,6 stopni tak jak ciało żywej osoby.* 3. *Jeden lekarz wyczuł przez stetoskop że pod suknią Matki Boskiej usłyszał bicie serca tak jak to jest z dzieckiem w łonie*

[946] „*temat* filetype:ppt" to fraza, według której zostaną wyszukane wyniki mające w treści sformułowanie: *temat*, i wyniki te będą znajdowały się w plikach typu „*.ppt", czyli będą plikami prezentacji multimedialnych wykonanych w Power Poincie.

matki (...) 5. Badania przez lazer stwierdziło, że kolory użyte są jakby na 3 cm unoszone w powietrzu. 6. Materiał sukna tego typu normalnie nie wytrzyma więcej czasu jak od 20 do 30 lat. Kilka wieków temu zrobiono kopię w takim samym typie materiału i ono nie wytrwało więcej czasu aniżeli od 20 do 30 lat i się całkowicie zepsuło. Tymczasem ten obraz trwa w sposób cudowny, istnieje już ponad 500 lat. Naukowcy nie umieją tego wytłumaczyć. (…) *9. Na początku XX wieku ktoś postawił potężną bombę w wazonie kwiatów, który stał pod obrazem. Bomba wybuchła i zniszczyła wszystko co znajdowało się w tym miejscu, tylko Obraz pozostał nie naruszony*[947].

Część informacji ujętych na slajdach jest nieprawdziwa, lakoniczne sformułowania rażą błędami składniowymi i ortograficznymi. Niemal każdy slajd przedstawia teksty o podobnie niskim poziomie zarówno merytorycznym, jak i stylistycznym (np. *Nie przerywaj tego łańcucha, on jest cudowny, poproś o coś!!!*). Zapoznanie się z dystrybuowanymi w sieci prezentacjami hiszpańskojęzycznymi częściowo wyjaśnia niski poziom omawianej prezentacji. Jest ona bowiem dosłownym, bezrefleksyjnym tłumaczeniem funkcjonującej w sieci hiszpańskojęzycznej prezentacji. Każdy slajd jest tam opatrzony napisem *¿No estoy yo aquí que soy tu Madre...?*. Są to słowa, które według przekazu Nican Mopohua Matka Boża skierowała do Juana Diego podczas objawienia. Są one także uwiecznione w napisie nad głównym wejściem do bazyliki w sanktuarium. Oznaczają: *Czyż nie ja, twoja Matka, tu jestem?*. Na slajdach w polskojęzycznej prezentacji umieszczone zostało błędne tłumaczenie, którego sens został całkowicie zatracony w stosunku do oryginału: *Ja nie jestem tutaj i nie jestem Twoją Matką ...?*

Ilustracja 21. *Przykładowe slajdy ujęte w prezentacji o Matce Bożej z Guadalupe*



Źródło: *Wybrane slajdy z prezentacji multimedialnej*

[947] Została zachowana oryginalna pisownia zastosowana w opisie slajdów. Prezentacja dostępna jest m. in. na stronie http://slideplayer.pl/slide/804495/ [dostęp 8.12.2014].

Wśród znalezionych w sieci prezentacji znalazły się również takie, które prezentują wysoki poziom merytoryczny przy interesującej organizacji treści i obrazów. Szczególnie dobrym pomysłem wydaje się być przygotowanie prezentacji, w której przedstawiony został program oferty pielgrzymkowej. Jako przykład niech posłuży składająca się z 26 slajdów prezentacja, której autorami są Paulette Campo, Angelica Cusma i Max Pendergast[948]. Na kolejnych slajdach przedstawiony został szczegółowy opis wyjazdu do meksykańskiego sanktuarium, historia objawień, opis zwiedzanych obiektów, wspomnienia osób, które wcześniej odbyły pielgrzymkę do świętego miejsca, dotyczące go ciekawostki, a także modlitwa do Matki Bożej z Guadalupe. W prezentacji umieszczone zostały odnośniki hipertekstowe do filmów w serwisie *YouTube* zrealizowanych na terenie sanktuarium.

[948] http://pilgrimage.wikispaces.com/file/detail/Pilgrimage+to+Guadalupe.ppt [dostęp 8.09.2013].

Wnioski końcowe

Obecność Kościoła katolickiego w mediach w czasach współczesnych opiera się w dużej mierze na łączności z siecią internetową. Właśnie w niej jego działanie jest najbardziej widoczne. Nauka Kościoła, jego doktryna i propagowane wartości mają swoje odzwierciedlenie na licznych witrynach, w sieciach społecznościowych, na blogach, stronach parafii, diecezji, seminariów duchownych i katolickich szkół wyższych. Aktywność w sieci internetowej ne jest jedynie domeną kaznodziejów, proboszczów i katechetów. Dzisiaj nawet papież posyła w świat krótkie wiadomości tekstowe do wiernych, a ważne wydarzenia związane z jego codzienną posługą śledzone są w internecie przez tysiące wiernych.

W naszych czasach do dokumentów Stolicy Apostolskiej dostęp uzyskać można wykonując zaledwie kilka kliknięć w przeglądarce internetowej. Rola nowoczesnych mediów w życiu Kościoła jest szczególnie widoczna w związku z ważnymi wydarzeniami, takimi jak przejście z jednego pontyfikatu do drugiego czy też podróże zagraniczne papieży. Wydarzeniami śledzonymi przez media ze szczególną dbałością w XXI w. były ostatnie dni życia Jana Pawła II i okoliczności abdykacji Benedykta XVI. Obsługa medialna tych wydarzeń przez służby watykańskie odpowiedzialne za komunikację społeczną potwierdziła ich sprawność i profesjonalizm w posługiwaniu się i wykorzystaniu środków społecznego przekazu. Wszystkie instytucje medialne Watykanu: Biuro Prasowe Stolicy Apostolskiej, „L'Osservatore Romano", Radio Watykańskie, Centrum Telewizyjne i oficjalna strona internetowa pełnią ważną i odpowiedzialną rolę w dystrybucji informacji, budując jednocześnie pozytywny wizerunek Kościoła w mediach[949].

Analiza przeprowadzona w ramach niniejszej rozprawy ukazuje, że nowoczesne media przyjmowane są przez ludzi Kościoła bez żadnych obaw i ograniczeń. Są oni świadomi zarówno ich zalet, jak i wad. Chociaż wciąż nie jest rozwiązany problem funkcjonowania wielu nieautoryzowanych stron i antykatolickich witryn, użytkowanie internetu nie opiera się na zakazach kierowanych do wiernych, ale na edukacji i instruowaniu w jaki sposób korzystać z dostępnych w wirtualnym świecie treści. Strategia ta ma przeciwdziałać negatywnym skutkom

[949] F. Lombardi, *Przełom pontyfikatów - wyzwanie i szanse dla komunikacji Watykanu*, [w:] *Inter mirifica. Dziedzictwo i perspektywy*, red. A. Baczyński, M. Drożdż, M. Legan, Kraków 2013, s. 24-25.

mogącym wynikać z niekontrolowanego rozpowszechniania informacji. Użytkownicy nowoczesnych mediów narażeni są na wiele niebezpieczeństw związanych z ofertą mogącą działać destrukcyjnie na ich psychikę czy moralność. Podobne zagrożenia istnieją jednak także w realnym świecie. Nie chodzi więc o to, aby zaniechać użytkowania mediów, ale raczej zadbać o zdobycie wiedzy i umiejętności selektywnego i krytycznego korzystania z zawartej w nich treści

Stolica Apostolska była zmuszona zmierzyć się z wyzwaniami związanymi z wynalazkami w dziedzinie środków przekazu na długo przed upowszechnieniem internetu. Wystarczy wspomnieć historyczne wydarzenia związane z początkami funkcjonowania wcześniejszych mediów, takich jak radio i telewizja. Nie tylko umożliwiły one rozpowszechnienie i dostępność do wiedzy oraz „wirtualne" uczestnictwo w ważnych wydarzeniach, ale także w istotny sposób, nie zawsze zgodny z oczekiwaniami Kościoła katolickiego, wpłynęły na jego postrzeganie w świecie. Patrząc z perspektywy czasu, obawy towarzyszące ich zaakceptowaniu i przyjęciu w wielu wypadkach były uzasadnione.

Także teraz Kościół katolicki sięga po nowoczesne technologie ze świadomością, że ich użytkowanie nie zawsze przynosi oczekiwany skutek. Internet jest katalizatorem przemian znajdujących swoje odbicie w życiu społecznym i duchowym jego użytkowników. Postępująca globalna komunikacja będąca znakiem obecnych czasów wymaga stałej redefinicji stosunku Kościoła do tego medium, ciągle ewoluującego i pojawiającego się w coraz to nowszych odsłonach. Ludzie Kościoła mają świadomość, że internet nie jest już obecnie jedynie narzędziem, ale pełnoprawną przestrzenią życiową. Pierwsi użytkownicy internetu to obecnie ludzie w średnim wieku, dla których aktywność w sieci stanowi, podobnie, jak dla młodszych pokoleń, integralną część codzienności. Stolica Apostolska już od wielu lat podkreśla rolę internetu, jako obszaru jednoczącej dwa wymiary. W internecie wyszukiwanie informacji przeplata się z budowaniem relacji międzyludzkich.

Fundamentalnym pytaniem, które od wielu wieków zadają sobie hierarchowie Kościoła katolickiego, jest pytanie o możliwości ożywienia wiary. W tym celu angażowany jest wielowiekowy dorobek kulturowy ludzi nauki i sztuki, jako pomoc przygotowującą do przyjęcia

Ewangelii. *Człowiek [zatem] w swojej „duchowej podróży" zanim zechce słuchać świadków wiary, może „oswoić się" ze sferą sacrum, czerpiąc z bogactw kultury*[950].

Wielki orędownik nowych mediów papież Jan Paweł II podkreślał, że choć internet jest wspaniałym wynalazkiem, to jest tylko środkiem, a nie celem. Dostarcza informacji – ale nie mądrości, technologii – a nie wartości[951]. W świetle tych słów zasadna staje się obawa, czy aby w ferworze zachwytu nad nowoczesnymi technologiami nie przecenić wartości internetu, jako narzędzia wykorzystywanego w katechizacji i ewangelizacji. Media komunikacyjne nie mogą stać się drugim Kościołem. Prowokacyjna teza *Extra media nulla salus* została sformułowana jako konfrontacja z ustaloną wiele wieków temu sentencją *Extra Ecclesiam nulla salus*[952], podkreślającą konieczność przynależności do Kościoła w celu zdobycia zbawienia. Współczesny człowiek mocno wierzy w prymat techniki, ufając przy tym, że wszystko jest jego dziełem. Ten punkt widzenia oddziałuje również na religię, która w coraz większym stopniu próbuje być kształtowana i modyfikowana do ludzkich oczekiwań[953].

W obecnych czasach religijna aktywność człowieka w pewnym stopniu przeniosła się z miejsc kultu w realnym świecie do wirtualnej przestrzeni. Jednak wiara w nierozerwalny sposób łączy się z naturalnymi obrazami, dźwiękami i innymi elementami oddziałującymi na emocje człowieka, które osiągalne są jedynie w rzeczywistym świecie. Pomimo intensywnych badań prowadzonych w ostatnich latach nie uzyskano wystarczających dowodów wskazujących, że to media są głównym katalizatorem zmian w życiu religijnym katolików. Podobnie nie należy się obawiać, że pod wpływem rozwoju nowych technologii internetowych pustoszeć będą relane świątynie. Nie ma też niebezpieczeństwa, że przestaną być nawiedzane sanktuaria, bo pielgrzymi zamiast świętych miejsc za pomocą serii kliknięć odwiedzać będą ich wirtualne, cyfrowo zaprojektowane imitacje. Większość wiernych pojęcie *święte miejsce* traktuje dosłownie i nie

[950] E. Zarosa, *Preparatio Ewangelica. Preewangelizacja poprzez sztukę – na przykładzie kontemplacji obrazu Vermeera Dziewczyna z wagą*, [w:] *Katecheza ewangelizacyjna*. *Poszukiwania koncepcji*, red. P. Mąkosa, Lublin 2010, s. 319-325.

[951] Jan Paweł II, Orędzie na XXXVI Światowy Dzień Środków Społecznego Przekazu *Internet- nowe forum głoszenia Ewangelii*, [w:] *Internet i Kościół*, red. J. Kloch, Warszawa 2011, s. 25.

[952] J. Niewiadomski, *Extra media Nulla Salus? Attempt at a theological synthesis*, [w:] *Passions in Economy, Politics, and the Media. In Discussion with Christian Theology*, red. W. Palaver, P. Steinmair-Pösel, Wien 2005, s. 489 i n.

[953] Por. J. G. Williams, *Girardians. The Colloquium on Violence and Religion, 1990-2010*, Berlin 2012, s. 145-146; C. S. Bartnik, *Dar Boga dla Kościoła i świata*, „Nasz Dziennik", 4929/97, 2014, s. 20.

uznaje jego zamiennika w postaci odwzorowania w przestrzeni wirtualnej. Zmiana miejsca i środowiska praktykowania religii powoduje, że nie jest już dla nich to samo doświadczenie duchowe. Cyberkościoły nie zastąpią murowanych świątyń. Rozsądnie i twórczo wykorzystany potencjał komputerowej sieci sprawia, że internet staje się platformą rozbudowy praktyk religijnych, niejako przedłużeniem kościelnej posługi w przestrzeni online, ale nie alternatywną przestrzenią zagrażającą współczesnemu Kościołowi katolickiemu i wspólnocie wiernych.

Wyniki przeprowadzanych badań wskazują, że zdecydowana większość katolików poszukuje w internecie informacji, a nie duchowych przeżyć i rytuałów stymulowanych elektronicznie i nic nie wskazuje na to, aby ta tendencja miała się zmienić. Dla większości wiernych internetowe rytuały nie stanowią atrakcyjnej oferty. Tradycja rozumiana jako forma zachowań religijnych posiada wysoką wartość głównie przez to, że przekazywana jest z pokolenia na pokolenie. Te rytuały, które wierzący wykonują w realnym życiu łączą w czasie kolejne pokolenia, ponieważ były odprawiane w taki sam sposób już wielokrotnie przez ich przodków.

Do zadań hierarchii kościelnej należy ochrona i kultywowanie religijnych wartości: dogmatów, przepisów liturgicznych oraz zasad etycznych i moralnych. Według socjologii religii zmiana jednej zasady religijnej implikuje konieczność zmiany kolejnych, co w rezultacie może skutkować całkowitym przeobrażeniem religii, a nawet jej zupełnym rozkładem. Świadomość zagrożenia związanego z tym zjawiskiem tłumaczy konserwatyzm i niechęć przywódców religijnych do głębszych korekt w doktrynie[954].

Sieć internetowa sprzyja powstawaniu wspólnot, wśród nich także takich, które zawiązują się ze względu na podobieństwo przekonań i wyznawanych wartości. Internet umożliwia nawiązanie kontaktu także z ludźmi pragnącymi pogłębić swoją religijność. W tym kontekście, pomimo popularnej dziś teorii odejścia religii do sfery życia prywatnego, można zapytać, czy aby za pomocą internetu nie dokonuje się właśnie powrót religii do sfery publicznej[955].

Jak wskazano powyżej, internet wcale nie musi przyczyniać się do odpływu wiernych z Kościoła katolickiego. Wyrażane przez wiele lat obawy zdają się tego nie potwierdzać, szczególnie w świetle niezwykłej popularności ostatnich trzech papieży w sieci. Aktywność w sieci internetowej Jana Pawła II i jego następcy Benedykta XVI śledziło w internecie miliony

[954] Por. J. Kossecki, *Cybernetyka kultury*, Warszawa 1974, s. 28-29.

[955] Por. A. Górny, *Galaktyka internetu – globalny obszar...*, s. 455.

użytkowników. W 2013 r. papież Franciszek zajął pierwszą pozycję na liście najpopularniejszych tematów podejmowanych w sieci. W 2014 r. niewiele zabrakło, aby powtórzył on sukces z poprzedniego roku, przegrał tylko z wirusem ebola[956]. Obecnie rośnie liczba osób śledzących wpisy papieża Franciszka w mediach społecznościowych. Ciągle na wysokim poziomie utrzymuje się popularność blogów prowadzonych przez katolickich księży i zakonników. Internet znakomicie sprawdza się jako medium pomocne w codziennej pracy duszpasterskiej i życiu parafii. Instytucje kościelne z powodzeniem organizują za jego pośrednictwem pielgrzymki, rekolekcje, dni skupienia i inne skierowane do wiernych inicjatywy. Fakty te upoważniają do stwierdzenia, że internet nie tylko nie osłabił Kościoła, ale przeciwnie – jeszcze go wzmocnił. Korzystając z rozległej i bogatej oferty usług oferowanych za pośrednictwem nowoczesnych mediów Kościół katolicki wychodzi do ludzi w szczególny sposób, co spotyka się z pełną aprobatą wiernych. Daje on szansę na wyrażanie swojej wiary i przekonań w cyfrowym środowisku oraz dzielenia się nimi z innymi ludźmi. Warto przy tym podkreślić, że paradoksalnie bezpośredniość i szczerość, które mogą zaistnieć w kontaktach w sieci, trudne są do zrealizowania w rzeczywistym świecie.

W odniesieniu do komunikatu religijnego w sieci internetowej należy jednak mieć na uwadze, że nie da się zrozumieć przesłania Kościoła katolickiego bez odpowiedniej interpretacji jego zglobalizowanej treści, a interpretacja ta powinna być zależna od uwarunkowań kulturowych. W 2011 r. podczas spotkania w ramach Światowych Dni Młodzieży papież Benedykt XVI zwrócił się do młodzieży z apelem, aby studiowali *YouCat* z zapałem i wytrwałością: *Studiujcie go w ciszy waszych pokoi, czytajcie go we dwójkę, gdy się zaprzyjaźnicie, stwórzcie grupy i fora, wymieniajcie się przez Internet*[957]. Apel o nawiązanie

[956] Ranking został opracowany przez Global Language Monitor, firmę, która każdego roku od 14 lat opracowuje listę najczęściej używanych słów (w tym imion i nazw własnych) w internecie http://www.languagemonitor.com/new-words/the-emoji-heart-is-top-word-of-2014-for-worldwide-english/; Zob. także http://www.dailymotion.com/video/x177jx6_pope-francis-tops-most-talked-about-list_travel .

[957] *YouCat* – skrótowa nazwa powstała z frazy w j. angielskim *Youth Catechism of the Catholic Church*. Jest to przygotowany w 2011 r. katechizm Kościoła katolickiego w wersji dla młodzieży. Powstał on pod patronatem metropolity Wiednia, zyskał przychylność i uznanie Stolicy Apostolskiej. Książka opatrzona jest słowem wstępnym napisanym przez Benedykta XVI. YouCat językiem i formą został dostosowany do mentalności młodych ludzi. Porusza wszystkie kwestie wiary i moralności katolickiej. Oficjalna strona projektu www.youcat.org/home. W Polsce katechizm został wydany przez wydawnictwo Edycja Świętego Pawła w 2011 r. Częstochowie; Zob. także A. Kiciński, *Kierunki rozwoju katechizmów katolickich*, „Roczniki Pastoralno – Katechetyczne", 59/4, 2012, s. 121.

dialogu, wymianę myśli i dzielenie się swoją wiarą z przyjaciółmi w internecie rodzi jednak refleksje, że nawet Papież zapomniał o ambiwalentnym charakterze tego medium, co sprawia, że nie każdy przekaz jest przez wszystkich jednakowo rozumiany. Przekaz wiary potrzebuje intymnej przestrzeni spotkania w gronie rodziny lub mocno związanej ze sobą społeczności[958].

Tymczasem globalizacja wcale nie idzie w parze z powszechnym porozumieniem. Różnice kulturowe nie tylko utrudniają ale często uniemożliwają porozumienie. Interpretacja przekazu jest ściśle uzależniona od narzędzi i wiedzy jakimi dysponuje człowiek żyjący w danej kulturze. Dotyczy to także porozumienia pomiędzy katolikami wywodzącymi się z różnych społeczności narodowych i kręgów kulturowych. Doskonałym tego przykładem jest dokonana przeze mnie analiza obecności w sieci internetowej kultu Matki Bożej z Guadalupe.

Jak się okazuje, nie powinno się oczekiwać, że umieszczenie w sieci informacji na temat historii meksykńskich objawień i wszystkiego, co było ich następstwem spotka się ze zrozumieniem i pełną akceptacją katolików w innych częściach świata. W religijności Meksykanów ciągle olbrzymią rolę pełni obraz. Cześć oddawana wizerunkom jest u nich o wiele bardziej zakorzeniona niż w społecznościach katolickich w innych częściach świata. Niezwykła siła oddziaływania obrazów na społeczeństwo meksykańskie jest też kluczem do zrozumienia trwającego już niemal pięć wieków kultu Matki Bożej z Guadalupe. Fenomenu tego nie da się pojąć bez historycznego, społecznego i psychologicznego kontekstu[959].

Zrozumienie tradycji zrodzonych i rozwijających się w środowiskach innej obyczajowości i kultury nie jest zadaniem prostym. Dla mieszkańców zachodniego świata latynoskie uwarunkowania kulturowe są mało znane i przez to przyjmowane z dużym niedowierzaniem. Jak już wspomniano guadalupiańska pobożność mocno związana z religijnością ludową powinna być rozpatrywana nie tylko w wymiarze chrześcijańskim, ale także w wymiarze kulturowym i społecznym. Meksykańska Madonna jest nie tylko symbolem wiary chrześcijańskiej. Jest ona

[958] M. Scharer, *Living Communication in a Digital Media Context. Meanings (Criteria) from the Perspective of Communicative Theology*, „Communication Research Trends", 32/3, 2013, http://www.questia.com/article/1G1-344496895/living-communication-in-a-digital-media-context-meanings; Zdania na temat wykorzystania mediów społecznościowych w budowaniu relacji są podzielone. Por. Graham, Kate Childs, *Facebook, Social Media Can Bring Church Back to Its Roots*, „National Catholic Reporter", 47/11, 2011, https://www.questia.com/read/1G1-253388263/facebook-social-media-can-bring-church-back-to-its [dostęp 6.11.2014].

[959] Na temat fascynacji Meksykanów „świętymi wizerunkami" zob. T. Rugeley, *Of Wonders and Wise Men...*, s. 120.; Zob. także L. Hall, *Guadalupan Devotion in Mexico. A Historiographical Consideration*, „History Compass", 7/1, 2009, s. 96-97; Por. także D. Freedberg, *Potęga wizerunków...*, s. XXXI.

symbolem hiszpańskiej ewangelizacji zaakceptowanej przez Indian i Metysów, centralną postacią na sztandarze bojowników o niepodległość, ważnym elementem tożsamości narodowej.

Kult Madonny z Guadalupe to jeden z elementów tradycji Kościoła katolickiego, który budzi skrajne emocje w sieci internetowej. Cześć oddawana metyskiej Maryi wciąż nosi ślady prekolumbijskiej, pogańskiej tradycji i jest to nie do zakceptowania przez racjonalnych i chłodno myślących użytkowników sieci. Szczególnie liczne zarzuty i oskarżenia o mistyfikację płyną ze środowisk protestanckich i agnostycznych. Także dla wielu katolików z innych krajów kult Madonny z Guadalupe budzi wiele kontrowersji. Dla większości Meksykanów kwestie związane z prawdziwością i okolicznościami objawień nie są aż tak istotne. Jak twierdzą niektórzy badacze, gdyby Maryja nie objawiła się niemal pięć wieków temu na wzgórzu Tepeyac, indiańscy mieszkańcy podbitych ziem zapewne sami by ją stworzyli[960].

Obecność kultu Matki Bożej z Guadalupe w przestrzeni internetu jest doskonałym przykładem na to, że istnieją takie sfery nauki i działalności Kościoła katolickiego, które wymagają zachowania szczególnej ostrożności zarówno od osób tworzących treści medialne, jak i odbierających je użytkowników. Budowanie stron internetowych sanktuariów maryjnych, takich jak meksykańskie, w których miały miejsce oficjalnie uznane przez Kościół, lecz wciąż budzące niesłabnące kontrowersje objawienia, powinno być odpowiednio moderowane przez najwyższe instytucje Kościelne. Należy zachować szczególną ostrożność jeszcze zanim treści zostaną rozpowszechnione, czyli już na poziomie ich tworzenia. Na twórcach tych stron ciąży ogromna odpowiedzialnośc za udostępniane teksty i obrazy – dostępne co prawda dla wszystkich, lecz nie przez wszystkich rozumiane. Niebezpieczeństwo rodzi także używanie niezrozumiałej powszechnie symboliki. Jeszcze innym problemem jest pojawianie się tego rodzaju treści na stronach prywatnych, które nie podlegają żadnej oficjalnej kontroli. W tym wypadku przedstawiciele Kościoła mogą więc liczyć już wyłącznie na ostrożność i rozsądek swoich wiernych, ostrzegając ich przed ewentualnymi zagrożeniami.

Oznacza to, że praca nad zagospodarowaniem cyberprzestrzeni przez ludzi Kościoła wciąż nie jest zakończona. Wiele jeszcze zostało do zrobienia i uporządkowania. Media stale ewoluują, jedne powstają, inne wychodzą z użytku. Nowych umiejętności i wiedzy potrzebują też ci, którzy je wykorzystują *ad maiorem Dei gloriam.*

[960] V. Elizondo, *The Virgin of Guadalupe...*, s. 201-202.

Bibliografia

Źródła drukowane

Grzegorz XVI (2 lutego 1831 – 1 czerwca 1846)

Grzegorz XVI, Encyklika *Mirari Vos - o Liberalizmie i Religijnym Indyferentyzmie*, http://www.kns.gower.pl/grzegorz_xvi/mirari.htm.

Pius XI (6 lutego 1922 – 10 lutego 1939)

Pius XI, Encyklika *Vigilanti Cura*, Watykan 1936, http://w2.vatican.va/content/pius-xii/fr/speeches/1949/documents/hf_p-xii_spe_19490417_messaggio-telev-francia.html.

Pius XII (2 marca 1939 – 9 października 1958)

Pius XII, *Discours du pape Pie XII aux fidèles, retransmis pour la première fois par la télévision française*, 17.04.1949, http://w2.vatican.va/content/pius-xii/fr/speeches/1949/documents/hf_p-xii_spe_19490417_messaggio-telev-francia.html.

Pius XII, Encyklika o kinematografii, radiu i telewizji *(Miranda Prorsus)*, [w:] *Kościół a kultura masowa*, opr. F. Adamski, Kraków 1984.

Paweł VI (21 czerwca 1963 – 6 sierpnia 1978)

Dekret o środkach społecznego przekazywania myśli *Inter mirifica*, [w:] *Sobór Watykański II. Konstytucje, dekrety, deklaracje,* Poznań 2002.

Instrukcja Pastoralna o Środkach Społecznego Przekazu *Communio et Progressio*, [w:] *Kościół a kultura masowa*, opr. F. Adamski, Kraków 1984.

Paweł VI, Adhortacja apostolska *Marialis Cultus - O należytym kształtowaniu i rozwijaniu kultu Najświętszej Maryi Panny*, [w:] *Adhortacja Apostolska Marialis Cultus Papieża Pawła VI o należytym kształtowaniu i rozwijaniu kultu Najświętszej Maryi Panny*, Kraków 1987.

Paweł VI, Adhortacja apostolska, *Evangelii nuntiandi*, http://www.vatican.va/holy_father/paul_vi/apost_exhortations/documents/hf_p-vi_exh_19751208_evangelii-nuntiandi_en.html.

Paweł VI, Orędzie Na XI Światowy Dzień Środków Społecznego Przekazu, *Reklama w mediach: korzyści, zagrożenia, odpowiedzialność*, http://w2.vatican.va/content/paul-vi/en/messages/communications/documents/hf_p-vi_mes_19770512_xi-com-day.html.

Paweł VI, Orędzie na VIII Międzynarodowy Dzień Środków Społecznego Przekazu, *Środki społecznego przekazu i ewangelizacja*, http://www.nonpossumus.pl/encykliki/Pawel_VI/sdssp_08/.

Jan Paweł II (16 października 1978 – 2 kwietnia 2005)

Jan Paweł II, Tekst homilii wygłoszonej na Mszy Świętej w katedrze metropolitarnej w mieście Meksyk, 26.01.1979, www.vatican.va/holy_father/john_paul_ii/homilies/1979/documents/hf_jp-ii_hom_19790126_messico-cattedrale_en.html.

Jan Paweł II, *Przyszłość człowieka zależy od kultury*. Przemówienie wygłoszone 2.02.1980 r. w Paryżu, w siedzibie UNESCO, [w:] *Przemówienia i homilie Ojca Świętego Jana Pawła II*, red. J. Poniewierski, Kraków 1997.

Jan Paweł II, Orędzie na XXIV Światowy Dzień Środków Społecznego Przekazu *Środki przekazu społecznego pomostem między wiarą i kulturą*, „L'Osservatore Romano" (wyd. polskie),5, 1984.

Jan Paweł II, Encyklika *Redemptoris Mater - O błogosławionej Maryi Dziewicy w życiu pielgrzymującego Kościoła*, [w:] *Encykliki Ojca Świętego Jana Pawła II*, opr. W. Życiński, Kraków 1996.

Jan Paweł II, Orędzie na XXIV Światowy Dzień Środków Społecznego Przekazu *Misja Kościoła w erze komputerów*, [w:] *Internet i Kościół*, red. J. Kloch, Warszawa 2011.

Jan Paweł II, Encyklika *Redemptoris Missio - O stałej aktualności posłania misyjnego*, [w:] *Encykliki Ojca Świętego Jana Pawła II*, opr. W. Życiński, Kraków 1996.

Jan Paweł II, *Nowa ewangelizacja a postęp człowieka. Kultura chrześcijańska*, Przemówienie na otwarcie obrad IV Konferencji Ogólnej Episkopatu Ameryki Łacińskiej, Santo Domingo 12.10.1992, „L'Osservatore Romano" (wyd. polskie), 12, 1992.

Papieska Rada do spraw Środków Społecznego Przekazu, *Aetatis novae*, *Instrukcja Duszpasterska o przekazie społecznym w dwudziestą rocznicę ogłoszenia instrukcji Communio et progressio*, [w:] *Ewangelizacja przez media*, red. M. Gołąb, J. Szewek, Kraków 2006.

Papieska Rada do spraw Środków Społecznego Przekazu, *Etyka w środkach społecznego przekazu*, „L'Osservatore Romano" (wyd. polskie), 232/4, 2001.

Jan Paweł II, Orędzie na XXXVI Światowy Dzień Środków Społecznego Przekazu *Internet - nowe forum głoszenia Ewangelii*, [w:] *Internet i Kościół*, red. J. Kloch, Warszawa 2011.

Jan Paweł II, Orędzie na XXXV Światowy Dzień Środków Społecznego Przekazu, *Rozgłaszajcie to na dachach. Ewangelia w epoce globalnej komunikacji*, „L'Osservatore Romano" (wyd. polskie), 232/4, 2001.

Papieska Rada do Spraw Środków Społecznego Przekazu, *Kościół a Internet*, [w:] *Internet i Kościół*, red. J. Kloch, Warszawa 2011.

Jan Paweł II, List apostolski do odpowiedzialnych za środki społecznego przekazu *Il rapido sviluppo - Szybki postęp*, [w:] *Mediokracja w Polsce*, red. I. Skubiś, Częstochowa 2008.

Benedykt XVI (19 kwietnia 2005 – 28 lutego 2013)

Benedykt XVI, Orędzie na XLIII Światowy Dzień Środków Społecznego Przekazu *Nowe technologie, nowe relacje. Trzeba rozpowszechniać kulturę szacunku, dialogu i przyjaźni*, [w:] *Internet i Kościół*, red. J. Kloch, Warszawa 2011.

Benedykt XVI, Orędzie na XLIV Światowy Dzień Środków Społecznego Przekazu *Kapłan i duszpasterstwo w cyfrowym świecie. Nowe media w służbie Słowa*, [w:] *Internet i Kościół*, red. J. Kloch, Warszawa 2011.

Benedykt XVI, Adhortacja Apostolska *Verbum Domini. O Słowie Bożym w Życiu i Misji Kościoła,* Kraków 2010, s. 117.

Benedykt XVI, Przemówienie z okazji zgromadzenia plenarnego Kongregacji Edukacji Katolickiej *Rola internetu w formacji seminaryjnej*, [w:] *Internet i Kościół*, red. J. Kloch, Warszawa 2011.

Benedykt XVI, Orędzie na XLV Światowy Dzień Środków Społecznego Przekazu, *Prawda, przepowiadanie i autentyczność życia w erze cyfrowej*, „L'Osservatore Romano" (wyd. polskie), 331/3, 2011.

Benedykt XVI, Orędzie na XLVI Światowy Dzień Środków Społecznego Przekazu, *Milczenie i słowo drogą ewangelizacji*, „L'Osservatore Romano" (wyd. polskie), 344/3, 2012.

Benedykt XVI, Orędzie na XLVII Światowy Dzień Środków Społecznego Przekazu, *Sieci społecznościowe. Bramy prawdy i wiary, nowe miejsca ewangelizacji,* „L'Osservatore Romano", 351/3-4, 2013.

Franciszek (od 13 marca 2013)

Franciszek, Adhortacja Apostolska *Evangelii gaudium - O głoszeniu Ewangelii w dzisiejszym świecie*, http://w2.vatican.va/content/francesco/pl/apost_exhortations/documents/papa-francesco_esortazione-ap_20131124_evangelii-gaudium.html.

Franciszek, Orędzie na XLVIII Światowy Dzień Środków Społecznego Przekazu *Przekaz w służbie autentycznej kultury spotkania*, „L'Osservatore Romano" (wyd. polskie), 359/2, 2014.

Inne:

Ewangelia według św. Mateusza, 28, 19–20.

Sobór Watykański II, *Konstytucja duszpasterska o Kościele w świecie współczesnym Gaudium et spes*, [w:] *Sobór Watykański II. Konstytucje, dekrety, deklaracje*, red. S. Jaworski, L. Krawczyk, Poznań 1968.

Codex Iuris Canonici Auctoritate Ioannis Pauli II Promulgatus Kodeks Prawa Kanonicznego. Przekład polski zatwierdzony przez Konferencję Episkopatu, Poznań 1984.

II Polski Synod Plenarny, dokument końcowy *Ewangelizacja kultury i środków społecznego przekazu.*

Komunikat z obrad komisji episkopatu hiszpańskiego i portugalskiego w Maladze 28-30.06.2010, *Kościół a nowe technologie przekazu jako szansa dla misji duszpasterskie*, http://www.deon.pl/religia/kosciol-i-swiat/z-zycia-kosciola/art,2234,nowe-technologie-przekazu-w-duszpasterstwie.html.

Opracowania i artykuły

Literatura podstawowa

Adamski Andrzej, *Ksiądz w blogosferze*, „Kultura – Media – Teologia", 2/2, 2010.

Albanese Catherine L., *Religion and American Popular Culture. An Introductory Essay*, „Journal of the American Academy of Religion", 64/4, 1996.

Alberts Thomas, *Virtually Real. Fake religions and Problems of Authenticity in Religion on the Internet*, „Routledge", 9/2, 2008.

Alchimowicz Piotr, *Wpadniesz dziś do mnie? Bóg. Jak można reklamować Stwórcę?,* „Więź", 3, 2005.

Ambrósio Vitor, Pereira Margarida, *Christian/Catholic Pilgrimage – Studies and Analyses* [w:] *Religious Tourism and Pilgrimage Festivals Management an International Perspective*, red. R. Ray, N. D. Morpeth, Cambridge, 2007.

Anderson Carl, Chávez Sánchez Eduardo, *Our Lady of Guadalupe. Mother of the Civilization of Love*, New York 2009.

Apolito Paolo, *The Internet and the Madonna. Religious Visionary Experience on the Web*, Chicago 2005.

Babin Pierre, Zukowski Angela Ann, *The Gospel in Cyberspace. Nurturing Faith in the Internet Age*, 2002.

Bainbridge William Sims, *Religious Ethnography on the World Wide Web*, [w:] *Religion on the internet. Research Prospects and Promises*, red. J.K. Hadden, D.E. Cowan, Amsterdam 2000.

Barker Eileen, *In and out of Place. Varieties of Religious Locations in a Glocalising World* [w:] *Holy Nation and Global Identities .Civil Religion, Nationalism, and Globalisation*, red. A. Hvithamar, M. Warburg B. Arly Jacobsen, Leiden 2009.

Barker Eileen, *Why the cults? New Religious Movements and freedom of religion or belief*, [w:] *Facilitating Freedom of Religion and Belief: perspectives, impulses and recommendations from the Oslo Coalition*, red. T. Lindholm, W. C. Durham Jr., B. G. Tahzib-Lie, Dordrecht 2004.

Barker Eileen, *Crossing the boundary: new challenges to religious authority and control as a consequence of access to the internet*, [w:] *Religion and Cyberspace*, red. M. T. Højsgaard, M. Warburg, London 2005.

Bendyk Edwin, Filiciak Mirosław, Hofmokl Justyna, Kulisiewicz Tomasz, Tarkowski Alek, *Kultura 2.0. Wyzwania cyfrowej przyszłości*, Warszawa 2007.

Botelho Jude, *Church and the Internet*, [w:] *Communication as Mission*, red. L. Stanislaus, J. Ishvani, Delhi 2007.

Brading David A., *Mexican Phoenix. Our Lady of Guadalupe. Image and Tradition Across Five Centuries*, Cambridge 2001.

Brasher Brenda, *Give Me That Online Religion*, San Francisco 2001.

Campbell Heidi A., *Making Space for Religion in Internet Studies*, „The Information Society", 21, 2005.

Campbell Heidi A., S*piritualising the Internet. Uncovering discourses and narratives of religious Internet usage*, „Online – Heidelberg Journal of Religions on the Internet",1.1, 2005.

Campbell Heidi A., *Religion and the Internet,* „Communication Research Trends", 25/1, 2006.

Campbell Heidi A., *Who's Got the Power? Religious Authority and the Internet*, „Journal of Computer-Mediated Communication ", 3/12, 2007.

Campbell Heidi A., *Religious authority and the Blogosphere*, „Journal of Computer-MediatedCommunication",15/2, 2010.

Campbell Heidi A., *When Religion Meets New Media*, London 2011.

Campbell Heidi A., *Internet and religion*, [w:] *The Handbook of Internet Studies*, red. M. Consalvo, C. Ess, Malden 2011.

Campbell Heidi A., *Understanding the Relationship between Religion Online and Offline in a Networked Society*, „Journal of the American Academy of Religion", 80/1, 2012.

Campbell Heidi A., *Evangelicals and the Internet*, [w:] *Evangelical Christians and Popular Culture. Pop Goes the Gospel*, red. R. H. Woods, Santa Barbara 2013.

Campbell Heidi A., *Religion and the Internet. A microcosm for studying Internet trends and implications*, "New Media & Society", 15, 2013.

Campbell Heidi A., *Introduction. The rice of the study of digital religion*, [w:] *Digital Religion. Understanding Religious Practice in New Media Worlds*, red. H. Campbell, Abingdon – New York 2013.

Campbell Heidi A., *Digital Religion. Understanding Religious Practice in New Media Worlds*, Abingdon – New York 2013.

Cantelmi Tonino, Grifo Lisa Giardina, *Fascynująca sieć Internetu*, tłum. L. Rodziewicz, Kraków 2002.

Castells Manuel, *Galaktyka Internetu. Refleksje nad Internetem, biznesem i społeczeństwem,* tłum. T. Hornowski, Poznań 2003.

Celli Claudio Maria, *Ewangelizacja i nowe techniki komunikacji*, „Nasz Dziennik", 4795/256, 2013.

Chávez Sánchez Eduardo, *Drugi Całun. Matka Boża z Gwadelupy – wyzwanie dla nauki, historii i wiary*, tłum. A. Fijałkowska-Żydok, Kraków 2010 .

Chávez Sánchez Eduardo, *Our Lady of Guadalupe and Juan Diego. The Historical Evidence*, Lanham 2006.

Cheong Pauline Hope, *Twitter of Faith. Understanding social media. Networking and microblogging rituals as religious practices*, [w:] *Digital Religion, Social Media and Culture. Perspectives, Practices, Futures*, red. H. Cheong, P. Fischer-Nielsen, S. Gelfgren, C. Ess, New York 2012.

Cheong Pauline Hope, Ess Charles, *Religion 2.0? Relational andhybridizingpathways in religion, socialmediaandculture*, [w:] *Digital Religion, Social Media and Culture: Perspectives, Practices, Futures*, red. P.H. Cheong, P. Fischer-Nielsen, S. Gelfgren, C. Ess, New York 2012.

Cheong Pauline Hope, Poon Jessie, Huang, Shirlena, Casas, Irene, *The Internet highway and religious communities. Mapping and contesting spaces in religion-online*, „The Information Society", 25/5, 2009.

Cheong Pauline Hope, *Authority*, [w:] *Digital Religion. Understanding Religious Practice in New Media Worlds*, red. H. Campbell, New York 2013.

Chidester David, *Authentic fakes. Religion and American popular culture*, Berkeley 2005.

Chmielewski, Mirosław, *Ewangelizacja w globalnym świecie mediów* (dyskusja panelowa), „Biuletyn Edukacji Medialnej", 1, 2013.

Clark Lynn Schofield, Hoover Stewart M., *At the Intersection of Media, Culture, and Religion. A Bibliographic Essay*, [w:] *Rethinking Media, Religion, and Culture*, red. S. M. Hoover, K. Lundby, London 1997.

Clark Lynn Schofield, *Overview: the "protestantization" of research into media, religion, and culture*, [w:] *Practicing religion in the age of the media. Explorations in Media, Religion, and Culture*, red. S. M. Hoover, L. S.Clark, New York 2002

Couldry Nick, *Pilgrimage in Mediaspace. Continuities and Transformations*, „Pilgrimage", 20/1, 2007.

Cowan Douglas E., *Contested Spaces: Movement, Countermovement, and E-Space Propaganda*, [w:] *Religion online. Finding Faith on the Internet*, red. L. L. Dawson, D. E. Cowan, New York 2004.

Cowan Douglas E., *Online U-Topia. Cyberspace and the Mythology of Placelessness*, „Journal for the Scientific Study of Religion", 44/3, 2005.

Cowan Douglas E., *Religion on the Internet*, [w:] *The SAGE Handbook of the Sociology of Religion*, red. J. A. Beckford, N. J. Demerath, London 2007.

Crumrine N. Ross, Morinis Alan, *Pilgrimage in Latin America*, New York 1991.

Dawkins Richard, *The God Delusion*, Boston – New York 2006.

Dawson Lorne, J. Hennebry, Jenna, *New Religions and the Internet. Recruiting in a New Public Space* [w:] *Religion Online. Finding Faith on the Internet*, red. L. Dawson, D. E. Cowan, New York 2004.

Draguła Andrzej, *Ecclesia electronica? Internet a mistyczne Ciało Chrystusa*, „Więź", 8-9, 2002.

Draguła Andrzej, *Ciało koniecznie potrzebne. Czy możliwa jest spowiedź przez internet?*, "Więź", 531/1, 2003.

Draguła Andrzej, *Internet jako pomoc kaznodziejska. Szkic z homiletyki internetowej*, „Studia Paradyskie", 2007-2008.

Drożdż Michał, *Media. Teorie i fikcje*, Kielce 2005.

Drożdż Michał, *Wolny człowiek w wolnych mediach*, [w:] *Wolność w mediach. Między poprawnością a odpowiedzialnością*, red. M. Drożdż, Tarnów 2010.

Drożdż Michał, *Media przestrzenią moralności*, [w:] *Wartości w mediach - z doliny na szczyty*, red. A. Baczyński, M. Drożdż, Tarnów 2012.

Drzewiecki Piotr, *Bezcielesność cyberprzestrzeni a sakramentalny wymiar Kościoła*, „Biuletyn Edukacji Medialnej", 1, 2008.

Dziadzia Bogusław, *Ryzyko dobra po „Wolnej kulturze”*, [w:] *Dobro w mediach. Z cienia do światła*, red. A. Baczyński, M. Drożdż, Tarnów 2012.

Dziadzia, Bogusław, *Dylematy tzw. kultury uczestnictwa*, „Media i Społeczeństwo”, 2, 2012.

Dziekoński Stanisław, *Media w komunikacji wiary – uwagi wstępne*, [w:] *Media i Kościół. Polityka informacyjna Kościoła*, red. Monika Przybysz, K. Marcyński, Warszawa 2011.

Dziewiecki Marek, *Ewangelizacja w kulturze ponowoczesnej i medialnej*, „Kultura – Media – Teologia”, 1/1, 2010.

Einstein Mara, *Brands of Faith. Marketing Religion in a Commercial Age (Media, Religion and Culture)*, London 2008.

Einstein Mara, *GodTube*, [w:] *Evangelical Christians and Popular Culture. Pop Goes the Gospel*, red. R. H. Woods, Santa Barbara 2013.

Elizondo Virgilio, *The Virgin of Guadalupe as Cultural Icon*, [w:] *Quoting God. How Media Shape Ideas about Religion and Culture*, red. C. H. Badaracco, Waco 2005.

Ess Charles, *Prophetic communities online? Threat and promise for the church in cyberspace*, „Journal of Religion and Culture”,34/2, 1999.

Farriss Nancy, *Introductory Essay. The Power of Images*, „Colonial Latin American Review”, 19/1, 2010.

Fessio Joseph, *Głosić słowo “nie w porę”. Media katolickie we wrogiej kulturze*, [w:] *Media katolickie. Szanse i zagrożenia*, red. K. Bieliński, Toruń 2009.

Filiciak Mirosław, *Internet - społeczne metamedium*, [w:] *Media audiowizualne*, red. W. Godzic, Warszawa 2010.

Folley John Patrick, *Sieć informacyjna Kościoła w Ameryce Łacińskiej – tożsamość i wyzwania*, [w:] *Internet i Kościół*, red. J. Kloch, Warszawa 2011.

Frank Daniela, *Taking on the Challenge of Furthering Catholic Communications. An Ongoing Task in an Ever-Changing World*, [w:] *CommunicatioSocialis. Challenge of Theology and Ministry in the Church*, red. H. Rolfes, A. Zukowski, Kassel 2007.

Gamboni Dario, *The Underground and the Virgin of Guadalupe Contexts for the Virgen del Metro, Mexico City 1997-2007*, „Anales Del Instituto de Investigaciones Estéticas”, 95, 2009.

Garner Stephen, *Theology and the new media*, [w:] *Digital Religion. Understanding Religious Practice in New Media Worlds*, red. H. Campbell, Abingdon – New York 2013.

Gąsowska Lidia, *Mem internetowy – między narzędziem a produktem publicystyki 2.0*, [w:] *Człowiek zalogowany. Różnorodność sieciowej rzeczywistości*, red. K. Tucholska, M. Wysocka-Pleczyk, Kraków 2014.

Giuriati Paolo, Masferrer Kan Elio, *No temas...yo soy tu madre Un estudio socioantropológico de los peregrinos a la Basílica de Guadalupe*, Plaza y Valdes 1998.

Goban-Klas Tomasz, Sienkiewicz Piotr, *Społeczeństwo informacyjne. Szanse, zagrożenia, wyzwania*, Kraków 1999.

Goban-Klas Tomasz, *Zarys historii i rozwoju mediów od malowideł naskalnych do multimediów*, Kraków 2001.

Goban-Klas Tomasz, *Cywilizacja medialna. Geneza, ewolucja, eksplozja*, Warszawa 2005.

Golka Marian, *Konstruowanie tożsamości – czynniki społeczno-kulturowe*, „Ruch Prawniczy, Ekonomiczny i Socjologiczny”, 2, 2012.

González Fernández, Fidel, *Guadalupe: pulso y corazon de un pueblo*, Madrid 2004.

Górka Marek, *The Meme as an Example of Carnivalized Internet Communication*, „e-Politikon”, 9, 2014.

Górny Andrzej, *Galaktyka internetu – globalny obszar nowych forum religijności*, [w:] *Religia i religijność w warunkach globalizacji*, red. M. Libiszowska-Żółtkowska, Kraków 2007.

Górny Andrzej, *Religijne portale internetowe – nowe przestrzenie wspólnotowego dialogu*, [w:] *Laikat i duchowieństwo w Kościele katolickim w Polsce Problem dialogu i współistnienia*, red. J. Baniak, Poznań, 2010.

Górny Andrzej, Zygmunt Agata, *Internet wobec tradycji religijnych. Wsparcie czy zagrożenie?,* „Societas/Communitas", 9/1, 2010.

Grad Jan, *Obyczaj-system komunikacji symboliczno-kulturowej*, [w:] *LUD. Organ Polskiego Towarzystwa Ludycznego*, t. 67, 1983.

Grimes Ronald L., *Ritual and the media*, [w:] *Practicing religion in the age of the media. Explorations in Media, Religion, and Culture*, red. S. M. Hoover, L. S. Clark, New York 2002.

Górska Dorota, *Ewangelizacja przez sieć Internet*, „Fides. Biuletyn Bibliotek Kościelnych", 2/1999.

Grzybowski Jacek, *Dlaczego Justin Biber a nie święty Justyn. O świętości w kulturze ponowoczesnej*, „Ethos", 105/1, 2014.

Grzywacz Andrzej, *Drzewa jako obiekty kultowe*, „Studia i Materiały CEPL w Rogowie", 29/4, 2011.

Hadden Jeffrey K., Cowan Douglas E., *Religion on the Internet*, t. 8, *Research Prospects and Promises. Religion and the Social Order*, Greenwich 2001.

Hall Linda M., *Mary, Mother and Warrior. The Virgin In Spain And The Americas*, Austin 2004.

Hanas Zenon, *Religie w Internecie – Internet w religiach*, [w:] *Media audiowizualne i cyfrowe wobec wyzwań współczesnego społeczeństwa*, red. A. Adamski, A. Gralczyk, K. Kwasik, M. Laskowska, Warszawa 2012.

Hanas Zenon, *Podstawy wiedzy o mediach audiowizualnych*, [w:] *Media w Kościele i Kościół w mediach*, red. M. Przybysz, J. Kloch, Katowice 2012.

Hanas Zenon, *Internet religijny a religijność internetowa: eksploracja pola badawczego* [w:] *Media w transformacji*, red. A. Gralczyk, K. Marcyński, M. Przybysz, Warszawa 2013.

Harrington Patricia, *Mother of Death, Mother of Rebirth. The Mexican Virgin of Guadalupe*, „Journal of the American Academy of Religion", 56/1, 1998.

Hatalska Natalia, *Niestandardowe formy promocji*, „Marketing i Rynek", 11, 2002.

Heidbrink Simone, Miczek Nadja, *Religions on the Internet – aesthetics and the dimensions of the senses*, „Online – Heidelberg Journal of Religions on the Internet", 4.1, 2010.

Helland Christopher, *Diaspora on the Electronic Frontier.Developing Virtual Connections with Sacred Homelands*, „Journal of Computer-Mediated Communication", 12/1, 2007.

Helland Christopher, *Online Religion As Lived Religion. Methodological Issues In The Study Of Religious Participation On The Internet*, „Online – Heidelberg Journal of Religions on the Internet", 1.1, 2005.

Helland Christopher, *Surfing for Salvation*, „Religion", 32, 2002.

Helland Christopher, *Popular Religion and the World Wide Web. A match made in (cyber) Heaven*, [w:] *Religion Online. Finding Faith on the Internet*, red. Lorne L. Dawson, D. E. Cowan, New York 2004.

Hill-Smith Connie, *Cyberpilgrimage. The (Virtual) Reality of Online Pilgrimage Experience*, „Religion Compass", 5/6, 2011.

Hirdes Wendy, Woods Robert, Badzinski, Diane, *Content Analysis Of Jesus Merchandise*, „Journal of Media and Religion",8, 2009.

Hoover Steward M., *Media and the Construction of the Religious Public Sphere*, [w:] *Rethinking Media, Religion, and Culture*, red. S. M. Hoover, K. Lundby, London 1997.

Hoover Steward M., *The Cultural Construction of Religion in the Media Age* [w:] *Practicing religion in the age of the media. Explorations in Media, Religion, and Culture*, red. S. M. Hoover, L. S. Clark, New York 2002.

Hoover Stewart M., Nabil Echchaibi, *Third Space of Digital Religion* [w:] *Finding Religion in the Media. Work in Progress on the "Third Space of Digital Religion"*, red. S. M. Hoover, N. Echchaibi, miejsce wydania 2012.

Hoover Stewart M, *The Culturalist Turn in Scholarship on Media and Religion*, „Journal of Media and Religion" 1.1, 2002.

Hopfinger Maryla, *Literatura i media po 1989 roku*, Warszawa 2010.

Horsfield Peter, *Changes in Religion in Periods of Media Convergence*, [w:] *Rethinking Media, Religion, and Culture*, red. S. M. Hoover, K. Lundby, London 1997.

Horsfield Peter, *Theology, Church and Media, Contours in a Changing Cultural Terrain*, [w:] *Belief in Media. Cultural Perspectives on Media and Christianity*, red. P. G. Horsfield, M. E. Hess, A. M. Medran, Burlington 2004.

Horsfield Peter, *Introduction*, [w:] *Belief in media. Cultural perspectives on Media and Christianity*, red. P. Horsfield, M. Hess, A.M. Medrano, Burlington 2004.

Horsfield Peter, Teusner Paul, *A Mediated Religion. Historical Perspectives on Christianity and the Intemet*, „Studies in World Christianity", 13/3, 2007.

Horsfield Peter, *Media*, [w:] *Key Words in Religion, Media and Culture*, red. D. Morgan, New York 2008.

Ilnicki Rafał, *Bóg cyborgów. Technika i transcendencja*, Poznań 2011.

Jackowski Antoni, *Pielgrzymowanie*, Wrocław 2004.

Jackowski Antoni, *Święta przestrzeń świata. Podstawy geografii religii*, Kraków 2003.

Jacobs Stephen, *Virtually Sacred. The Performance of Asynchronous Cyber-Rituals in Online Spaces*, „Journal of Computer-Mediated Communication" 12, 2007.

Johnson Frykholm Amy, *What Social and Political Messages Appear in the Left Behind Books? A Literary Discussion of Millenarian Fiction*, [w:] *Rapture, Revelation, and the End Times Exploring the Left Behind Series*, red. B. D. Forbes, J. HalgrenKilde, New York 2004.

Juárez Sánchez Pedro, Ramírez Valverde, Mota Vargas Juan Alejandro, F. César Arnaiz Valverde, G. Ramírez Valverde, *Los Santuarios y Peregrinaciones Religiosas en México*, "Revista Geográfica de Valparaiso", 46, 2012.

Kamińska Magdalena, *Niecne memy. Dwanaście wykładów o kulturze internetu*, Poznań 2011.

Karaflogka Anastasia, *Religious Discourse and Cyberspace*, „Religion", 32, 2002.

Karwatka Tomasz, *Efektywne i intuicyjne serwisy WWW*, Gliwice 2006.

Kawecki Witold, *Od kultury wizualnej do teologii wizualnej*, „Kultura – Media – Teologia", 1/1, 2010.

Kawecki Witold, *Zobaczyć wiarę. Studium obrazu postrzeganego jako komunikacja wiary z perspektywy teologii kultury i teologii mediów*, Kraków 2013.

Kearney Michael, *La Llorona as a Social Symbol*, „Western Folklore", 28/3, 1969.

Keen Andrew, *Kult amatora. Jak internet niszczy kulturę*, tłum. M. Bernatowicz, K. Topolska-Ghariani, Warszawa 2007.

Khroul Victor, *Media and Religion Studies. Challenges of New Millenium*, [w:] *World of Media*, red. E. Vartanova, Moscow 2014.

Kloch Józef, *Internet a duszpasterstwo. Filozofia umiaru*, „Więź", 508/2, 2001.

Kloch Józef, *Zastosowania najnowszych technologii 2.0 w Kościele*, [w:] *Media w Kościele i Kościół w mediach*, red. M. Przybysz, J. Kloch, Katowice 2012.

Kluszczyński Ryszard, *Społeczeństwo informacyjne. Cyberkultura. Sztuka multimediów*, Łódź 2001.

Knoblauch Hubert, *Benedict in Berlin. The mediatization of Religion*, [w:] *Mediatized Worlds. Culture and Society in a Media Age*, red. A. Hepp, F. Krotz, New York 2014.

Kopecka-Piech Katarzyna, *Aplikacje mobilne. Innowacyjność, sytuacyjność i personalizacja komunikacji marketingowej i wizerunkowej*, „Nowe Media", 4, 2013.

Kowalczyk Dariusz, *O możliwości spowiedzi przez internet*, „Więź", 8-9, 2002.

Krüger Oliver, *Gaia, God, and the Internet. The History of Evolution and the Utopia of Community in Media Society*, „Numen", 54/2, 2007.

Krüger Oliver, *Discovering the Invisible Internet. Methodological Aspects of Searching Religion on the Internet*, „Online – Heidelberg Journal of religions on the Internet", 1.1, 2005.

Krüger Oliver, *Die mediale Religion. Probleme und Perspektiven der religions wissenschaftlichen und wissenssoziologischen Medienforschung*, Bielefeld 2012.

Krzysztofek Kazimierz, *Zdekodowane kody*, [w:] *Kody Mcluhana. Topografia nowych mediów*, red. A. Maj, M. Derda-Nowakowski, Katowice 2009.

Krzysztofek Kazimierz, *Zmiana permanentna? Refleksje o zmianie społecznej w epoce technologii cyfrowych*, „Studia Socjologiczne", 207/4, 2012.

Kuczwał Dorota, *Internet w duszpasterstwie Kościoła katolickiego*, „Perspectiva. Legnickie Studia Teologiczno-Historyczne", 16/1, 2010.

Kulowski Jan, *Wartości w mediach*, „Teologia w Polsce" 1/1, 2007.

Kuźma Inga, *Wybrane internetowe oblicza religijności katolickiej*, „Etnografia Polska", 49/1-2, 2005.

Lafaye Jacques, *Quetzalcóatl and Guadalupe. The Formation of Mexican National Consciousness, 1531-1813*, Chicago 1987.

Lepa Adam, *O postawie selektywnego odbioru mediów*, „Pedagogia Christiana", 20/2, 2007.

Lessig Lawrence, *Wolna Kultura*, tłum. P. Białokozowicz, T. Dolny i in., Warszawa 2005.

Levinson Paul, *Nowe nowe media*, tłum. M. Zawadzka, Kraków 2010.

Lévy Pierre, *Drugi potop*, [w:] *Nowe media w komunikacji społecznej w XX wieku. Antologia*, M. Hopfinger, Warszawa 2002.

Levy Steven, *Hackers. Heroes of the Computer Revolution*, O'Reilly Media (e-book), 2010.

Lewek Antoni, *Informacja w nauce Kościoła o mediach*, „Kultura – Media – Teologia", 2/2, 2010.

Lewek Antoni, *Podstawy edukacji medialnej i dziennikarskiej*, Warszawa, 2003.

Libiszowska-Żółtkowska Maria, *Nowe ruchy religijne w globalnej przestrzeni*, [w:] *Religia i religijność w warunkach globalizacji*, red. M. Libiszowska-Żółtkowska, Kraków 2007.

Libiszowska-Żółtkowska Maria, *Dlaczego odchodzą? Studenci mówią „nie" Kościołowi katolickiemu. Analiza wyników badań empirycznych*, „Annales Universitatis Mariae Curie Skłodowska", 35/1, 2010.

Llywelyn Dorian, *Toward a Catholic theology of Nationality*, Lexington 2010.

Lundby Knut, Hoover Steward M., *Summary Remarks. Mediated Religion*, [w:] *Rethinking Media, Religion, and Culture*, red. S. M. Hoover, K. Lundby, London 1997.

Lungby Knut, *Theoretical Framework from approaching religion and new media*, [w:] *Digital Religion. Understanding Religious Practice in New Media Worlds*, red. H. Campbell, Abingdon – New York 2013.

Łaskarzewska Ewa, *Oparte na Słowie Bożym. Analiza treści prezentowanych na kapłańskich blogach w Adwencie 2013 r.*, „Biuletyn Edukacji Medialnej", 1, 2014.

Łęcicki Grzegorz, *Media wizualne a katecheza. Zagrożenia, wyzwania, zastosowania*, „Kultura – Media – Teologia", 5, 2011.

Łęcicki Grzegorz , *Edukacja medialna w służbie katechezy*, „Kultura – Media – Teologia", 4/2011.

Łęcicki Grzegorz, *Teologia mediów audiowizualnych jako wyzwanie XXI wieku*, „Kultura – Media – Teologia", 10, 2012.

MacWilliams Marc W., *Virtual Pilgrimages on the Internet*, „Religion", 32, 2002.

Mahan Jeffrey H., *Reflections on the Past and Future of the Study of Religion and Popular Culture*, [w:] *Between sacred and profane. Researching Religion and Popular Culture*, red. G. Lynch, New York 2007.

Mahan Jeffrey H., *Religion and Media*, „Religion Compass", 6/1, 2012.

Majewski Józef, *Religia, media, mitologia*, Gdańsk 2010.

Majewski Józef, *Media a religia. Czwarte kuszenie Chrystusa?*, „Homo Dei. Przegląd Teologiczno-Duszpasterski", 1, 2008.

Marciniak Katarzyna, *E-religijność. Nowe wyzwanie, nowe możliwości,* [w:] *E-kultura, e-nauka, e-społeczeństwo*, red. B. Płonka-Syroka, M. Staszczak, Wrocław 2008.

Marcyński Krzysztof, *Kościół na informacyjnej autostradzie*, [w:] *Media i Kościół. Polityka informacyjna Kościoła*, red. K. Marcyński, M. Przybysz, Warszawa 2011.

Mariański Janusz, *Sekularyzacja a nowe formy religijności,* „Roczniki Nauk Społecznych", 1, 2009.

Mariański Janusz, *Postawy Polaków wobec Kościoła katolickiego – analiza socjologiczna*, „Zeszyty Naukowe KUL", 225/1, 2014.

Martínez de la Serna Esteban, *Los Santuarios de la Virgen de Guadalupe*, Mexico D. F., 2003.

Mayer Jean-François, *Religion and the Internet. The global marketplace*, [w:] *Challenging Religion. Essays in honour of Eileen Barker*, red. James A. Beckford, James T. Richardson, London 2003.

Mayer Alicia, *El culto de Guadalupe y el proyecto tridentino en la Nueva España*, „Estudios de Historia Novohispana", 26, 2002.

Mąkosa Paweł, *„Dziedziniec pogan" przestrzenią spotkania i dialogu wierzących z niewierzącymi*, „Przegląd Homiletyczny", 16, 2012.

Mąkosa Paweł, *Miejsce i rola współczesnych mediów w katechezie*, „Roczniki Pastoralno-Katechetyczne", 60/5, 2013.

Mąkosa Paweł, *Kompetencje ewangelizatorów fundamentem nowej ewangelizacji*, [w:] *Nowa ewangelizacja w nowej katechezie*, red. P. Mąkosa, Rzeszów 2013.

McCurry James, *Presidential Address. Our Lady of Guadalupe: Evangelizer of the Americas*, „*Marian Studies*" , 43/1992.

McLuhan Eric, *Kościół i nowe media*, tłum. P. Tarasiewicz, [w:] *Media katolickie: szanse i zagrożenia, II międzynarodowy kongres, 20-21 listopada 2009 r.*, red. K. Bieliński, Toruń 2010.

McLuhan Marshall, *Zrozumieć media. Przedłużenie człowieka*, tłum. N. Szczucka-Kubisz, Warszawa 2004.

McLuhan Marshall, *Galaktyka Gutenberga*, [w:] *Wybór tekstów*, red. E. McLuhan, F. Zingrone, tłum. E. Różalska, J. M. Stokłosa, Poznań 2001.

Melosik Zbyszko, Szkudlarek Tomasz, *Kultura, tożsamość i edukacja – migotanie znaczeń*, Kraków 2010.

Melosik Zbyszko, *Kultura, akademia i edukacja – modernistyczno/postmodernistyczne interpretacje*, „Przegląd Pedagogiczny", 1, 2011.

Miczek Nadja, *Online rituals in virtual worlds. Christian online services between dynamics and stability*, „Online – Journal of Religions on the Internet", 3.1, 2000.

Miczka Tadeusz, *Globalizacja – Internet – Kultura – Tożsamość*, [w:] *Oblicza Internetu*, red. M. Sokołowski, Elbląg 2004.

Misztal Wojciech, *Cyberprzestrzeń i mass media sprzymierzeńcem duchowości?*, „Analecta Cracoviensia", 44, 2012.

Misztal Wojciech, *Środki społecznego przekazu jako narzędzia ewangelizacji: preewangelizacja, postewangelizacja*, [w:] *Inter mirifica. Dziedzictwo i perspektywy*, red. A. Baczyński, M. Drożdż, M. Legan, Kraków 2013.

Morbitzer Janusz, *Świat wartości w Internecie*, „Konspekt", 18, 2004.

Nash David, *Religious sensibilites in the age of the Internet. Freethought culture and the historical context of communication media*, [w:] *Practicing religion in the age of the media. Explorations in Media, Religion, and Culture*, red. S. M. Hoover, L. S. Clark, New York 2002.

Novoa Ana M., *Lessons from La Morenita Del Tepeyac*, „Journal of Law and Religion", 20/1, 2004-2005.

Obirek Stanisław, *Uskrzydlony umysł. Antropologia słowa Waltera Onga*, Warszawa 2010.

O'Leary Stephen D, Brasher Brenda E., *The Unknown God of the Internet. Religious Communication from the Ancient Agora to the Virtual Forum*, [w:] *Philosophical Perspectives on Computer-Mediated Communication*, red. C. Ess, Albany 1996.

O'Leary Stephen D., *Cyberspace as Sacred Space. Communicating Religion on Computer Networks*, „Journal of the American Academy of Religion", 64/4, 1996.

O'Leary Stephen D., *Utopian and dystopian possibilities of Networked Religion in the New Millennium*, [w:] *Religion and Cyberspace*, red. M. Højsgaard, M. Warburg, London 2005.

Oleszkiewicz-Peralba, Małgorzata, *The Black Madonna in Latin America and Europe. Tradition and Transformation*, Albuquerque 2007.

Orsi Robert A., *Between Heaven and Earth. The Religious Worlds People Make and the Scholars Who Study Them*, Princetown 2007.

Pascual Fernando, *La Iglesia católica ante el mundo de Internet*, „Ecclesia", XXV, 2, 2011.

Peña Elaine A., *Beyond Mexico. Guadalupan Sacred Space Production and Mobilization in a Chicago Suburb*, „American Quarterly", 60/3, 2008.

Peña Elaine A., *Performing Piety. Making Space Sacred with the Virgin of Guadalupe*, Berkeley - Los Angeles 2011.

Peters Thomas, *Changing the Word. New Media Activism*, [w:] *The Church and New Media. Blogging Converts, Online Activists, and Bishops who Tweets*, red. B. Vogt, Huntington 2011.

Peterson Jeanette Favrot, *Creating the Virgin of Guadalupe.The Cloth, The Artist, and Sources in Sixteenth-Century New Spain*, „The Americas", 61/4, 2005.

Podpora Ryszard, *Watykan i internet*, „E-Mentor", 18/1, 2007

Pokorna-Ignatowicz Katarzyna, *Kościół w świecie mediów. Historia - dokumenty – dylematy*, Kraków 2002.

Poole Stafford, *The Guadalupan Controversies in Mexico*, Stanford 2006.

Portilla Miguel León, *El destino de la palabra. De la oralidad y los glifos mesoamericanos a la escritura alfabética*, Mexico D. F. 1996.

Postman Neil, *Technopol. Triumf techniki nad kulturą*, tłum. A. Tanalska-Dulęba, Warszawa 2004.

Przybysz Monika, *Obieg informacji w Kościele*, [w:] *Media i Kościół. Polityka informacyjna Kościoła*, M. Przybysz, K. Marcyński, Warszawa 2011.

Przybysz, Monika, *Kreowanie wizerunku Kościoła w mediach za pomocą Public Relations i reklamy*, [w:] *Media w Kościele i Kościół w mediach,* red. M. Przybysz, J. Kloch, Katowice 2012.

Przywara, Barbara, *Cyberspołeczności czy wirtualne zbiorowości?,* [w:] *Cyberspołeczności czy wirtualne zbiorowości*, red. Lesław H. Haber, Kraków 2004.

Ptaszycka-Jackowska Danuta, Jackowski, Antoni, *Jasnogórskie pielgrzymki w przestrzeni miasta i regionu Częstochowy*, Kraków 1998.

Radomski Andrzej, *Historia w kulturze remiksu*, [w:] *Historia w kulturze współczesnej*, red. P. Witek, M. Mazur, E. Solska, Lublin 2011.

Radomski Andrzej, *Humanistyka w świecie informacjonalizmu,* Lublin 2014.

Robak Marek, *Teologia cyberświata*, [w:] *Internet - fenomen społeczeństwa informacyjnego*, red. T. Zasępa, R. Czmura, Częstochowa 2001.

Robak Marek, *Zarzućcie sieć*, Warszawa 2004.

Robek Edmund, *Główne idee nauczania Jana Pawła II o mediach i dziennikarstwie*, „Studia Warszawskie Pastoralne", 13, 2011.

Rodriguez Jeanette, *Religious Leadership in the Latino/Latina Community. Leadership as Service,* [w:] *Religious Leadership. A Reference Handbook,* red. S. Henderson Callahan, London 2013.

Rolfes Helmuth, *Inter Mirifica, and What Followed. The Second Vatican Council as the Beginning of a New Era in the Relationship between the Church and the Media*, [w:] *Communicatio Socialis. Challenge of Theology and Ministry in the Church*, red. H. Rolfes, A. Zukowski, Kassel 2007.

Roman Anthony G., *Building Digital Bridges Considerations for Ministry in the Emerging Communication Landscape*, [w:] *Communicatio Socialis. Challenge of Theology and Ministry in the Church*, red. H. Rolfes, A. Zukowski, Kassel 2007.

Sánchez José Pedro Juárez, Valverde Benito Ramírez, Mota Vargas José Alejandro, César Arnaiz Fernanda, Ramírez Valverde Gustavo, *Peregrinación y Turismo religioso en los Santuarios de México,* „Revista Geográfica de Valparaiso", 46, 2012.

Secler Bartłomiej, *Kościół i media. Następstwa Dekretu Inter mirifica*, [w:] *Między historią, politologią a medioznawstwem*, red. T. Wallas, Poznań 2010.

Siuda Piotr, *Socjologiczne spojrzenie na związek internetu z religią*, [w:] *Rola informatyki w naukach ekonomicznych i społecznych, red. K. Grysa, Kielce 2008.*

Siuda Piotr, *Cyberreligia - powstanie religijnych społeczności wirtualnych*, [w:] *Com.unikowanie w zmieniającym się społeczeństwie*, red. M. Niezgoda, M. Świątkiewicz-Mośny, A. Wagner, Kraków 2010.

Siuda Piotr, *Religia a internet. O przenoszeniu się religijnych granic do cyberprzestrzeni*, Warszawa 2010.

Siuda Piotr, *Pielgrzymki fanów. Podróże w przestrzeni geograficznej czy podróże symboliczne*, „Studia Medioznawcze", 47/4, 2011.

Siuda Piotr, *O pewnym wymiarze folkloru e-religijnego. Sieć objawień*, „Kultura Popularna", 33/3, 2012.

Sobolewski Tadeusz, *Myśli na temat kiczu nihilistycznego*, [w:] *Sacrum i kultura. Chrześcijańskie korzenie przyszłości*, red. S. Sarek, Lublin 2000.

Sokołowski Marek, *(R)ewolucja w komunikacji. Wprowadzenie do medioznawstwa*, Warszawa 2010.

Solis Brian, Kutcher Ashton, *Engage! Revised and Updated. The complete guide for Brands and Businesses to Build, Cultivate, and Measure Success in the New Web, Revised and Updated,* Hoboken 2011.

Soukup Paul A., *On-Line Religion. A New Context for Religious Practice*, „America", 180/16, 1999.

Soukup Paul, *Vatican Opinion on Modern Communication*, [w:] *Quoting God. How Media Shape Ideas about Religion and Culture*, red. C. H. Badaracco, Waco 2005.

Spadaro Antonio, *Cyberteologia. Chrześcijaństwo w dobie Internetu*, tłum. M. Masny, Kraków 2013.

Stachowska Ewa, *Konsumpcja a religia. Komercjalizacja sacrum we współczesnym świecie*, [w:] *Religia - Nauka - Kultura*, red. Z. Drozdowicz, S. Sztajer, Poznań 2011.

Stefanowicz Karolina, *Działalność Kościoła katolickiego w Internecie. Nowe formy ewangelizacji,* [w:] *Kreowanie przestrzeni społecznej w cyfrowym świecie. Wpływ mediów na rzeczywistość polityczną oraz funkcjonowanie ruchów społecznych i religijnych w Polsce i Europie Środkowo-Wschodniej*, red. M. Łyszczarz, S. Marcinkiewicz, M. Sokołowski, Toruń 2014.

Stoll Clifford, *Krzemowe remedium. Garść rozważań na temat infostrady*, tłum. T. Hornowski, Poznań 2000.

Stolow Jeremy, *Technology*, [w:] *Key Words in Religion, Media and Culture*, red. D. Morgan, New York 2008.

Stout Daniel A., Buddenbaum Judith M., *Approaches to the study of media and religion. Notes from the Editors of the Journal of Media and Religion with recommendations for future research*, „Religion", 38, 2008.

Strampickal Jackob, *Interdyscyplinary Approach in Inevitable and a Major Challenge in Communication Studies*, [w:] *Communicatio Socialis. Challenge of Theology and Ministry in the Church*, red. H. Rolfes, A. Zukowski, Kassel 2007.

Szpunar Magdalena, *Reklama dźwignią wiary? Churchmarketing i jego specyfika*, [w:] *Religia a współczesne stosunki międzynarodowe*, red. B. Bednarczyk, Z. Pasek, P. Stawiński, Kraków 2010.

Szpunar Magdalena, *Nowe media a paradygmat uczestnictwa*, [w:] *Teorie komunikacji i mediów,* red. M. Graszewicz, J. Jastrzębski, Wrocław 2010.

Szpunar Magdalena, *Bogactwo informacji a ubóstwo uwagi w cyfrowej kulturze nadmiaru*, [w:] *Problemy Konwergencji Mediów*, red. M. Kaczmarczyk, D. Rott, Sosnowiec 2013.

Szpunar Magdalena, *Nowa ekologia mediów*, „Studia Humanistyczne AGH", 13/1, 2014.

Szulakiewicz Marek, *Religie i religijność w kulturze spółczesnej*, [w:] *Religie i religijność w świecie współczesnym. III Międzynarodowy Kongres Religioznawczy Toruń 12-15 września 2011*, red. M. Szulakiewicz, Toruń 2011.

Turkle Shirley, *Tożsamość w epoce Internetu*, [w:] *Blaustein. Koncepcja odbioru mediów*, red. Z. Rosińska, Warszawa 2001.

Turner Brian S., *Religion and modern society. Citizenship, Secularisation and the State*, Cambridge 2011.

Turner Victor, Turner Edith L. B., *Obraz i pielgrzymka w kulturze chrześcijańskiej*, tłum. E. Klekot, Kraków 2009.

Vásquez Manuel A., Marquardt, Marie F., *Globalizing the Rainbow Madonna. Old Time Religion in the Present Age*, „Theory, Culture & Society", 17/4, 2000.

Walotek-Ściańska Katarzyna, Szyszka Michał, Wąsiński Arkadiusz, Smołucha Danuta, *New media in the social spaces. Strategies of influence*, Praha 2014.

White Robert A., *Religion and Media in the Construction of Cultures*, [w:] *Rethinking Media, Religion, and Culture*, red. S. M. Hoover, K. Lundby, London 1997.

Wolf Eric R., *The Virgin of Guadalupe. A Mexican National Symbol*, „The Journal of American Folklore", 279/71,1958.

Wyrostkiewicz Maria, *Media jako narzędzia integrowania społeczeństwa w refleksji teologicznej*, [w:] *Integracja w globalnej wiosce. Media o cudzoziemcach w Polsce i Unii Europejskiej*, red. W. Wciseł, M. Wyrostkiewicz, Lublin 2013.

Zires Margarita, *Nuevas imágenes guadalupanas*, „Comunicación y Socied", 38, 2000.

Zoebelein Judith, *The Vatican*, [w:] *Facts, Trends and Expieriences in the Catholic Church. Religious Internet Communication*, red. D. Arasa, L. Cantoni, L. A. Ruiz, Rome 2010.

Zukowski Angela A., *Shifting sands. Catechesis, Imagination and the Digital Culture*, [w:] *Communicatio Socialis. Challenge of Theology and Ministry in the Church*, red. H. Rolfes, A. Zukowski, Kassel 2007.

Literatura pomocnicza

Adamczyk Tomasz, *Desekularyzacja w warunkach globalizacji*, [w:] *Religia i religijność w warunkach globalizacji*, red. M.Libiszowska-Żółkowska, Kraków 2007.

Afełtowicz Łukasz, Pietrowicz Krzysztof, *Koniec socjologii, jaką znamy, czyli o maszynach społecznych i inżynierii socjologicznej*, „Studia Socjologiczne", 190/3, 2008.

Alexander Bobby C., *Televangelism. Redressive Ritual within a Larger Social Drama*, [w:] *Rethinking Media, Religion, and Culture*, red. S. M. Hoover, K. Lundby, London 1997.

Altamirano Saúl Lázaro, *La Representación Social del Guadalupanismo en el programa de televisión La Rosa de Guadalupe*, "Revista Comunicación", 10, 2012.

Altena Marga, Notermans Catrien, Widlok Thomas, *Place, Action, and Community in Internet Rituals*, [w:] *Ritual, Media, and Conflict*, red. R. L. Grimes, U. Hüsken, U. Simon, E. Venbrux, Oxford 2011.

Álvarez María Antonia, *Spiritual Themes and Identities in Chicana Texts. The Virgin of Guadalupe as a Role Model for Womanhood*, [w:] *Reading Spiritualities. Constructing and Representing the Sacred*, red. D. Llewellyn, D. F. Sawyer, Padstow 2008.

Altena Marga , Noterman Catrien, Widlok Thomas, *Place, Action, and Community in Internet Rituals* [w:] *Ritual, Media, and Conflict* , red. R. L. Grimes, *U. Hüsken, U. Simon, E. Venbrux, Oxford University Press, New York 2011.*

Baczyński, *Jana Pawła II widzenie mediów masowych*, „Warszawskie Studia Pastoralne", 4, 2006.

Baczyński Andrzej, *Media jako dobro – ewolucja stanowiska Kościoła* [w:] *Dobro w mediach. Z cienia do światła*, red. A. Baczyński, M. Drożdż, Tarnów 2012.

Bado-Fralick Nikki, Sachs-Norris Rebecca, *Toying With God: The World Of Religious Games And Dolls*, Waco 2010

Bajerowa Irena, *Rola języka we współczesnym polskim życiu religijnym*, [w:] *O języku religijnym: Zagadnienia wybrane*, red. M. Karpluk, J. Sambor, Lublin 1988.

Balch Robert W., Taylor David, *Making Sense of the Heaven's Gate Suicides*, [w:] *Cults, Religion, and Violence*, red. D. Bromley, J. G. Melton, Cambridge 2004

Ballardini Bruno, *Jezus i biel stanie się jeszcze bielsza. Jak Kościół wymyślił marketing*, tłum. M. Oleksiuk, Warszawa 2008.

Banaszak Marian, *Historia Kościoła Katolickiego* t. 3, Warszawa 1991.

Baran Lidia, Misiewicz Marta, *Cyberprzestrzeń – nowe miejsce spotkań. Teoretyczna i psychologiczna analiza wirtualnych społeczności*, [w:] *Człowiek zalogowany. Wirtualne społeczności*, red. M. Wysocka-Pleczyk, K. Tucholska, Kraków 2014.

Bartnik Czesław S., *Dar Boga dla Kościoła i świata*, „Nasz Dziennik", 4929/97, 2014.

Baudrillard Jean, *Symulakry i symulacje*, tłum. S. Królak, Warszawa 2005.

Bauer Zbigniew, *Dziennikarstwo wobec nowych mediów. Historia, teoria, praktyka*, Kraków 2009.

Bauman Zygmunt, *Ponowoczesność jako źródło cierpień*, Warszawa 2000.

Bauman Zygmunt, *Kultura jako praxis*, tłum. J. Konieczny, Warszawa 2012.

Beatty Andrew, *The Mexico: Syncretism in Public Ritual,* „American Anthropologist", 108/2, 2006.

Beavis Mary Ann, Dunbarb Scott Daniel, Klassenc Chris, *Journals and Venues. The Journal of Religion and Popular Culture: more than old wine in new bottles,* „Religion", 43/3, 2013.

Beckerlegge Gwilym, *Computer-mediated religion: religion on the Internet at the end of the twentieth century*, [w:] *From Sacred Text to Internet. Religion Today. Tradition, Modernity and Change*, Aldershot 2001.

Bell, David, *Cyberculture theorists: Manuel Castells and Donna Haraway*, London – New York 2007.

Bendyk Edwin, *Antymatrix. Człowiek w labiryncie sieci*, Warszawa 2004.

Bertolotti Tommaso, Cinerari Carolina, *The Gospel according to Google*, „European Journal of Science and Theology", 9/1, 2013.

Beyer Peter, *Religia i globalizacja*, Kraków 2005.

Bizior Renata, *Komunikowanie treści religijnych w internecie w kontekście przemian języka religijnego* [w:] *Oblicza Internetu,* red. M. Sokołowski, Elbląg 2004.

Blancarte Roberto J., *Mexico: A Mirror for the Sociology of Religion,* [w:] *The SAGE Handbook of the Sociology of Religion,* red. J. A. Beckford, N. J. Demerath, London 2007.

Bomba Radosław, *Współczesne gry komputerowe - pragnienie partycypacji,* „Episteme", 6, 2008.

Bomba, Radosław, *Antropologia cyberprzestrzeni*, „Kultura współczesna", 1, 2007.

Bordas Juana, *The Power of Latino Leadership. Culture, Inclusion, and Contribution*, San Francisco 2013.

Borek Dariusz, *Przestępstwa przeciwko sakramentom*, „Prawo Kanoniczne", 4, 2012.

Broński Włodzimierz, *Nowa ewangelizacja w służbie przekazu prawd wiary chrześcijańskiej*, „Studia Pastoralne", 9, 2013.

Bremer Józef, *Camino de Santiago – droga świętych legend*, „Folia Turistica", 27, 2012.

Budzik Stanisław, *Internet i rzeczywistość wirtualna. Szanse i zagrożenia dla przekazu wiary u progu trzeciego tysiąclecia*, „Currenda", 1, 2002.

Bulkeley Tim, P*resence and pixels: Some impacts of electronically mediated communication on Christian living*, "Review and Expositor" 111/1, 2014.

Bunt Gary R., *iMuslims. Rewiring the house of Islam*, Chapel Hill 2009.

Burilović Silvana, Tanjić Željko, *Kršćanstvo i internet – izazov za teologiju*?, „Crkva u svijetu", 48, 2013.

Calderón Héctor, *Narratives of Greater Mexico. Essays on Chicano Literary History, Genre and Borders*, Austin 2004.

Campbell Heidi A, Lövheim Mia, *Introduction. Rethinking the online–offline connection in the study of religion online*, „Information, Communication & Society", 14/ 8, 2011.

Campbell Heidi A., Grieve Gregory P., *Studying Religion in Digital Gaming. A Critical Review of an Emerging Field,* „Online – Heidelberg Journal of Religions on the Internet", 5, 2014.

Carvajal Pablo Ignacio Aburto, *La Basílica de Guadalupe en la Internet La difusión de las prácticas religiosas en la era de las tecnologías de información*, „Renglones", 61, 2009-2010.

Carvalho Cristina, *The spiritual quest. Europe's common sacred ground (an historic overview)*, „Exedra. Revista Científica", 6, 2012.

Casey Cheryl, *Virtual ritual, real faith. The revirtualization of religious ritual in cyberspace*, "Online – Journal of Religions on the Internet", 2/1, 2006

Castells Manuel, *The Rise of the Network Society. Economy, Society and Culture. The Information Age: Economy, Society and Culture*, Malden 2000.

Castañeda-Liles Socorro, *Our Lady of Guadalupe* [w:] *Encyclopedia of Global Religion*, red. M. Juergensmeyer,W. C. Roof, Thousand Oaks 2012.

Chryssides George D., *Historical Dictionary of New Religious Movements*, Lanham 2012.

Celej Piotr, Kaczmarczyk Michał, *Public Relations Kościoła katolickiego. Wybrane przykłady działań wizerunkowych ze szczególnym uwzględnieniem diecezji sosnowieckiej*, „Problemy Komunikacji Społecznej", 1,2009.

Corona de la Peña Laura Elena, Vega Flores Leonardo, *Imágenes religiosas como funciones semióticas de la devoción popular católica. La peregrinación guadalupana de los trabajadores mineros en Zimapán, Hidalgo*, „Revista", 17, 2008.

Cross Michael, *Social Media Security. Leveraging Social Networking. While Mitigating Risk*, Waltham 2014.

Cząstka Paweł, *Ewolucja nauki Kościoła a kształtowanie się wolności słowa w prasie* [w:] *Wolność w mediach. Między poprawnością a odpowiedzialnością*, red. M. Drożdż, Tarnów 2010.

Czerniawska Olga, *Podróż i jej andragogiczny wymiar*, „Chowanna", 25/2, 2005.

Dante, Francesco, *Storia della „Civiltà Cattolica" (1850-1891). Il laboratorio del Papa*, Roma 1990.

Deussen Giso, *The Cultures of Africa – Voiceless in the Internet. An Exploration in Franz-Josef Eilers' Trac*ks [w:] *Communicatio Socialis. Challenge of Theology and Ministry in the Church*, red. H. Rolfes, A. Zukowski, Kassel 2007.

Dixon Seth, *Making Mexico More "Latin". National Identity, Statuary and Heritage in Mexico City's Monument to Independence*, „Journal of Latin American Geography", 9/2, 2010.

Dmowski Łukasz, *Marketing religijny na przykładzie chrześcijaństwa*, „Zeszyty Naukowe Polityki Europejskiej Finanse i Marketing", 52/3, 2010.

Domaszk Arkadiusz, *Internet – wyzwanie dla seminariów duchownych,* „Seminare. Poszukiwania Naukowe", 33, 2013.

Dovey John, Kennedy Helen W., *Game Cultures. Computer Games as New Media*, Maidenhead 2006.

Drozdowski Rafał, *Dziennikarstwo obywatelskie - próba socjologicznego opisu*, „Ruch Prawniczy, Ekonomiczny i Socjologiczny", 70/3, 2008.

Drożdż Michał, *Publiczne radio lokalne w integracji małych ojczyzn* [w:] *Media publiczne. System Medialny w Polsce – Pytania i Dezyderaty*, red. P. Bielawski, A. Ostrowski, Wrocław 2010.

Drożdż Michał, *Potrzeba edukacji medialnej i dziennikarskiej według ks. prof. Antoniego Lewka w duchu Magisterium Ecclesiae*, „Kultura – Media – Teologia", 8, 2012.

Drożdż Michał, *Relewancja etyki mediów dla wychowania w dobie pluralizacji i globalizacji* mediów, [w:] *Media w edukacji. Wymiar kulturowy i aksjologiczny*, red. A. Roguska, Siedlce 2013.

Drożdż Michał, *Medialne mirifica*, „Studia Socialia Cracoviensia", 9/2, 2013.

Drzewiecki Piotr, *Media aktywni. Dlaczego i jak uczyć edukacji medialnej?*, Otwock – Warszawa 2010.

Durkheim Emil, *The elementary forms of religious life*, New York 1955.

Durand Jorge, Massey Douglas S., *Miracles on the Border. Retablos of Mexican Migrants to the United States*, Tuscon 1995.

Eade John, *Pilgrimage, the Assumptionists and Catholic Evangelisation in a Changing Europe. Lourdes and Plovdiv*, „Cargo", 10/1-2, 2012.

Eftekhari Mahdi Hossein, Barzegar Zeynab, Isaai Mohammad Taghi, *Web 1.0 to Web 3.0 Evolution: Reviewing the Impacts on Tourism Development and Opportunities*, [w:] *Human-Computer Interaction, Tourism and Cultural Heritage*, red. F. V. Cipolla-Ficarra, Brescello 2010.

Eisenstein Elizabeth, *The Printing Press as an Agent of Change*, t. 1, Cambrige 1979.

El-Hanany Efrat, *Beating the Devil: Images of the Madonna Del Soccorso in Italian Renaissance Art*, Indiana University 2006.

The Encyclopedia of religion, communication, and media, red. Daniel A. Stout, New York 2006.

Encyklopedia katolicka t. 4, red. R. Łukaszyk, L. Bieńkowski, F. Gryglewicz, Lublin 1989.

Espinosa Aurelio, *Home Altars and the Virgin of Guadalupe in Quinceanera. Historical and Critical Perspectives*, „Journal of Religion and Popular Culture", 21/1, 2009.

Fiske John, *Postmodernizm i telewizja*, [w:] *Pejzaże audiowizualne. Telewizja, wideo, komputer*, red. A. Gwóźdź, Kraków 1997.

Flores Martos, Juan Antonio, *Transformismos y transculturación de un culto novomestizo emergente: la Santa Muerte Mexicana*, [w:] *Teorías y prácticas emergentes en Antropología de la religión*, red. M. Cornejo Valle, M. Cantón Delgado, R. Llera, Blanes, 2008.

Foley Donal Anthony, *Marian Apparitions, the Bible, and the Modern World*, Eastbourne 2002.

Freedberg David, *Potęga wizerunków. Studia z historii i teorii oddziaływania*, tłum. E. Klekot, Kraków 2005.

Fuentes Carlos, *Lata z Laurą Días*, tłum. E. Komarnicka, Warszawa 2001.

Gałka Tadeusz, *Strategie internetowe największych wydawców dzienników regionalnych w Polsce*, [w:] *"Stare" media w obliczu "nowych", "nowe" w obliczu "starych"*, red. K. Pokorna-Ignatowicz, J. Bierówka, Kraków 2011.

Ganicz Tomasz, *Mechanizmy kontroli jakości Wikipedii – czyli jak pół-anarchiczna społeczność może skutecznie zastąpić radę redakcyjną*, „EBIB", 101/1, 2009.

Gannon Martin, Pillai Rajnandini, *Understanding Global Cultures. Metaphorical Journeys Through 29 Nations, Clusters of Nations, Continents, and Diversity*, London 2010.

Gaspar de Alba Alicia, *Chicano Art Inside/Outside the Master's House. Cultural Politics and the Cara exhibition*, Austin 1998.

Gaworecki Władysław W., *Rola turystyki w promocji wartości religijnych i kształtowaniu sprawiedliwości społecznej*, [w:] *Turystyka religijno-pielgrzymkowa. Zbiór materiałów pokonferencyjnych*, Gdańsk 2005.

Gaytán Marie Sarita, Valenzuela Zapata Anna G., *Más allá del mito. Mujeres, tequila y nación*, "Mexican Studies/Estudios Mexicanos", 28/1, 2012.

Gębarowski Marcin, *Nowoczesne formy promocji*, Rzeszów 2007.

Gębarowski Marcin, *Flash mob – istota zjawiska oraz determinanty wykorzystania w działaniach promocyjnych podmiotów rynkowych*, „Modern Management Review", 2, 2013.

George Susan E., *Believe It or Not. Virtual Religion in the 21st Century*, [w:] *End-User Computing. Concepts, Methodologies, Tools, and Applications*, red. S. Clarke, Hershey 2008.

Gieryn, Thomas F., *A Space For Place In Sociology*, „Annual Review of Sociology", 26, 2000.

Golus Beata, *Fenomen rozmów internetowych i ich języka*, [w:] *Dialog a nowe media*, red. M. Kita, J. Grzenia, Katowice 2004.

Gonet Krzysztof, *Wiara, biblioteki i Internet*, „Fides. Biuletyn Bibliotek Kościelnych", 2/1, 1997.

Gordon Melton John, *The encyclopedia of religious phenomena*, Canton 2008.

Góral Anna, *Zarządzanie miejscami kultu religijnego w kontekście rozwoju turystyki kulturowej*, „Turystyka Kulturowa", 1, 2001.

Greil Arthur L., Davidman Lynn, *Religion and Identity*, [w:] *The SAGE Handbook of the Sociology of Religion*, red. J. A. Beckford, N. J. Demerath, London 2007.

Gruzinski Serge, *La guerra de las imágenes.De Cristóbal Colón a "Blade Runner" (1492-2019)*, Mexico D. F. 1994.

Gurczyński Jacek, *Wolny Internet, Wolna Kultura*, „Kultura i Wartości", 6/2, 2013.

Guzek Damian, *Konwergencja mediów katolickich w Polsce*, [w:] *Konwergencja mediów masowych i jej skutki dla współczesnego dziennikarstwa*, red. M. Gierula, P. Szostok, Katowice 2012.

Guzek Damian, *Reklama w działaniach instytucji religijnych w Polsce*, „Chorzowskie Studia Polityczne", 6, 2013.

Guzowska Beata, *Współczesne formy religijności. Perspektywa filozoficzna*, [w:] *Religie i religijności w świecie współczesnym. III Międzynarodowy Kongres Religioznawczy Toruń 12-15 września 2011*, red. M. Szulakiewicz, Toruń 2011.

Guzowska Beata, *Religijność postmodernistyczna*, „Przegląd Religioznawczy", 246/4, 2012.

Hackett Rosalind, I. J. *Religion and the Internet*, „Diogenes", 53, 2006.

Hall Edward Twitchell, Hall Mildreed Reed, *Understanding Cultural Difference. Germans, French and Americans*, Yarmouth 1990.

Hall Linda, *Guadalupan Devotion in Mexico. A Historiographical Consideration*, „History Compass", 7/1, 2009.

Hanusz Krzysztof, *Wpływ gier komputerowych na tendencje do pomagania innym*, [w:] *Człowiek zalogowany. Od mowy nienawiści do integracji w sieci*, red. M. Wysocka-Pleczyk, B. Świeży, Kraków 2013.

Hemminger Elke, *Game Cultures as Sub-Creations. Case Studies on Religion & Digital Play*, „Online – Heidelberg Journal of Religions on the Internet", 5, 2014.

Hojnacki Lechosław, Kowalczuk Małgorzata, Kudlek Katarzyna, Polak Marcin, Szlagor Piotr, *Mobilna edukacja. M-lerning, czyli (r)ewolucja w uczeniu się*, Warszawa 2011.

Hofstede Geert, *The Cultural Relativity of Organizational Practices and Theories*, „Journal of International Business Studies", 14/2, 1983.

Honisz Hanna, Internet jako miejsce ewangelizacji, [w:] *Wartości w Mediach - z doliny na szczyty*, red. A. Baczyński, M. Drożdż, Tarnów 2012.

Hopkins Mark W., *Mass media in the Soviet Union*, New York 1970.

Horsvall Sara, *The Experience of Marian Apparitions and The Mary Cult*, „The Social Science Journal", 37/3, 2000.

Hosseini Seyyed Hassan., *Religion and Media, Religious Media, or Media Religion: Theoretical Studies*, „Journal of Media and Religion", 7, 2008.

Howard Robert Glenn, *On-line Ethnography of Dispensationalist Discourse. Revealed versus Negotiated Truth*, [w:] *Religion on the Internet: Research Prospects and Promises*, red. J.K. Hadden, D.E. Cowan, Amsterdam 2000.

Hutchings Tim, *Creating Church Online. A Case-Study Approach to Religious Experience*, „Studies in World Christianity", 13/3, 2007.

Jagodziński Marek, *Teologiczno-komunikacyjny kontekst interpretacyjny informacji*, [w:] *Nauka – Etyka – Wiara. NEW '09. Konferencja Chrześcijańskiego Forum Pracowników Nauki. Jastrzębia Góra 11-14 czerwca 2009 (Na początku była informacja)*, red. A. Zabłotny, A. Niemyska, Warszawa 2009.

Jakubowicz Karol, *Nowa ekologia mediów. Konwergencja a metamorfoza*, Warszawa 2011.

Jan Paweł II, *Przekroczyć próg nadziei*, Lublin 1994.

Janas Maciej, Frontczak Tomasz, *Co wyszukiwarka zrobi dla twojego biznesu?*, „Mediafun magazyn, #miesięcznik #marketing #social media", 2, 2010 .

Jansen Bernard J., Tapia Andrea, Spink Amanda, *Searching for salvation. An analysis of US religious searching on the World Wide Web*, „Religion", 40, 2010.

Jarkiewicz Katarzyna, *Wirtualna rzeczywistość w polskim Internecie*, „Perspektywy Kultury", 7, 2013.

Jastrzębska Anna, *Wokół koncepcji „wolnej kultury"*, „Episteme", 10/1, 2010, s. 214 i n.

Jaszewska Dagmara, *Kultura – rzecz gustu? O kilku granicach supermarketyzacji kultury*, „Kultura – Media – Teologia", 4/2011, s. 20 i n.

Jenkins Henry, *Nowe formy uczestnictwa w kulturze*, [w:] *Młodzi i media. Nowe media a uczestnictwo w kulturze. Raport Centrum Badań nad Kulturą Popularną SWPS*, Warszawa 2010.

Jenkins Simon, *Rituals and pixels. Experiments in online church*, "Online – Heidelberg Journal of Religions on the Internet ", 3/1, 2008.

Jaskowska Bożena, *O kulturze konwergencji słów kilka*, „EBIB", 1, 2008.

Jezierski Paweł, *Catholic media in Poland* [w:] *The Polish Media System 1989 – 2011*, red. K. Pokorna-Ignatowicz, Kraków 2002.

Jędryczkowski Jacek, *Forma i treść komunikatu multimedialnego w dobie zaniku czytelnictwa – wyniki badań,* „General and Professional Education", 2, 2014.

Kaczmarczyk Michał, Rott Dariusz, *Wstęp* [w:] *Problemy Konwergencji Mediów*, red. M. Kaczmarczyk, D. Rott, Sosnowiec 2013.

Kaczmarek Kamil M., *Konflikt między religiami w cyberprzestrzeni* [w:] *Religijność i duchowość - dawne i nowe formy*, red. M. Libiszowska-Żółtkowska, S. Grotkowska, Kraków 2010.

Kamińska, Magdalena, *Praktyki żałobne w cyberprzestrzeni*, „Kultura popularna", 33/3, 2012.

Kang Jerry, *Information Privacy in Cyberspace Transactions*, „Stanford Law Review", 50/4,1998.

Kania Mariusz, *Poszerzenie widziane poprzez sieciowe doświadczenia seksualne* [w:] *Zwrot cyfrowy w humanistyce. Internet/Nowe media/Kultura 2.0*, red. A. Radomski, R. Bomba, Lublin 2013.

Kasper Walter, *Kościół katolicki. Istota – Rzeczywistość – Posłannictwo*, tłum. G. Rawski, Kraków 2014.

Kaščáková Janka, *Harry, Frodo, and the religion at the time of changes*, „Space – Society – Economy", 7, 2005.

Kawecki Witold, *Próba diagnozy współczesnej kultury,* „Studia Redemptorystowskie", 6, 2008.

Kiciński Andrzej, *Kierunki rozwoju katechizmów katolickich*, „Roczniki Pastoralno-Katechetyczne", 59/4, 2012.

Klauza Karol, *Eklezjogenetyczna funkcja środków społecznego przekazu,* [w:] *Kościół a środki społecznego przekazu*, red. J. Chrapek, Warszawa 1990.

Klementowicz Michał, *Edukacyjne zadania mediów w świetle wypowiedzi Benedykta XVI*, [w:] *Media w edukacji. Obszary lokalności – różnorodność współczesności*, red. A. Roguska, Siedlce 2013.

Kluver Randolph , Chen Yanli, *The Church Of Fools. Virtual Ritual And Material Faith*, „Online – Heidelberg Journal of Religions on the Internet", 3/1, 2008.

Kołakowski Leszek, *O wypowiadaniu niewypowiadalnego. Język i sacrum* [w:] *Język a kultura*, red. J. Bartmiński, R. Grzegorczykowa, Wrocław 1991.

Kołakowski Leszek, *Czy już w po-chrześcijańskim czasie żyjemy?* [w:] *Sacrum i kultura. Chrześcijańskie korzenie przyszłości*, red. S. Sarek, Lublin 2000.

Kong Lily, *Religion and Technology: Refiguring Place, Space, Identity and Community*, „Area", 33/4, 2001.

Kossecki Józef, *Cybernetyka kultury*, Warszawa 1974.

Koszembar-Wiklik Małgorzata, *Czy marketing wirusowy w sieci wymaga kontrowersji? O motywach szokujących w reklamach*, [w:] *Homo irretitus. W sieci serwisów społecznościowych, reklamy i marketingu społecznego*, red. K. Walotek-Ściańska, M. Szyszka, Sosnowiec 2014.

Kozak Marek W., *Koncepcje rozwoju turystyki*, „Studia Regionalne i Lokalne", 31, 2008.

Krzykała-Schaefer Renata, *Międzykulturowe dylematy zarządzania organizacją w kontekście różnic polsko-niemieckich*, [w:] *Socjologiczne i psychologiczne problemy organizacji i zarządzania*, red. S. Banaszak, K. Doktór, Poznań 2007.

Krzysztofek Kazimierz, *Status mediów cyfrowych: stare i nowe paradygmaty*, „Global Media Journal", 1, 2006.

Kwabena Asamoah-Gyadu J.,*'"Get on the Internet!" Says the LORD'. Religion, Cyberspace and Christianity in Contemporary Africa*, „Studies In World Christianity", 13/3, 2007.

Lackus Manuela, Siems Florian U., Hilgers Dennis, K. Jürgen, Karla, *Quality Perception and Successful Information Seeking Processes as Objectives of Web Content Presentation. A Discussion of the F-Shaped Pattern Based on an Eye-Tracking Experiment*, „Journal of Academy of Business and Economics", 4, 2011.

Laskowska Małgorzata, *Media i teologia. Kierunki badań teologicznych w ujęciu magisterium Kościoła*, „Teologia praktyczna", 14, 2013.

Lawrence Dave, Tavakol, Soheyla,*Balanced Website Design. Optimising Aesthetics. Usability and Purpose*, Londyn 2007.

Le Bon Gustave, *Psychologia tłumu*, tłum. B. Kaprocki, Warszawa 1997.

Lepa Adam, *Media w katechezie i ewangelizacji,* Materiał ze spotkania Dyrektorów Wydziałów Katechetycznych *Media a katecheza*, Przemyśl 2004.

Lessig Lawrence, *Remiks. Aby sztuka i biznes rozkwitały w hybrydowej gospodarce,* tłum. R. Próchniak, Warszawa 2009.

Lombardi Federico, Cocco Pietro, *Vatican Radio*, [w:] *Religious Internet Communication. Facts, Trends and Expieriences in the Catholic Church.*, red. D. Arasa, L. Cantoni, L. A. Ruiz, Rome 2010.

Lundberg Magnus, *Unification and conflict. The Church Politics of Alonso de Montúfar OP, Archbishop of Mexico, 1554-1572*, Lund 2002.

Łęcicki Grzegorz, *Destrukcyjne element współczesnej muzyki rozrywkowej jako przekazu medialnego*, [w:] *Człowiek w medialnym labiryncie*, red. K. Guzek, M. Laskowska, Warszawa 2011.

Łęcicki Grzegorz, *Media katolickie w III Rzeczypospolitej (1989-2009)*, „Kultura – Media – Teologia", 2/2, 2010.

Maciaszek Paweł, *Nowa ewangelizacja przez nowe media*, „Kultura – Media – Teologia", 11, 2012.

Manovich Lev, *New Media from Borges to HTML*, [w:] *The New Media Reader*, red. N. Wardrip-Fruin, N. Montfort Cambridge-London 2003.

Manovich Lev, *The Language of New Media*, Cambridge 2004.

Mariański Janusz, Wargacki, Stanisław, *Nowa duchowość jako megatrend społeczny i kulturowy*, „Przegląd Religioznawczy", 242/4, 2011.

Martín-Barbero Jesús, *Mass Media as a Site of Resacralization of Contemporary Cultures*, [w:] *Rethinking Media, Religion, and Culture*, red. S. M. Hoover, K. Lundby, London 1997.

Mazur Adam, *Pielgrzymki jako nowy trend uprawiania turystyki w Polsce*, „Theologos", 1, 2012.

Maxwell Patrick, *Virtual Religion in Context*, „Religion", 32, 2002.

Mączka Dorota, *Turystyka kulturowa śladami sanktuariów maryjnych na Mazowszu*, „Zeszyty Naukowe. Uniwersytet Szczeciński", 648, 2011.

Messori Vittorio, *Czarne karty Kościoła*, Katowice 1998.

Meuser Bernhard, Baer Nils, *Youcat. Libro de Catequesis para la Confirmación (para de jóvenes de 15 a 20 años).Español*, Madrid 2013.

Mielicka Halina, *Kontekst religijny zachowań społecznych jako paradygmat globalizacji*, [w:] *Religia i religijność w warunkach globalizacji*, red. M. Libiszowska-Żółtkowska, Kraków 2007.

Mikołajewska Emilia, Mikołajewski Dariusz, *Interfejsy człowiek-komputer dla osób niepełnosprawnych i w podeszłym wieku*, „Annales Academiae Medicae Silesiensis", 68/1, 2014.

Mikrut-Majeranek Magdalena, *Non omnis moriar! Wieczne trwanie w globalnej sieci 2.0 na przykładzie e-cmentarzy*, [w:] *Człowiek zalogowany. Różnorodność sieciowej rzeczywistości*, red. K. Tucholska, M. Wysocka-Pleczyk, Kraków 2014.

Misztal Wojciech, *Media jako sprzymierzeniec duchowości*, [w:]*Wartości w Mediach - z doliny na szczyty*, red. A. Baczyński, M. Drożdż, Tarnów 2012.

Misztal Wojciech, *Milczenie: pomoc czy przeszkoda dla społeczeństwa medialnego?*, „Studia Socialia Cracoviensia", 9/2, 2013.

Monroy Ponce Diego, *Informe Quinquenal. Pastoral Administrativo, de Obras y Finanzas. Insigne y Nacional Basílica de Guadalupe*, Mexico D. F. 2005

Morbitzer Janusz, *Edukacja wspierana komputerowo a humanistyczne wartości pedagogiki*, Kraków 2007.

Morgan David, *Mediation or mediatisation. The history of media in the study of religion*, "Culture and Religion", 12/2, 2011.

Mruk Henryk, *Refleksje o marketingu i Ewangeliach*, [w:] *Religia - Nauka - Kultura*, red. Z. Drozdowicz, S. Sztajer, Poznań 2011.

Mudyń Krzysztof, *Technoświadomość. O zmieniającym się poczuciu realności i własnej tożsamości u użytkowników cyberprzestrzeni* [w:] *Człowiek wobec zmiany. Rozważania psychologiczne*, red. D. Jasiecka-Kubacka, Kraków 2001.

Muszyński Heliodor, *Nauczyciel w świecie medialnym*, „Neodidagmata", 33-34, 2011–2012.

Nebel Richard, *Santa María Tonanztin Virgen de Guadalupe. Continuidad y transformación religiosa en México*, „Fondo de Cultura Económica", 1975.

Neriya-Ben ShaharRivka, Lev-OnAzi, *Gender, Religion, and New Media. Attitudes and Behaviors Related to the Internet Among Ultra-Orthodox Women Employed in Computerized Environments,* "International Journal of Communication", 5, 2 011.

New Catholic Encyclopedia, t. 11, red. T. Carson, J. Cerrito, Farmington Hills 2003.

Nickell Joe, *Adventures in Paranormal Investigation*, Lexington 2007.

Nielsen Jakob, Pernice Kara, *Eyetracking. Web Usability*, Berkeley 2010.

Niewiadomski Józef, *Extra media Nulla Salus? Attempt at a theological synthesis*, [w:] *Passions in Economy, Politics, and the Media. In Discussion with Christian Theology*, red. W. Palaver, P. Steinmair-Pösel, Wien 2005.

Niewińska, *Mass man?*, „Studia Socialia Cracoviensia", 9/2, 2013.

Niininen Outi, March Roger, Buhalis Dimitrios, *Consumer Centric Tourism Marketing* [w:] *Tourism Management Dynamics Trends, management and tools*, red. D. Buhalis, C. Costa, miasto 2006.

Noga Henryk, *Aksjologiczno-społeczne przejawy postmodernizmu w treściach medialnych i multimedialnych*, „Konspekt", 3/4, 2007.

Nowak Jan, *Aktywność obywateli online. Teorie a praktyka*, Lublin 2011.

Nowak Katarzyna S., *Uliczne gry w symbole, czyli sacrum na outdoorze*, „Przegląd Religioznawczy", 238/4, 2010,

Nowakowski Piotr T., *Fast food dla mózgu czyli telewizja i okolice*, Tychy 2002.

O'Gorman Edmund, *Destierro de sombras. Luz en el origen de la imagen y culto de Nuestra Señora de Guadalupe del Tepeyac*, México 2001.

Ogonowska Agnieszka, *Edukacja medialna: ziemia wciąż nieznana?…*, „Kultura –Społeczeństwo – Edukacja", 1, 2012.

Ong Walter J., *Oralność i piśmienność. Słowo poddane technologii*, tłum. J. Japola, Warszawa 2011.

Ong Walter J., *Wtórna oralność* [w:] *Nowe media w komunikacji społecznej w XX wieku. Antologia*, red. M. Hopfinger, Warszawa 2002.

Oniszczuk Zbigniew, *Mediatyzacja polityki i polityzacja mediów. Dwa wymiary wzajemnych relacji*, „Studia Medioznawcze", 47/4, 2011.

Ortiz Gaye, *The Catholic Church and its Attitude to film as an Arbiter of Cultural Meaning* [w:] *Mediating Religion: Studies in Media, Religion, and Culture*, red. J. P. Mitchell, S. Marriage, London – New York 2003.

Ortiz-Ramirez Eduardo A., *The Virgin of Guadalupe and Mexican Nationalism. Expressions of Criollo Patriotism in Colonial Images of the Virgin of Guadalupe*, Reno 2011.

Osęka Andrzej, *Czy już w po-chrześcijańskim czasie żyjemy?* [w:] *Sacrum i kultura. Chrześcijańskie korzenie przyszłości*, red. S. Sarek, Lublin 2000.

Ostwalt Conrad E., *Conclusion: Religion, Film, and Cultural Analysis* [w:] S*creening the sacred: Religion, Myth, and Ideology in Popular American Film*, red. J. W. Martin, C. E. Ostwalt, Michigan 1995.

Owsiak Jan, Sewerniak Janusz, Bartoszewicz Witold, Radkowska Bożena, *Badania i analiza ruchu pielgrzymkowo-turystycznego dla miasta Częstochowy*, Warszawa- Toruń 2006.

Pankiewicz Ryszard, *Sztuka rozmawiania z Bogiem. Modlitwa a teoria komunikacji*, Kraków 2009.

Pasek, Zbigniew, *O przydatności pojęcia duchowości w badaniach nad współczesną kulturą*, [w:] *Religijność i duchowość – dawne i nowe formy*, red. M. Libiszowska-Żółtkowska, S. Grotowska, Kraków 2010.

Pauley John L., King Amy, *Evangelical's Passion for the Passion of the Christ*, [w:] *Evangelical Christians and Popular Culture. Pop Goes the Gospel*,red. R. H. Woods, Praeger 2013.

Pawłowicz Jacek, *Rola tradycji w wychowaniu moralnym, kulturalnym i patriotycznym młodych pokoleń,* „Українська Полоністика", 8, 2011.

Parzyszek Czesław, *Odnowa współczesnego świata przez dzieło nowej ewangelizacji*, „Kultura – Media – Teologia", 16, 2014, s. 106-111.

Pereira Luís Lucas, Roque Licínio, *Fátima Postmortem*, „Online – Heidelberg Journal of Religions on the Internet", 5, 2014.

Petrażycki Leon, *Wstęp do nauki prawa i moralności*, Warszawa 1959.

Phake-Potter H. M. S., *Nuestra Señora de Guadalupe. La Pintura, la Leyenda y la Realidad. Una Investigación Arte-Histórica e Iconológica*, „Cuadernos de Arte e Iconografía", 24/12, 2003.

Piotrowski Jan, *Maryjne drogi. Ewangelizacji Ameryki Łacińskiej,* [w:] *Ecclesia in America. Wybrane problemy Kościoła w Ameryce Południowej w świetle posynodalnej adhortacji Jana Pawła II*, red. J. Różański, Warszawa 2003.

Plude Frances Forde, *Religion and Mediated Popular Culture: The Need for Dialogue,* [w:] *Communicatio Socialis. Challenge of Theology and Ministry in the Church,* red. H. Rolfes, A. Zukowski, Kassel 2007.

Podgórski Filip, *Dziennikarstwo obywatelskie: aktywność, która łączy*, „EBIB", 88/7, 2008.

Polanco Hernández Graciella, Orellana Méndez María del Rocío, *Creencias religiosas en el fenómeno migratorio mexicano*, [w:] *La migración en México y su impacto en la vida social de las personas*as, red. J.H. En Del Río Martínez, Mexico 2010.

Polańska Krystyna, *Biznesowy charakter mediów społecznościowych*, „Studia Informatica", 656/28, 2011.

Ponikło Tomasz, *Prywatne objawienia religijne i sieć. Analiza na przykładzie Vassuli Ryden*, „Studia Religiologica. Zeszyty Naukowe Uniwersytetu Jagiellońskiego", 46/2, 2013,

Poupard Paul, *Pomiędzy barbarzyństwem a nadzieją*, [w:] *Sacrum i kultura. Chrześcijańskie korzenie przyszłości*, red. S. Sarek, Lublin 2000.

Poźniak Agnieszka, *Za klasztornym murem... Wspólnoty zakonne i ich wizerunek w Internecie*, [w:] *Homo interneticus? Etnograficzne wędrówki w głąb sieci, 2010,* red. E. Jagiełło, P. Schmidt, Lublin 2010

Prusowski Wojciech, *Najbardziej charakterystyczne cechy polskiej religijności – analiza pastoralna*, „Warszawskie Studia Pastoralne", 7, 2008.

Puppel Stanisław, *A communication manifesto (evolving),* „Scripta Neophilologica Posnaniensia", 13, 2013.

Pyżalski Jacek, *Agresja elektroniczna i cyberbullying jako nowe ryzykowne zachowania młodzieży*, Kraków 2012.

Radomski Andrzej, *Kultura 2.0 a humanistyka*, „Episteme", 6, 2008.

Radomski Andrzej, I*nternet – Nauka – Historia*, Lublin 2010.

Radomski Andrzej, *O potrzebie wizualizacji wiedzy w naukach o kulturze*, „Roczniki Kulturoznawcze", V/1, 2014.

Raś Dariusz, *Inspiracje Inter mirifica. Wspólnota kościelna rozwija nauczanie odnośnie do mediów od czasów przedsoborowych*, [w:] *Inter mirifica. Dziedzictwo i perspektywy*, red. A. Baczyński, M. Drożdż, M. Legan, Kraków 2013.

Riley Ray, *The Internet in perspective*, „Space – Society – Economy", 6, 2002.

Ravasi Gianfranco, *Kościół i blog - wspaniałe narzędzie ewangelizacji*, [w:] *Internet i Kościół,* red. J. Kloch, *Internet i Kościół*, s. 231-233.

Rembowska Krystyna, *Technika a kultura, wypowiedź krytyczna*, „Space – Society – Economy", 6, 2002.

Romanowska Teresa, *Wybrane aspekty religijności w kulturze ludowej*, „Ełckie Studia Teologiczne", 5, 2004.

Rosenfeld Louis, Morville Peter, tłum. K. Masłowski, T. Jarzębowicz, *Architektura informacji w serwisach internetowych*, Gliwice 2003.

Różycka Magdalena, *Promocja jako istotny element kształtowania popytu na produkt turystyczny – myśl globalnie – działaj lokalnie: na przykładzie regionu Trentino (Włochy)*, „Wyższa Szkoła Turystyki i Ekologii w Suchej Beskidzkiej. Studia i Materiały", 2, 2012.

Różycki Paweł, *Kilka uwag o turystyce i pielgrzymowaniu*, „Folia Turistica", 27, 2012.

Rugeley Terry, *Of Wonders and Wise Men, Religion and Popular Cultures in Southeast Mexico 1800-1876*, Austin 2001.

Ruttan Vernon W., *Is War Necessary for Economic Growth? Military Procurement and Technology Development*, New York 2006.

Sagan Carl, *The Demon-Haunted Worl. Science as a Candle in the Dark,* New York 1995.

Scaffidi Abbate Costanza, Di Nuovo Santo, *Motivation and personality traits for choosing religious tourism. A research on the case of Medjugorje*, „Current Issues in Tourism", 16/5, 2013.

Secler Bartłomiej, *Dwie dekady katolickich środków społecznego przekazu w Polsce (1989-2009)* [w:] *Media dawne i współczesne,* t. 5, red. B. Kosmanowa, Poznań 2010.

Sennott Thomas, *Acheiropoeta: Not Made by Hands. Miraculous Image of Our Lady of Guadalupe and the Holy Shroud of Turin*, San Fracisco 1999.

Scharer Matthias, *Living Communication in a Digital Media Context. Meanings (Criteria) from the Perspective of Communicative Theology*, „Communication Research Trends", 32/3, 2013.

Shneiderman Ben, *Universal usability: Pushing Human–Computer Interaction Research to Empower Every Citizeny* [w:] *Media access. Social and Psychological Dimensions of New Technology Use*, red. Erik P. Bucy, John E. Newhage, Mahwah 2004.

Schwebel Lisa J., *Apparitions, Healings, and Weeping Madonnas: Christianity and the Paranormal*, Mahwah 2004.

Sitkowska Katarzyna, *Kościół wobec wyzwań nowych technologii*, „Kultura – Media – Teologia", 2/2, 2010.

Sitkowska Katarzyna, *Kulturowy wymiar ewolucji mediów*. „Kultura – Media – Teologia", 11/3, 2012.

Siuda Piotr, *Mechanizmy kultury prosumpcji, czyli fani i ich globalne zróżnicowanie*, „Studia Socjologiczne", 207/4, 2012.

Smith Terry J., *Senior Citizens and E-commerce Websites. The Role of Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, and Web Site Usabiliy*, „Informing Science. The International Journal of an Emerging Transdiscipline", 11, 2008.

Skolik Sebastian, *Od kontrkultury do konformizmu. Ewolucja relacji jednostka – internetowa wspólnota działań na przykładzie Wikipedii*, „Nierówności Społeczne a wzrost Gospodarczy", 22, 2013.

Sławiński Henryk, *Nowoczesna technologia a liturgia, historia i współczesne wyzwania*, „Studia Wrocławskie", 14, 2012.

Słotwińska Helena, *Ewangelizacyjna działalność parafii*, [w:] *Katecheza ewangelizacyjna*, red. P. Mąkosa, Lublin 2010.

Smoleń Jerzy, Kościół i media. Wybrana literatura przedmiotu 1963–2013, „Studia Socialia Cracoviensia", 9/2, 2013.

Spek Sander, Bierhoff Jan, *Media sources go solo. The Emerging Practice of Embedded Publishing*, Brussels 2009.

Spenser Daniela, *The Impossible Triangle. Mexico, Soviet Russia, and the United States in the 1920s*, Durham 1999.

Sprenger Florian, *A Theory of Media as a History of Electricity. How McLuhans thoughts about mediation are thwarted by their negation*, [w:] *McLuhan Galaxy Conference. Understanding Media, Today. Conference Proceedings,* red. M. Ciastellardi, C. Miranda de Almeida, C. A. Scolari, Barcelona 2011.

Sroka Józef, *Liturgiczny kult Bogurodzicy normą pobożności maryjnej*, „Anamnesis", 28/8, 2002.

Stachowska Ewa, *„Sprzedaż w służbie Boga", czyli ponowoczesna obecność religii*, „Przegląd Religioznawczy", 237/3, 2010.

Stark Rodney, *Secularization R.I.P*., „Sociology of Religion", 60/3, 1999.

Starowieyski Marek, *Pierwsi świadkowie. Wybór najstarszych pism chrześcijańskich*, Kraków 1988.

Stachowska Ewa, *Między tabloidyzacją religii a afiliacją religijną na Facebooku. Religia i media we współczesnym świecie. Cz. I – Prasa i telewizja*, „Przegląd Religioznawczy", 239/1, 2011.

Stachowska Ewa, *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. Libiszowska-Żółtkowska, G. Pickel, D. Pollack, Kraków 2012.

Stepaniuk Krzysztof, *Portal społecznościowy w kreowaniu potrzeb turystycznych*, „Zeszyty Naukowe Uniwersytetu Szczecińskiego", 698, 2012.

Strykowski Wacław, *Technologia kształcenia i pedagogika medialna jako nauki o mediach*, „Neodidagmata", 22, 1996.

Sulej Monika, *Promowanie wiary i wartości chrześcijańskich poprzez reklamę*, „Warszawskie Studia Pastoralne", 10, 2009.

Sułkowski Bogusław, „*Społeczne ramy kultury*" *czterdzieści lat później. Pięć modeli komunikacji kulturowej*, „Kultura i Społeczeństwo", 2-3, 2011.

Szahaj Andrzej, *Co to jest postmodernizm*, [w:] *Postmodernizm. Teksty polskich autorów*, red. M. A. Potocka, Kraków 2003

Szahaj Andrzej, *Zniewalająca moc kultury. Artykuły i szkice z filozofii kultury, poznania i polityki*, Toruń 2004.

Szlendak Tomasz, *Supermarketyzacja: Religia i obyczaje seksualne młodzieży w kulturze konsumpcyjnej*, Wrocław 2004.

Szpunar Magdalena, *Nowe-stare medium. Internet między tworzeniem nowych modeli komunikacyjnych a reprodukowaniem schematów komunikowania masowego,* Warszawa 2012.

Szpunar Magdalena, *Interfejs użytkownika jako sposób komunikacji z komputerem*, „Global Media Journal – Polish Edition", 3/1, 2007.

Szpunar Magdalena, *Wyszukiwarka Google jako współczesny gatekeeper*, „Studia Humanistyczne AGH", 12/2, 2013.

Szurek Marzena Maria, *O pozajęzykowych rodzajach wypowiedzi i sposobach ich istnienia*, [w:] *Sztuka i wypowiedź*, red. S. Sobolewski, B. Stano, „Annales Universitatis Paedagogicae Cracoviensis", 69, 2009.

Tadeusiewicz Ryszar, *Społeczność Internetu*, Warszawa 2002.

Taras Bożena, *Anonim w Internecie, czyli o komunikacji incognito*, [w:] *Dialog a nowe media*, red. M. Kita, J. Grzenia, Katowice 2004.

Tarasewicz-Gryt Oliwia, *Stare czy nowe? Retoryka nowych mediów*, [w:] *Nowe media a praktyki komunikacyjne*, red. K. Pokorna-Ignatowicz, S. Jędrzejewski, J. Bierówka, Kraków 2013.

Testa Alessandro, *Religion(s) in Videogames Historical and Anthropological Observations*, „Online – Heidelberg Journal of Religions on the Internet", 5, 2014.

Tornielli Andrea, Gaeta Saverio, *AD 2012. Czy nadchodzi koniec świata?*, tłum. A. Ferens-Kręciszewska, Kraków 2012.

Tönsmann José Aste, *El Secreto de Sus Ojos. Estudio digital de las imágenes reflejadas en los ojos de la Virgen de Guadalupe*, Peru 2004.

Trzeciak Dawid, *Marketing wirusowy*, [w:] *E-marketing w akcji, czyli jak skutecznie wzbudzać pożądanie klientów i zazdrość konkurencji*, red. K. Pankiewicz, Gliwice 2008.

Tylor Edward, *Primitive Culture. Researches Into the Development of Mythology, Philosophy, Religion, Art, and Custom* t. 1, London 1871.

Ulfik Agnieszka, Marszałek Jarosław, *Kształtowanie popytu na regionalnym rynku turystycznym w kontekście turystyki specjalistycznej*, „Uniwersytet Szczeciński Zeszyty Naukowe", 698/83, 2012.

Vaľková Anna, Mediálna výchova v kontexte predmetu Katolícke náboženstvo, „Kultura – Media – Teologia", 10/3, 2012.

Valdes Annmarie, *The Virgin of Guadalupe. Linking the past and present by exploring the role of religion in the cultural heritage of Mexican Consciousness*, „Forum on Public Policy Online", 2, 2008.

Van de Port Mattijs, *(Not) Made by the human hand: media consciousness and immediacy in the cultural production of the real*, „Social Anthropology", 19, 2011.

Van Dijk, Jan, *Społeczne aspekty nowych mediów. Analiza społeczeństwa sieci*, tłum. J. Konieczny, Warszawa 2010.

Vásquez Manuel A., Marquart Marie Friedman, *Globalizing the sacred. Religion across the Americas*, New Brunswick 2003.

de Vaujany Francois-Xavier, *Between eternity and actualization. The difficult co-evolution of fields of Communication in the Vatican*, „Communications of the Association for Information Systems",18, 2006.

Vecoli Fabrizio, *La religione ai tempi del web*, Edicione Laterza (ePub versione), 2013.

Walker Seth, *My[Sacred]Space: Discovering Sacred Space in Cyberspace*, „Journal of Religion and Popular Culture", 222, 2010.

Wallace Patricia, *Psychologia internetu*, tłum. T. Hornowski, Poznań 2001.

Walotek-Ściańska, Katarzyna, Szyszka Michał, *Obecność instytucji kultury w mediach społecznościowych*, [w:] *Homo Irreticus. W sieci serwisów społecznościowych, reklamy marketingu społecznego*, red. K. Walotek-Ściańska, M. Szyszka, Sosnowiec 2014.

Warburg Margit, *Religious groups and globalization. A comparative perspective*, [w:] *Challenging Religion. Essays in honour of Eileen Barker*, red. J. A. Beckford, J. T. Richardson, London 2003.

Werner Andrzej, *Przemiany mediów i zagrożenie kultury*, [w:] *Nowe media w komunikacji społecznej w XX wieku. Antologia*, red. M. Hopfinger, Warszawa 2002.

Williams James G., *Girardians. The Colloquium on Violence and Religion, 1990-2010*, Berlin 2012.

Woźniak Małgorzata, *Reklama dźwignią wiary*, „Kulisy", 35, 2003.

Würtz Elizabeth, *Intercultural Communication on Web sites. A Cross-Cultural Analysis of Web sites from High-Context Cultures and Low-Context Cultures*, „Journal of Computer-Mediated Communication", 11/1, 2006.

Wyrwas Katarzyna, *Kilka uwag o dyskusji na forum internetowym* , [w:] *Dialog a nowe media*, red. M. Kita, J. Grzenia, Katowice 2004.

Zawadzki Andrzej, *Acheiropoietes – mimesis doskonała?*, „Przestrzenie teorii", 21, 2014.

Young Glenn, *Reading and Praying Online. The continuity in religion online and online religion in Internet Christianity*, [w:] *Religion online. Finding Faith on the Internet*, red. L. Dawson, D. E. Cowan, New York 2004.

Zając Marian, *Ewangelizacja budzeniem zaufania do Słowa Bożego*, [w:] *Katecheza ewangelizacyjna*, red. P. Mąkosa, Lublin 2010.

Zanussi Krzysztof, *Koniec czasów Gutenberga,* [w:] *Kościół a środki społecznego przekazu,* red. J. Chrapek, Warszawa 1990.

Zaremba Sławomir H., *Współczesny katolicyzm polski. Ile tradycji, ile zmiany?,* „Przegląd Religioznawczy", 237/3, 2010.

Zarosa Ewelina, *Preparatio Ewangelica. Preewangelizacja poprzez sztukę – na przykładzie kontemplacji obrazu Vermeera Dziewczyna z wagą*, [w:] *Katecheza ewangelizacyjna*. *Poszukiwanie koncepcji*, red. P. Mąkosa, Lublin 2010.

Zavaleta Antonio, *Folk Religion*, [w:] *Encyclopedia of Latino Culture: From Calaveras to Quinceañeras*, red. C. M. Tatum, Sanarbara – Denver – Oxford, 2013.

Zdrodowska Magdalena, *Niecne memy. Dwanaście wykładów o kulturze Internetu Magdaleny Kamińskiej*, „Przegląd Kulturoznawczy", 9/1, 2011.

Zięba Anna, *Język a kultura. Komunikacja werbalna w wybranych polskich, brytyjskich i amerykańskich programach telewizyjnych*, „Investigationes Linguisticae", XVI, 2008.

Zimniak-Hałajko Marta, *Raj oswojony. Antropologia nowych ruchów religijnych*, Warszawa 2003.

Zimnica-Kuzioła Emilia, *Nadzwyczajne i zwyczajne źródła przeświadczeń i zachowań religijnych ludzi wierzących*, „Poznańskie studia Teologiczne", 24, 2010.

Zires Margarita, *Los mitos de la Virgen de Guadalupe. Su proceso de construccion y reinterpretacion en el Mexico pasado y contemporaneo*, „Estudios Mexicanos", 10/2, 1994.

Zunzunegui Juan Miguel, *El mito Guadalupano. Símbolo de Eterna Conquista*, México D. F. 2010.

Żydek-Bednarczuk Urszula, *Tekst w Internecie i jego wyznaczniki*, [w:] *Dialog a nowe media*, red. M. Kita, J. Grzenia, Katowice 2004.

Wybrana netografia

Bellar Wendi, Campbell Heidi A,. Cho Kyong James, Terry Andrea, Tsuria Ruth, Yadlin-Segal Aya, Ziemer Jordan, *Reading Religion in Internet Memes*, „Journal of Religion, Media & Digital Culture", 2/2, 2013, http://jrmdc.com/wp-content/uploads/2013/12/Studying-Religious-Internet-Memes.pdf.

Borkowski Tadeusz, *Człowiek epoki mediów; szanse i zagrożenia*, Materiał ze spotkania Dyrektorów Wydziałów Katechetycznych *Media a katecheza*, Przemyśl 2004, http://www.katecheza.episkopat.pl/index.php/menu/wydzialy-katechetyczne/63-materialy-ze-spotkan-dyrektorow-wydzialow-katechetycznych.

Boroń Piotr, *Edukacja przez media, do mediów, ku mediom ...*, http://www.ktime.up.krakow.pl/symp2013/referaty_2013_10/boron.pdf.

Campbell Heidi A., Teusner Paul E., *Religious Authority in the Age of the Internet*, 2011, http://www.baylor.edu/content/services/document.php/130947.pdf.

Cheong Pauline Hope, Halavis A. Kwon, K., *The chronicles of me. Understanding blogging as a religious practice*. „Journal of Media and Religion", 61, 2011, http://www.paulinehopecheong.com/media/Cheong$20Halavis $20$26$20Kwon$20-$20The$20chronicles$20of$20me.pdf.

Chetty Denzil, *Some Preliminary Comments on the Formation of Online Religious Identities. A Case Study of the Internet-Hindu in India's Cyberspace*, „Journal of Religion & Society", 16, 2014, https://dspace.creighton.edu/xmlui/bitstream/handle/10504/64537/2014-38.pdf?sequence=1.

Cho Kiong, *New Media and Religion. Observations on Research*, „Communication Research Trends", 30/1, 2011, http://www.thefreelibrary.com/New+media+and+religion%3A+observations+on+research.-a0252449215.

Chorąży Paweł, *Negatywny wpływ gier komputerowych na rozwój dzieci i młodzieży*, http://www.szkolypto.pl/pdf/Wplyw_gier_komputerowych.pdf.

Czarnecki, Sławomir, *Internet i kultura. Co powinni zrobić starsi, żeby zrozumieć młodszych*, „Kultura Enter", 56, 2013, http://kulturaenter.pl/internet-i-kultura/.

Czerski, Piotr, *Manifest dzieci sieci*, http://pokazywarka.pl/pm1pgl/.

Dawson, Lorne D., *Cyberspace and Religious Life. Conceptualizing the Concerns and Consequences*, referat wygłoszony na konferencji *The Spiritual Supermarket: Religious Pluralism in the 21st Century* w Londynie w 2001 r., http://www.cesnur.org, 2001/london2001/dawson.htm.

Drzewiecki, *Wiara ze słuchania. Magisterium z teologii radia*, http://presscafe.eu/archives/505.

Final News Release *The Church's presence on the internet: to weave and educate in relationships in the digital age*, Athens, Greece, 3-5 November 2014, http://www.ccee.eu/pls/ccee/V3_S2EW_CONSULTAZIONE.mostra_pagina?id_pagina=4286&rifi=guest&rifp=guest.

Fritz, Joanne, *8 Tips for Print Materials That Appeal to Mature Donors, It's All About Readability*, http://nonprofit.about.com/od/nonprofitpromotion/tp/maturereaders.htm.

Hepp Andreas, Krönert Veronika, *Media Cultures and Religious Change: 'Mediatization' as 'Branding Religion'*, Referat wygłoszony na konferencji „Religion, Media Process and the Transformation of the Public Sphere: A Day Symposium", Londyn 2008, http://www.imki.uni-bremen.de/fileadmin /mediapool/medienkultur/IMKI/Paper-Religion-3.pdf.

Hill-Smith Connie, *Cyberpilgrimage. A Study of Authenticity, Presence and Meaning in Online Pilgrimage Experiences*, „Journal of Religion and Popular Culture", 21/2, 2009, http://www.questia.com/read/1G1-213033192/cyberpilgrimage-a-study-of-authenticity-presence.

Hjarvard Stig, *The Mediatization of Religion. A Theory of the Media as an Agent of Religious Change*, tekstreferatuwygłoszonegona 5. Międzynarodowej Konferencji na temat Mediów, Religiii Kultury: „*Mediating Religion in the Context of Multicultural Tension*", Uppsala 2006, http://www.oikosnet-europe.eu/oldintranet/Archives/Meetings/Annual_Conference s/Sigtuna_2006/Download/The%20mediatization%20of%20religion.pdf.

Hoover Steward M., Clark Lynn Schofield, Lee Rainie, *Faith Online*, [w:] Pew Internet & American Life Project, http://www.pewinternet.org, 2004/04/07/64-of-online-americans-have-used-the-internet-for-religious-or-spiritual-purposes/.

Hoover Steward M., *Media and Religion*, Boulder 2008,

Illades Lilián, Petlacalco Moreno María Teresa, *Conciencia novohispana y religiosidad. Sobre los orígenes del conflicto de laidentidad mexicana. Historia de México colonial, siglos XVI-XVIII*, https://www.academia.edu/3641118/Destierro_De_Sombras.

Inversini Alessandro, Cantoni Lorenzo, de Ascanis Silvia, Stefania Miriam, *New Media in Religious Communication: Supporting WYD Madrid 2011*, „e-Review of Tourism Research", 10/3, 2012, http://www.cabdirect.org.sci-hub.org/abstracts/20133261156.html?freeview=true#.

Jaśkowska Bożena, *O kulturze konwergencji słów kilka*, „EBIB", 1, 2008, http://www.ebib.pl, 2008/92/a.php?jaskowska

Jenkins, Henry, *Convergence? I Diverge*, "MIT Technology Review", 2001, http://www.technologyreview. com/article/401042/convergence-i-diverge/.

Kloch Józef, *Sacrum i profanum w Internecie*, http://www.opoka.org.pl/varia/internet/ klochsacrum.html#.

Kołowiecki Wiktor, *Memy internetowe, jako nowy język Internetu,* „Kultura i Historia", 21/2012, http://www.kulturaihistoria.umcs.lublin.pl/archives/3637.

Korczyński Tomasz M., Społeczności wirtualne, http://www.naszdziennik.pl/wp/73640,spol ecznosci-wirtualne.html.

Kowalczyk Dariusz, *Kilka refleksji jubileuszowych* http://mateusz.pl/mt/10lat/dk-krj.htm .

Larsen, Elena, *CyberFaith. How Americans Pursue Religion Online*, [w:] Pew Internet &American Life Project, http://www.pewinternet.org, 2001/12, 23/cyberfaith-how-americans-pursue-religion-online/.

Lepa, Adam, *Prawda i zakłamanie w mass mediach*, http://www.archidiecezja.lodz.pl /czytelni/lepa/ prawda.html.

Lombardi Federico, *Przełom pontyfikatów - wyzwanie i szanse dla komunikacji Watykanu*, [w:] *Inter mirifica. Dziedzictwo i perspektywy*, red. A. Baczyński, M. Drożdż, M. Legan, Kraków 2013.

Lövheim Mia, G. Lynch, *The mediatisation of religion debate. An introduction*, „Culture and Religion", 12/2, 2011, http://www.imki.uni-bremen.de/fileadmin /mediapool/medienkultur /IMKI/Paper-Religion-3.pdf.

MacMillen Sarah, *The Virtual Pilgrimage. The Disappearing Body from Place to Space*, „Journal of Religion & Society", 13, 2011, https://dspace.creighton.edu/xmlui/bitstream/handle/10504/64281/2011-3.pdf?sequence=1.

McDonnell Jim, *Catholic Approaches to the Internet*, „Communication Research Trends", 31/2, 2012,http://www.questia.com/read/1G1-285994484/catholic-approaches-to-the-internet.

Murley Bryan, *The Mediahood of All Receivers: New Media, New 'Church' and New Challenges,* tekst referatu wygłoszonego na konferencji *"*After Evangelicalism", Michigan 2005, http://www.academia.edu/176994/The_ Mediahood_of_All_Receivers_New_Medi a_New_Church_and_New_Challenges.

O'Reilly Tom, *What Is Web 2.0. Design Patterns and Business Models for the Next Generation of Software*, http://mediaedu.typepad.com/info_society/files/web2.pdf .

Powell, *Faith in pop culture. Religious Representation on Television,* s. 26, http://sociology.ku.edu/sites/sociology.drupal.ku.edu/files/docs/Powell-FaithinPop Culturefall11grad.pdf.

Przechlewski Tomasz, *Model akceptacji technologii (TAM)*, http://pinkaccordions.homelinux.org/staff/tp/Pubs/tam_intro/TAM_intro.htm .

Radziszewska Iwona, *Na wieki wieków, enter*, „Polityka", 2841/2, 2012, http://archiwum.polityka.pl/art/na-wieki-wiekow-enter,388111.html.

Raś Dariusz, *Papieski e-mail*, http://www.opoka.org.pl/biblioteka/Z/ZW/ecclesia_oceania_ email.html .

Raś Dariusz, *Wychowanie katechizowanych do odbioru mediów*, Materiał ze spotkania Dyrektorów Wydziałów Katechetycznych *Media a katecheza*, Przemyśl 2004, http://www.edukacjamedialna.pl/e107_plugins/content/content.php?content.98.

Ratzinger Joseph, *Droga Krzyżowa w Koloseum w Wielki Piątek 2005. Rozważania przygotowane przez kard. Josepha Ratzingera, dziekana Kolegium Kardynalskiego,* http://www.opoka .org.pl/biblioteka/W/WR/inne/ratzinger_drogakrzyzowa-or_25032005.html#.

Rodriguez Jeanette, *The Gift of Guadalupe*, „US Catholic", 64/12, 1999, http://www.questia.com/read/1G1-57873952/the-gift-of-guadalupe.

Saint Padre Pio Catholic Bloggers Network http://www.catholicbloggersnetwork.com/

Scharer, Matthias, *Living Communication in a Digital Media Context. Meanings (Criteria) from the Perspective of Communicative Theology*, „Communication Research Trends", 32/3, 2013, http://www.questia.com/article/1G1-344496895/living-communication-in-a-digital-media-context-meanings.

Schroeder Ralph, Heather, Noel, Lee, Raymond M., *The Sacred and the Virtual: Religion in Multi-User Virtual Reality*, „Journal of Computer-Mediated Communication", 4/2, 1998, http://onlinelibrary.wiley.com/enhanced/doi/10.1111/ j.1083-6101.1998.tb00092.x/.

Singh Nitish, Baack Daniel W., *Web Site Adaptation: A Cross-Cultural Comparison of U.S. and Mexican Web Sites*, „Journal of Computer-Mediated Communication", 9/4, 2004, http://onlinelibrary.wiley.com/doi/10.1111/j.1083-6101.2004.tb00298.x/full.

Soukup, Paul A., *Challenges for Evangelization in the Digital Age,* referat wygłoszony na konferencji *Continental Congress on Church and digital culture*, Monterrey, 2003, http://www2.clerus.org/pls/clerus/rn_clerus.r_select_abstract? id=16393&dicastero =8&tema=43&argomento=0&sottoargomento=0&classe=1&lingua=2 .

Soukup, *IV. Relation of Different Media to Religion: (3) Digital Media*,"Communication Research Trends", 21/ 2, 2002, http://www.questia.com/read/1G1-130933256/iv-relation-of-different-media-to-religion-3-digital.

Sułek Magdalena, *Tożsamość człowieka wobec nowych wyzwań cywilizacyjnych*, http://www.socjologia.ath.bielsko.pl/prace/konferencje/m_sulek.pdf.

Talone Patricia, *A Heart for Those in Misery*, http://www.chausa.org/docs/default-source/health-progress/a-heart-for-those-in-misery.pdf?sfvrsn=4.

Teusner Paul Emerson, *New Thoughts on the Status of the Religious Cyborg*, „Journal of Technology, Theology, and Religion", 2/1, 2010, http://techandreligion.com/Resources/Teusner%20JTTR.pdf.

Thombre Avinash Kawakami, Holly Siebert, *The Evolving Genre of 'Our Lady of Guadalupe': A Feminist Analysis*, http://www.ualr.edu/axthombre/pdffiles.htm/OurLady-TSCJ-revised.pdf.

VanBoskirk Shar, *US Interactive Marketing Forecast, 2011 To 2016*, „Interactive Marketing Professionals", 2011, http://www.siliconcloud.com/Portals/55887/docs/Interactive% 20Marketing%20Forecast%202011%20to%202016.pdf

Van Zoonen Liesbet, *Four approaches to the study of media and religion*, http://www.kent.ac.uk/religionmethods/documents/FOUR%20APPROACHES%20TO%20THE%20 STUDY%20OF%20MEDIA%20AND%20RELIGION.pdf

Zukowski Angela Ann, *New Times Call for New Methods*, „Momentum", 39/4, 2008, https://www.questia.com/magazine/1P3-1616238771/new-times-call-for-new-methods .

The Church's presence on the internet: to weave and educate in relationships in the digital age (Tekst końcowego wystąpienia na spotkaniu biskupów odpowiedzialnych za komunikację społeczną na Konferencji Biskupów Europy, Grecja, Ateny, 3-5.11.2014) http://www.ccee.eu/pls/ccee/V3_S2EW_CONSULTAZIONE. mostra_pagina?id_pagina=4286 &rifi=guest&rifp=guest.

"Cyber Virgen", la Guadalupana en la era de internet, http://noticias.univision.com/article/ 1768153, 2013-12-11/mexico/noticias/cyber-virgen-la-guadalupana-en-la-era-de-internet.

Our Lady of Guadalupe: Historical Sources, „L'Osservatore Romano", Weekly Edition in English, 2002, http://www.ewtn.com/library/mary/ladyguad.htm.

http://cmrc.colorado.edu/cmrc/images/stories/Center/Publications/whitepaperfinalversion.pdf.

http://old.radiopolska.pl/portal/article.php?story=Z_ziemi_wloskiej_do_Polski.

http://natemat.pl/43319,ewangelizacja-viralem-kosciol-katolicki-w-internecie-odnajduje-sie-coraz-lepiej.

http://pewinternet.org/Reports, 2004/Faith-Online.aspx.

http://www.pewhispanic.org, 2013/06/19/hispanics-of-mexican-origin-in-the-united-states-2011/.

http://kosciol.wiara.pl/doc/1817162.Twitter-Nastaw-sobie-budzik.

http://ekai.pl/wydarzenia/polska/x85121/przed-sdm-darmowa-aplikacja-tweetujac-z-bogiem/.

http://www.dziennik.com/publicystyka/artykul/z-pielgrzymka-do-krola.

http://fakty.interia.pl/ galerie/religia/ostatnia-droga-krzyzowa-jana-pawla-ii-zdjecie,iId,1007692,iAId,71746#1007683.

http://ranking.pl/pl/rankings/search-engines-domains.html.

http://www.catholicculture.org/culture/library/view.cfm?recnum=4086.

http://godspeaks.com/boards/dont-afraid-god/.
http://www.cortiledeigentili.com/home/home.asp.
http://www.prolades.com/cra/regions/nam/mexico/panorama_religiones_mexico_2010.pdf.
http://gosc.pl/doc/1938317.Papiez-Franciszek-sie-spowiadal.

Spis ilustracji, wykresów i tabel

Interpretacja pojęcia „nowe media" w graficznym ujęciu. *44*
Tradycyjna a nowa koncepcja roli mediów w procesie produkcji mediów *50*
Rola nadawcy i odbiorcy w mediach tradycyjnych i internecie..... *51*
Kadr z wnętrza świątyni zbudowanej w ramach projektu wirtualnego Kościoła Churf of Fools *86*
Uroczystość zawarcia małżeństwa w wirtualnym świecie, kadry z aplikacji *92*
Pośrednictwo kapłana w relacji Bóg – człowiek w kościele wyznania katolickiego i protestanckiego..... *137*
Charakterystyka użytkowników sieci według podejmowanej aktywności *161*
Zrzut ekranu fragmentu strony głównej witryny Catholic-Saints..... *169*
Marketing tradycyjny versus marketing wirusowy *176*
Od lewej: Kadr z reklamowego spotu przygotowanego w Wyższym Seminarium Duchownym w Pelplinie; kalendarz zawierający zdjęcia scen z życia zakonnic z podkrakowskich zgromadzeń, bilboardy jezuickieŹródło: *177*
Wizerunek Matki Bożej z Guadalupe jako motyw zdobiący przedmioty codziennego użytku *183*
Przykładowe memy o tematyce katolickiej *187*
Madonna del Soccorso, pędzla Melanzio Francesco (1509r.), Madonna Giovanni'ego pędzla Mansueti (obraz datowany z przed 1527r.), Madonna z Guadalupe (1531r.). *218*
Różnice kulturowe w wybranych trzech krajach: Meksyku, Polsce i Stanach Zjednoczonych..... *225*
Częstość występowania elementów kulturowych na stronach internetowych firm amerykańskich i meksykańskich działających na terenie swoich krajów..... *228*
Prace autorstwa:1. Ester Hernández, 2. 3. 4. Yolandy López, 5. 6. Almy López, 7. Alexa Donisa. *241*
Przykłady obrazów, które zostały uznane za cudowne objawienie się wizerunku Maryi *248*
Przykłady obrazów prezentujących istotę zjawiska pareidolii..... *250*
Fotografie ilustrujące artykuł „Objawienie maryjne w West New York w stanie New Jersey" *251*
Popularność przykładowych profili na Facebooku związanych z kultem Matki Bożej z Guadalupe..... *253*
Historia częstotliwości archiwizacji witryny meksykańskiego sanktuarium *263*
Różnorodność profilów osobowościowych użytkowników witryn internetowych..... *265*
Strona główna witryny internetowej sanktuarium Matki Bożej w Guadalupe *268*
Wyniki wyszukiwania hasła Virgen de Guadalupe i Lady of Guadalupe w przedziale czasowym styczeń 2004 – grudzień 2014..... *270*
Zrzut ekranu oferty pielgrzymkowej na stronie Katolickiego Biura Podróży pielgrzymek.pl *276*
Przykładowe slajdy ujęte w prezentacji o Matce Bożej z Guadalupe *278*