



w sieci



**ŚLĄSKIE PRACE**  
**ETNOGRAFICZNE TOM V**  
**ETNOLOGIA W SIECI**

REDAKCJA NAUKOWA  
KRYSTYNA PIERONKIEWICZ-PIECZKO

Katowice 2022

Dr hab. Piotr Siuda, prof. UKW  
Instytut Komunikacji Społecznej i Mediów  
Uniwersytet Kazimierza Wielkiego  
w Bydgoszczy  
ORCID: 0000-0002-1644-5915

---

## **Sacrum w sieci – definicje, podejścia, sposoby badań oraz typologie<sup>1</sup>**

## Sacrum on the web – definitions, approaches, research methods and typologies

**Summary:** Nowadays, it is difficult to clearly separate the online from the offline, as both overlap in many spheres of human activity. The same applies to religion, because online and offline religious spaces are mixed together, with boundaries between the two becoming more and more blurred. The presented essay defines the so-called digital religion and highlights its theoretical approaches. This is used as a background to develop new typologies of what is religious on the Internet and create a coherent conceptual framework allowing for the digital religion to be mapped. Additionally, the essay proposes four levels of digital religion. Theoretical distinctions are illustrated with specific case studies from several areas. Cases described include: 1) religious influencers, 2) online rituals and 3) parodies of religion on the web

**Keywords:** religion on the Internet, digital religion, religious influencers, online rituals, religious parodies from the web.

**Słowa kluczowe:** religia w Internecie, digital religion, religijni influencerzy, rytuały online, parodie religii w sieci.

38

### Wstęp

Współcześnie badacze Internetu są zgodni co do tego, że trudno jest rozgraniczyć przestrzenie *online* i *offline*. Najbardziej wiarygodne podejście do Internetu każe zakładać, że nie można sztucznie rozdzielać od siebie przestrzeni realnych od internetowych. Można powiedzieć, że obydwie się „przenikają” i wzajemnie kształtują. Dlatego właśnie przestrzeń *offline* znajduje swoje odbicie w przestrzeni *online*, a każda aktywność ludzi w Internecie związana jest z ich codziennością i życiem poza siecią. Można stwierdzić, że granice dostrzegalne w świecie realnym zostały odzwierciedlone w Internecie<sup>2</sup>.

Znajdują w nim także odzwierciedlenie aktywności i tożsamości religijne. W przypadku religii doskonale widać, jak świat realny „przenosi się” do Internetu, a realne granice „odciśnięte” zostają w cyberprzestrzeni. Omawiane przeniesienie to koncepcja mieszcząca się w głównym nurcie rozważań z obszaru *digital religion*, w przypadku którego podkreśla się, że sfery religijne *online* i *offline* mieszają się i rozmywają, powstaje rodzaj przestrzeni hybrydowych.

---

<sup>1</sup> Esej zawiera fragmenty innych publikacji autora: P. Siuda, *Religia a internet: o przenoszeniu religijnych granic do cyberprzestrzeni*, Warszawa 2010; tenże, *Mapping Digital Religion: Exploring the Need for New Typologies*, „Religions” 2021, nr 12.

<sup>2</sup> Tenże, *Sieć objawień. O pewnym wymiarze e-folkloru religijnego*, „Kultura Popularna” 2012, nr 3, s. 96–109.

Moim celem nie jest jednak rozwikłanie zawiłych wzajemnych oddziaływań między tym co religijne a Internetem. Skupiam się jedynie na mapowaniu i kategoryzowaniu tego, co jest w sieci religijne. Odwołując się do zaproponowanych przez Heidi Campbell<sup>3</sup> fal badań *digital religion*, mogę stwierdzić, że moje rozważania mieszczą się w fali drugiej, gdzie badacze proponują konkretne typologie oraz identyfikują trendy związane z religijnymi praktykami *online*. W pierwszej fali, opisowej, uczeni starali się udokumentować to, co się w Internecie dzieje pod względem religijnym, pokazywali praktyki religijne w sieci. Fala trzecia, teoretyczna, skoncentrowana była na identyfikacji metod badań i ram teoretycznych mających pomóc w analizie tego, jak społeczności religijne *offline* wykorzystują nowe media. Fala czwarta (dzisiaj najmocniejsza) skupia się na tym, w jaki sposób aktorzy społeczni negocjują swoje religijne życia *online* i *offline* oraz jak wpływa to na szersze rozumienie *sacrum* we współczesnym społeczeństwie.

Z perspektywy prezentowanych rozważań znaczenie ma nie tylko druga fala, ale również trzecia, czyli poszukiwanie teoretycznych ram. Wskazać ich można kilka:

- Koncepcja mediatyzacji religii (*mediatization of religion*) podkreśla, że media są kluczowe, jeśli chodzi o kształtowanie religijnych doświadczeń i są podstawowym źródłem informacji o religii – medialne instytucje dominują i wyznaczają porządek społeczny, w tym religijny<sup>4</sup>.
- Mediacja znaczenia (*mediation of meaning*)<sup>5</sup> zakłada, że media to rezerwuar, z którego ludzie czerpią, aby wyjaśniać albo asymilować religijne znaczenia lub przekonania. Ludzie są aktywni w szukaniu sensów tego, co religijne, i łączą własne doświadczenia z przekazem medialnym. Internet jako medium ma do spełnienia ważną rolę w negocjowaniu znaczeń religijnych.
- Koncepcja trzecich przestrzeni religii cyfrowej (*third spaces of digital religion*) zakłada, że Internet jest miejscem negocjowania religijnych znaczeń, ale znacznie te rozważania rozszerza. W sieci mamy do czynienia z hybrydowymi przestrzeniami (mogą to być *social media*, fora, czaty, gry *online* itd.), gdzie ludzie „ustalają”, co dla nich znaczy religia. Łączą się tutaj tradycyjne struktury władzy społecznej z religijnymi tożsamościami, doświadczeniami ludzi oraz medialnymi reprezentacjami, co prowadzi do internetowego redefiniowania religii (*online reimagining of religion*)<sup>6</sup>.

Z perspektywy celu tego eseju, jakim jest mapowanie cyfrowej religii, „opowiedzenie się” za którąś z tych teorii nie jest aż tak ważne. Mimo to warto wspomnieć, że mogą one mieć znaczenie, jeśli uznać, że przeniesienie religii do Internetu oznacza także odwzorowanie różnych religijnych tendencji współczesnego społeczeństwa. Chodzi przede wszystkim o coraz powszechniejszą dzisiaj religijną indywidualizację oraz

<sup>3</sup> H.A. Campbell, *Surveying Theoretical Approaches within Digital Religion Studies*, „New Media & Society” 2017, nr 1, s. 15–24.

<sup>4</sup> S. Hjarvard, *From Mediation to Mediatization: The Institutionalization of New Media*, [w:] *Mediatized Worlds: Culture and Society in a Media Age*, red. A. Hepp, F. Krotz, London 2014.

<sup>5</sup> S.M. Hoover, *Religion in the Media Age*, London–New York 2006.

<sup>6</sup> Tamże.

prywatyzację religii czy jej utowarowienie<sup>7</sup>. Religia staje się towarem na *rynku dóbr duchowych*, a wyznawcy wybierają ją niczym konsumenci. Można powiedzieć, że religia staje się selektywna, a Internet jest idealny dla tych, którzy chcą być *religijni po swojemu*.

Dodatkowo sieć wzmacnia (albo znacznie przekształca) tak bardzo dzisiaj znamieny w przypadku społeczeństw zachodnich upadek religijnych autorytetów. Część badaczy wskazuje na coraz bardziej widoczny zanik i erozję autorytetu wielkich oficjalnych religii oraz związanych z nimi instytucji kościelnych. Z drugiej strony są i tacy, którzy podkreślają, że ma miejsce proces odwrotny<sup>8</sup>.

Jeśli przeniesienie granic religijnych do Internetu rozpatrywać przez pryzmat prywatyzacji religii czy erozji/wzmocnienia autorytetów, trzy wcześniej wskazane teorie mogą być niezwykle pomocne. Dodatkowo uznać można, że do Internetu religia przenosi się także w kontekście kształtowania się społeczeństwa sieciowego. Coraz więcej ludzkich aktywności organizowanych jest w oparciu o oddzielone od terytorium sieci kontaktów międzyludzkich, zdecentralizowanych i elastycznych, przy dużym udziale czynnika technologicznego, między innymi Internetu<sup>9</sup>. Na poziomie religijnym społeczeństwo sieciowe oznacza nie tylko spłaszczenie tradycyjnych hierarchii religijnych<sup>10</sup>, ale też natychmiastową komunikację oraz powstanie różnych religijnych społeczności wirtualnych.

## Wymiary religii w Internecie

40

W związku z przenoszeniem się do Internetu religii należy podjąć próbę mapowania i klasyfikowania internetowych miejsc religijnych. Jest to szczególnie ważne, jeśli chodzi o akademickie rozważania, stworzyć może bowiem ramę dla empirycznego badania konkretnych religijnych aktywności *online*.

Wyróżniam cztery wymiary religijnych przestrzeni internetowych i nazywam je: 1) religią sieciową, 2) religią w sieci (sugerując się klasycznym pomysłem Christopha Hellanda), 3) religią tradycyjną i 4) religią innowacyjną. Dwie pierwsze kategorie wyodrębniam na podstawie tego, czym się ludzie w Internecie zajmują i w jaki sposób coś robią. Dwa następne wymiary określają natomiast, do jakiego wyznania zaliczyć możemy konkretne internetowe miejsca, jeśli odnoszą się one do istniejących długo, wielkich, „oficjalnych” religii (chrześcijaństwo, islam, buddyzm, hinduizm, judaizm itd.), wówczas mamy do czynienia z religią tradycyjną. Jeśli natomiast konkretne miejsce związane jest z nowymi ruchami, samozwańczymi prorokami lub guru, sektami, zjawiskami quasi-religijnymi lub parareligijnymi, mówimy o religii innowacyjnej.

<sup>7</sup> B. Rähme, *Digital Religion, the Supermarket and the Commons*, „Societes” 2018, nr 139, s. 73–86.

<sup>8</sup> T. Hutchings, *Contemporary Religious Community and the Online Church*, „Information, Communication & Society” 2011, nr 8, s. 1118–1135.

<sup>9</sup> M. Castells, *The Rise of the Network Society*, Oxford 2000.

<sup>10</sup> H.A. Campbell, G. Evolvi, *Contextualizing Current Digital Religion Research on Emerging Technologies*, „Human Behavior and Emerging Technologies” 2020, nr 1, s. 5–17.

Podział na cztery wymiary pokazuje, że do sieci przenoszą się granice świata *offline*. W przypadku religii tradycyjnej i innowacyjnej odbija się podział na wielkie religie i nowe ruchy – obydwie zjawiska „przesuwają się” do sieci, bo na przykład staje się ona dla nich doskonałą pomocą w popularyzowaniu wiary czy rekrutowaniu wyznawców. Jeśli chodzi o religię sieciową i w sieci, sprawa wygląda nieco inaczej. Te dwa wymiary to rozwinięcie klasycznego już podziału zaproponowanego przez Hellanda<sup>11</sup>. Dokonując analizy religijnych przestrzeni internetowych, zauważył on, że można je podzielić na te, które oferują dużą autonomię co do poczynań internautów, cechują się dużym stopniem interakcji pomiędzy nimi. Z drugiej strony wyróżnić można te dostarczające tylko informacji. To jest właśnie istota podziału na religię w sieci i religię sieciową. Religia w sieci to jedynie informacje, a brak interaktywności i partycypacji. Religia sieciowa to interaktywność, partycypacja, członkostwo, czyli jednym słowem aktywność. Helland wskazane dwa wymiary mocno powiązał z kwestiami instytucjonalizacji religii. Religia w sieci to przede wszystkim instytucje kościelne związane z tradycyjnymi hierarchiami i kościołami. Religia sieciowa to głównie nieformalna wspólnota internetowa czy zespół mniej lub bardziej licznych społeczności, nieformalnych grup czy poszczególnych religijnych „amatorów” skupiających wokół siebie społeczność. To tutaj mamy do czynienia z komunikacją i partycypacją. Patrząc na te dwa wymiary z perspektywy przeniesienia się religijnych granic, można powiedzieć, że z jednej strony mamy do czynienia z instytucją, z drugiej ze wspólnotą.

Koncept Hellanda rozwijam dwojako. Oryginalnie badacz zakładał, że dane sieciowe miejsce może być albo informacyjne, albo partycypacyjne. Pod wpływem rosnącej krytyki zweryfikował swoje stanowisko i uznał, że w danym miejscu można znaleźć zarówno partycypację, jak i informację. Wydaje się jednak, że kwestię „mieszania” się obydwu typów religii należy zasygnalizować wyraźniej. Rzeczywiście, większość przestrzeni internetowych dostarcza obydwu w różnych proporcjach. Strona oficjalnej instytucji kościelnej nie tylko zawiera informacje (o sobie, wierze lub wyznaniu), ale również forum czy czat. Z drugiej strony dana wspólnota wirtualna, nastawiona na stymulowanie partycypacji członków, zwykle posiada działy dostarczające informacji dotyczących konkretnej religii. Uznając, że dwa wymiary się przenikają, należy zauważyć, że przenikanie to jest mocno zróżnicowane ze względu na używane narzędzia. Helland zrewidował swój pomysł w 2005 roku. Od tego momentu Internet dalej ewoluował, pojawiły się nowe narzędzia, a stare zaczęły koegzystować z nowymi. Partycypacja może mieć różne nasilenie i charakter w zależności od tego, czy wykorzystuje się *social media*, fora, komunikatory, a także od tego, czy dane miejsce nastawione jest na komunikację, a może na internetowe rytuały, nabożeństwa, medytacje, modlitwy itd.

41

Pomysł Hellanda rozwijam jeszcze w drugi sposób, to znaczy przez dodanie dwóch kolejnych wspomnianych wymiarów, to jest religii innowacyjnej i tradycyjnej. Uwzględnianie tego, do jakiej tradycji religijnej zbliża się dane miejsce i jaki ma pod tym względem

---

<sup>11</sup> C. Helland, *Diaspora on the Electronic Frontier: Developing Virtual Connections with Sacred Homelands*, „Journal of Computer-Mediated Communication” 2007, nr 12, s. 956–976.



charakter, ma dodatkowo uczynić propozycję Hellanda mniej sztywną i zero-jedynkową. Zwłaszcza jeśli wziąć pod uwagę, że różne tradycje mogą determinować to, jakie aktywności podejmują w sieci wierni. Dodatkowo uwzględnienie tych dwóch wymiarów pozwala mapować religijne miejsca internetowe znacznie dokładniej.

Wszystkie cztery wymiary są typami idealnymi, rzadko pojawiającymi się w czystej postaci. Na przykład, będąc na stronie chrześcijańskiej, klikając w jakiś odnośnik, możemy zostać odesłani do strony chrześcijańskiej inkorporującej pewne elementy New Age. Posuwając się jeszcze dalej, przejdziemy do serwisu nowego ruchu religijnego, czerpiącego chociażby z tradycji buddyjskiej. Dane miejsce sieciowe może zresztą mniej lub bardziej nawiązywać do różnych tradycji, co widać zwłaszcza w przypadku działań rozmaitych religijnych amatorów. Przyglądając się jakiemuś religijnemu miejscu *online*, powinniśmy się zawsze zastanowić, ile pierwiastków każdego z wymiarów ono zawiera. Sam termin „wymiar” nie pojawia się tutaj przypadkowo, wskazuje bowiem na wielowymiarowość tego, co w Internecie jest religijne. W następnej części tekstu podaję przykłady różnych internetowych przestrzeni religijnych, przyporządkowując je do jednego z trzech obszarów.

## Obszar 1. Internetowi religijni influencerzy

42 Influencerami określane są internauci (bloggerzy, vloggerzy, osoby prowadzące kanały w social mediach) zyskujący duży zasięg. Mogą oni zajmować się ogólnie pojmowanym stylem życia, a także modą, motoryzacją, seksem, medycyną, edukacją czy innym tematem. Jeśli popatrzeć na religijną działalność niektórych internautów, również uznać ich można za influencerów. Są to zarówno duchowni, przedstawiciele Kościoła, jak i religijni „amatorzy” docierający z przekazem do innych wiernych. Różnią się otwartością na partycypację i dialog, a także stopniem „innowacyjności” swojego przekazu, przy czym najbliższe tradycji są zwykle duchowni.

W przypadku Kościoła katolickiego papież Benedykt XVI zauważył, że nowe media to ważne narzędzie komunikowania katolickich wartości i wierzeń, ewangelizacji, a także przyciągania ludzi<sup>12</sup>. Dopiero jednak Franciszek I stał się prawdziwym religijnym influencerem. Jego profil na Twitterze prowadzony jest zgodnie z zasadami influencer marketingu, a krótkie i przystępne wiadomości sygnalizują problemy, z którymi zmagają się Kościół, informują o stanowisku papieża na dany temat. Wiadomości te są udostępniane, powielane przez media głównego nurtu, wokół nich rozkwitają dialog i interakcje. Taka forma przekazu, bez konieczności zapoznawania się z długimi i trudnymi w odbiorze oficjalnymi dokumentami, buduje autorytet papieża.

Katolicycy duchowni coraz częściej wykorzystują Internet. Na przykład w Polsce najpopularniejszym religijnym influencerem jest dominikanin o. Adam Szustak, który

---

<sup>12</sup> A.D. Solatan, *The Catholic Church and Internet Use: An Evolving Perspective from Pope John Paul II to Pope Benedict XVI*, Georgetown University 2013.

na swoim kanale na YouTube stwierdził, że sieć może być dla Kościoła „największą amboną świata”. Szustak ma na YouTube niemal 800 tys. subskrybentów, a jego kanał pod enigmatyczną nazwą *Langusta na palmie* działa od 2012 roku. Podobnie jak inni polscy twórcy wykorzystuje platformę crowdfundingową Patronite.pl. *Langusta na palmie* w rankingu Patronite zajmuje pierwsze miejsce ze zgromadzonymi ponad 800 tys. złotych. Profil Szustaka bardzo mocno zależy zatem od widzów i ich aktywności, partycypacji.

Religijni influencerzy to jednak nie tylko duchowni. Jak wspomniałem wyżej, mogą to być także przeciętni wierni, chcący ze swym przekazem dotrzeć do innych. Różnią się oni stopniem swojej religijnej „innovacyjności”. W Polsce popularny jest Mikołaj Kapusta z *Kanał Dobra Nowina* na YouTube. Ten student teologii i członek wspólnoty Odnowy w Duchu Świętym ma 39 tys. subskrybentów. Jego przekaz nie szokuje i w żaden sposób nie ociera się o herezję, co nie znaczy, że nie można w Internecie znaleźć także takich poglądów.

Za kontrowersyjnych mogą być uznani influencerzy z organizacji Rainbow Faith and Freedom. Są to chrześcijanie jednocześnie identyfikujący się jako członkowie społeczności LGBTI. Za równie kontrowersyjnych uznawani są influencerzy będący wizjonerami. W swojej książce zatytułowanej *The Internet and the Madonna* Paolo Apolito<sup>13</sup> charakteryzuje amatorski ruch wizjonerski w sieci. Jego przedstawiciele wykorzystują Internet do prezentowania sprawozdań, dokumentów, zeznań, fotografii i filmów, które mają być świadectwem mistycznych przeżyć. Zaistnienie owych „cudownych” miejsc to przejście od religii tradycyjnej do innowacyjnej. Chociaż większość objawień nawiązuje do wielkich religii, to jednak wizjonerzy nie są uznawani przez władze kościelne.

43

## Obszar 2. Religie cyberprzestrzeni

Internet to nie tylko przestrzeń dla wizjonerów, którzy mogą zdawać relacje z własnych objawień. Istnieją w nim miejsca stworzone z zamiarem zapewnienia mistycznego doznania. Na przykład na stronie *The Miraculous Winking Jesus* odwiedzający proszeni są o wpatrzenie się w obrazek przedstawiający twarz Jezusa, który rzekomo w cudowny sposób mruga okiem.

Strona ta wydaje się jedną z odmian zjawiska, o którym zwykło się mówić *parody religion* albo *fake cult*. Anastasia Karaflogka<sup>14</sup> nazwała je religiami cyberprzestrzeni (*religion in cyberspace*), aby podkreślić rolę Internetu w ich powstawaniu i istnieniu. Religie cyberprzestrzeni bardzo często mają ukazać wielkie tradycje w krzywym zwierciadle i są satyrą wymierzoną w ich stronę bądź krytykują zupełnie inne zjawiska społeczne. Na przykład w religii nazwanej kibology przedmiot kultu wybierany jest na podstawie

<sup>13</sup> P. Apolito, *The Internet and the Madonna: Religious Visionary Experience on the Web*, Chicago 2005.

<sup>14</sup> A. Karaflogka, *Religious Discourse and Cyberspace*, „Religion” 2002, nr 4, s. 279–291.

badania opinii wyznawców przeprowadzanych za pomocą kwestionariusza ankiety. Wyznawcy The Church of the Flying Spaghetti Monster „wierzą” właśnie w takiego potwora.

Twórcy *fake cults* tworzą je motywowani zabawami typu *role-playing*, względami satyrycznymi, eksperymentami z tożsamością. Ze względu na fantastyczność i eklektyzm prezentowanych wierzeń trudno uznać te religie za pełnoprawne oraz autentyczne i dlatego bardzo zbliżają się one do wymiaru religii innowacyjnej. Mimo to satyryczne religijne eksperymenty rodzą pytania o przenoszenie religijnych granic do Internetu. Poprzez żart i satyrę *parody religions* „przeciwstawiają się” oficjalnym wielkim tradycjom religijnym. W tym sensie można powiedzieć, że odzwierciedlają granice wyróżniane w świecie *offline*, mimo że zwykle istnieją jedynie w Internecie. Mogą przy tym rodzić poczucie odrębności, pozwalając odróżnić się od wyznawców oficjalnych religii.

### Obszar 3. Rytuály online

Rytuály *online* to najwyraźniejszy przykład aktywności i partycypacji religijnej w Internecie. Pojęcie „rytuał” używane jest w ogromnej mnogości znaczeń, a różne ujęcia skupiają się na przebiegu rytuałów, ich estetyce, strukturze, komunikacji, symbolizmie, cielesności itp. Nie przyjmuję jakiegóś konkretnej definicji i nie skupiam się na którymś z wymienionych aspektów. Moim celem jest jedynie zasygnalizowanie, że rytuały przenoszą się do Internetu, o czym informuje duża liczba badaczy<sup>15</sup>. Na przykład do tej pory badane były i opisywane:

- Rytuály oparte na tekście, grafice, wirtualnych (trójwymiarowych) środowiskach (podobnych do gier komputerowych), jak choćby sponsorowany przez biskupa Londynu oraz Kościół metodystów w Wielkiej Brytanii – The Church of Fools.
- Wirtualne pielgrzymki dla tych, którzy z jakichś powodów nie mogą udać się w podróż osobiście. W tym kontekście sieć stanowi swoisty substytut mający wywołać duchowe doświadczenie. Przykładem może być The Virtual Hajj, czyli po prostu wirtualna pielgrzymka do Mekki.
- Serwisy, aplikacje używane do modlitwy. Na przykład na stronie Saranam.com wyznawcy hinduizmu mogą zmówić modlitwę lub za opłatą zlecić złożenie ofiary w jednej z czterystu świątyń Indii. *The World Prayer Team* z kolei ma budować wspólnotę ludzi złączonych modlitwą w danej intencji. Za specyficzne miejsca internetowego modlenia się uznać można także wszelakie wirtualne cmentarze mające uczcić pamięć zmarłych osób.

Jeśli chodzi o rytuały *online*, często omawianą kwestią jest ich autentyczność, którą udowadnia się, odnosząc się na przykład do wspomianej już kondycji współczesnej religii, zwiększonej ludzkiej refleksyjności.

---

<sup>15</sup> S. Jacobs, *Virtually Sacred: The Performance of Asynchronous Cyber-Rituals in Online Spaces*, „Journal of Computer-Mediated Communication” 2007, nr 3, s. 1103–1121.

## Zakończenie

Pokazane wymiary religii w Internecie oraz przykłady internetowych miejsc religijnych mają uzmysłowić, w jaki sposób religia przeniesiona zostaje ze świata *offline* do świata *online*. Oczywiście to „przenoszenie” jest mocno uwarunkowane technologią, która daje nowe możliwości, sposoby komunikowania się oraz doświadczania i przeżywania religii. Mamy zatem do czynienia ze swoistą religijną innowacyjnością, ale mieści się ona w granicach wyznaczonych przez świat *offline*. Dlatego właśnie zasadne wydaje się, aby badania nad powiązaniem religii i Internetu odnosić do szerszych koncepcji życia społecznego, na przykład do wspomnianych w tym eseju propozycji dotyczących kondycji współczesnej religijności.

Nie można przy tym zapominać, że przenoszenie religijnych granic do Internetu wyznaczone jest przez szereg warunków społecznych, kulturowych, prawnych czy historycznych. W tekście nie podejmuję tego tematu. Nawet wówczas, gdy wskazuję tradycje religijne zwykle niekojarzone z zachodnimi społeczeństwami wysoko rozwiniętymi (buddyzm, hinduizm, islam itd.), czynię to z perspektywy tych społeczeństw. Dokładne pochylenie się nad tym, jak w różnych częściach globu Internet postrzegany jest w kontekście religijnym, wymaga zakrojonych na szeroką skalę badań porównawczych. Potrzeba jest analiz zajmujących się zależnościami między religijnym życiem jednostek w obu światach: *offline* i *online*. Inaczej mówiąc, należy odkrywać mechanizmy przenoszenia się religii do Internetu i starać się zrozumieć relacje między internetowymi aktywnościami a kontekstami kulturowo-społecznymi.

45

Wydaje się, że niezależnie od tego, jak Internet jest wykorzystywany, stanowi on dobre narzędzie do zaistnienia religii. Wokół sieci ukształtować się musi odpowiednia narracja, łącząca się ze znaczeniami wypracowanymi przez daną tradycję. Na przykład w przypadku Kościoła katolickiego widać narrację, jakoby Internet był narzędziem danym od Boga, a zatem można go wykorzystywać po to, aby docierać do wiernych.

Warto zaznaczyć, że w ramach konkretnej tradycji religijnej nie musi być zgody co do tego, jaką rolę ma dla niej pełnić Internet. Zanegowanie roli sieci widoczne jest przede wszystkim tam, gdzie istnieje ogromne napięcie między *sacrum* a *profanum*, a to drugie silnie wiąże się ze sferą technologii. Statyczność, hierarchiczność, centralizacja, wyraźne i bezkompromisowe oddzielenie *sacrum* od *profanum* nie sprzyjają religijnej internetowej partycypacji. Przedstawiciele tej samej tradycji mogą być nastawieni do Internetu pozytywnie bądź sceptycznie, a determinować to może dane środowisko lokalne czy czynniki kulturowe, polityczne lub społeczne<sup>16</sup>. Na przykład islam zupełnie inaczej wygląda (i przejawia się w Internecie) w wielokulturowym państwie typu Malezja czy Singapur, inaczej w państwach arabskich, a jeszcze inaczej w przypadku mniejszości islamskich w państwach zachodnich.

---

<sup>16</sup> K. Fukamizu, *Internet Use Among Religious Followers: Religious Postmodernism in Japanese Buddhism*, „Journal of Computer-Mediated Communication” 2007, nr 3, s. 977–998.

Badając przenoszenie się religijnych granic do Internetu, należy uważać, aby nie wpaść w pułapkę nadmiernego internetowego optymizmu bądź dystopizmu. Pierwsze badania związków religii i cyberprzestrzeni często zbliżały się do utopijnego ekstremum. Na przykład Brenda Brasher w książce *Give Me That Online Religion*<sup>17</sup> stwierdziła, że pojawienie się religii w Internecie zwiastuje, jak wyglądać będzie religia w XXI wieku. Podkreślała, że użycie Internetu w celach religijnych stać się może dominującą formą religijnego doświadczenia. Zdaniem Brasher sieć ma eliminować z religii to wszystko, co sprzyja ksenofobii i w konsekwencji przyczynia się do eliminacji nienawiści religijnej.

Dzisiaj już wiemy, że Internet ma swoje ciemne oblicze, i tak samo jest w przypadku zaistnienia w nim religii. Nie może być zresztą inaczej, skoro to w sieci przenoszą się religijne granice ze świata *offline*, a zatem Internet odwzorowuje religijne uprzedzenia, stereotypy, a także nienawiści na tle religijnym. Wystarczy spojrzeć na serwisy typu *Godhatesfags.com* albo *Struggle for Hindu Existence*, tj. chrześcijańskie i hinduskie miejsca propagujące taką nienawiść. W badaniach związków religii i Internetu nie można jednak popadać w całkowity pesymizm. Wydaje się, że najbardziej trafne badawczo jest podejście wyważone, polegające na uwzględnianiu zarówno poglądów utopistów, jak i krytyków sieci. Takim właśnie spojrzeniem jest koncepcja przeniesienia się do Internetu religijnych granic świata *offline*.

---

<sup>17</sup> B. Brasher, *Give Me That Online Religion*, New Brunswick 2004.

## Bibliografia

- Apolito P., *The Internet and the Madonna: Religious Visionary Experience on the Web*, Chicago 2005.
- Brasher B., *Give Me That Online Religion*, New Brunswick 2004.
- Campbell H.A. *Surveying Theoretical Approaches within Digital Religion Studies*, „New Media & Society” 2017, nr 1.
- Campbell H.A., Evolvi G., *Contextualizing Current Digital Religion Research on Emerging Technologies*, „Human Behavior and Emerging Technologies” 2020, nr 1.
- Castells M., *The Rise of the Network Society*, Oxford 2000.
- Fukamizu K., *Internet Use Among Religious Followers: Religious Postmodernism in Japanese Buddhism*, „Journal of Computer-Mediated Communication” 2007, nr 3.
- Helland C., *Diaspora on the Electronic Frontier: Developing Virtual Connections with Sacred Homelands*, „Journal of Computer-Mediated Communication” 2007, nr 12.
- Hjarvard S., *From Mediation to Mediatization: The Institutionalization of New Media*, [w:] *Mediatized Worlds: Culture and Society in a Media Age*, red. A. Hepp, F. Krotz, London 2014.
- Hoover S.M., *Religion in the Media Age*, London–New York 2006.
- Hutchings T., *Contemporary Religious Community and the Online Church*, „Information, Communication & Society” 2011, nr 8.
- Jacobs S., *Virtually Sacred: The Performance of Asynchronous Cyber-Rituals in Online Spaces*, „Journal of Computer-Mediated Communication” 2008, nr 3.
- Karaflogka A., *Religious Discourse and Cyberspace*, „Religion” 2002, nr 4.
- Rähme B., *Digital Religion, the Supermarket and the Commons*, „Societes” 2018, nr 1.
- Siuda P., *Mapping Digital Religion: Exploring the Need for New Typologies*, „Religions” 2021, nr 12.
- Siuda P., *Religia a internet: o przenoszeniu religijnych granic do cyberprzestrzeni*, Warszawa 2010.
- Siuda P., *Sieć objawień. O pewnym wymiarze e-folkloru religijnego*, „Kultura Popularna” 2012, nr 3.
- Solatan A.D., *The Catholic Church and Internet Use: An Evolving Perspective from Pope John Paul II to Pope Benedict XVI*, Georgetown University 2013.