

ANNA GAWROŃSKA-PIOTROWSKA*

Promocja Pieszych Pielgrzymek Warszawskich na Jasną Górę w Internecie jako forma komunikacji religijnej

Świat dzisiejszych mediów uległ i dalej będzie ulegał głębokim przemianom. Wpływ na owe przeobrażenia ma rozwój Internetu. To dzięki niemu media nie są dziś jedynie źródłem informacji. Odznaczają się bowiem interaktywnością, przez co zacierają się granice między nadawcą a odbiorcą. Użytkownicy sieci uczestniczą jednocześnie w rzeczywistości wykreowanej przez innych, mogą również sami tę rzeczywistość przetwarzać i tworzyć¹. Życie w społeczeństwie cyfrowym ma swoje konsekwencje dla poszczególnych ludzi, jak i społeczeństw. Ma to wpływ na wiele dziedzin życia. Nie omija również Kościoła, który od lat zauważa potrzebę ewangelizacji w mediach, dziś coraz częściej ewangelizacji w Internecie – w tym w mediach społecznościowych. Benedykt XVI w Orędziu na Światowy Dzień Środków Społecznego Przekazu w 2013 roku zauważa, iż pojawienie się w mediach społecznościowych „dialogu na temat wiary i wierzenia potwierdza znaczenie i wagę religii w debacie publicznej i społecznej”². W tym samym dokumencie papież stwierdza: „Istnieją sieci społecznościowe, które w świecie cyfrowym stwarzają współczesnemu człowiekowi okazje do modlitwy, medytacji lub dzielenia się Słowem Bożym. Mogą one jednak otworzyć także podwoje na inne wymiary wiary. Wiele osób odkrywa bowiem właśnie dzięki kontaktowi, który początkowo miał miejsce online, znaczenie kontaktu bezpośredniego, doświadczenia wspólnoty (...). Szukając sposobów uobecnienia Ewangelii w środowisku cyfrowym, możemy zaprosić ludzi do przeżywania spotkań modlitewnych lub celebracji liturgicznych w konkretnych miejscach, takich jak kościoły czy kaplice”³. Papież zauważa tym samym, iż głoszenie Dobrej Nowiny w świecie cyfrowym

* Anna Gawrońska-Piotrowska – Uniwersytet Kardynała Stefana Wyszyńskiego w Warszawie, ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-2403-6900>; e-mail: a.gawronska-piotrowska@uksw.edu.pl

¹ Zob. G. Śniadach, *Parafia w dobie internetu*, Warszawa 2019, s. 10-11.

² Benedykt XVI, *Portale społecznościowe: bramy prawdy i wiary, nowe przestrzenie dla ewangelizacji*, 2013, <https://www.paulus.org.pl/220,47-sdssp-benedykt-xvi-2013> (dostęp: 12.09. 2022 r.)

³ Tamże.



pozwala otworzyć ludzi na praktykowanie wiary w świecie realnym, służy budowaniu realnej wspólnoty. Ważne zatem dziś wydają się być rozważania dotyczące komunikacji religijnej w internecie. Świat cyfrowy staje się wyzwaniem i tym samym przedmiotem badań nad wykorzystaniem sieci w celu głoszenia Ewangelii. Jedną z przestrzeni, w której warto podjąć takie badania są piesze pielgrzymki na Jasną Górę, które są uznawane są w naszym kraju za fenomen religijny, społeczny i kulturowy⁴.

Uwagi metodologiczne

Przedmiotem niniejszych badań jest analiza zawartości stron internetowych i mediów społecznościowych Warszawskiej Pielgrzymki Pieszej na Jasną Górę (w skrócie nazywanej w artykule WPP) i Warszawskiej Akademickiej Pielgrzymki Metropolitarnej (w skrócie WAPM). Celem owych badań jest próba odpowiedzi na pytanie: czy i dlaczego promowanie pielgrzymek pieszych w Internecie jest formą komunikacji religijnej? Aby odpowiedzieć na to pytanie, postawiono następujące pytania pomocnicze: Jaka jest zawartość stron internetowych i mediów społecznościowych omawianych pielgrzymek? W jaki sposób treści religijne są w nich prezentowane? Jakie sugestie i wytyczne można zaproponować osobom odpowiedzialnym za promocję pieszych pielgrzymek na Jasną Górę w Internecie?

Aby uzyskać odpowiedź na główne pytanie badawcze oraz pytania pomocnicze, na początku zdefiniowane zostanie pojęcie komunikacji religijnej wraz z jego charakterystyką. Następnie scharakteryzowana zostanie WPP i WAPM, by następnie przejść do analizy zawartości stron internetowych i mediów społecznościowych omawianych pielgrzymek. Przeanalizowany zostanie również sposób, w jaki prezentowane są w nich treści religijne. Na końcu zostaną przedstawione wnioski w oparciu o analizy ukazane w artykule. Wnioski te pozwolą dokonać próby odpowiedzi na główne pytanie badawcze.

Poniżej przedstawione zostaną kryteria, według których analizowane będą strony internetowe oraz media społecznościowe. Wzorując się na analizach stron internetowych podjętych przez Ks. Wojysława Czupryńskiego w publikacji „Wizerunek małżeństwa i rodziny na stronach internetowych warmińskich parafii”⁵, w omawianym artykule autorka wzięła pod uwagę następujące elementy warstwy tekstowej i wizualnej:

1. Warstwa werbalna komunikatów
2. Oryginalność i unikatowość
3. Przewidywane potrzeby odbiorców

⁴ Zob. D. Niedźwiecka, *Pielgrzymki: fenomen narodowy*, „PCh24.pl”, <https://pch24.pl/pielgrzymka-fenomen-narodowy/> (dostęp: 12.09.2022 r.).

⁵ W. Czupryński, *Wizerunek małżeństwa i rodziny na stronach internetowych warmińskich parafii*, „Studia Elckie” 23(2021), nr 3.

4. Sposób prezentacji informacji, również warstwy wizualnej, pod względem przejrzystości i jasności oraz poprawności techniczno-estetycznej⁶.

Autorka zawęży badania mediów społecznościowych WPP i WAPM do analizy materiałów zamieszczonych na owych serwisach od początku stycznia do końca sierpnia 2022 roku.

Komunikacja religijna w mediach - próba definicji i charakterystyki

Komunikacja religijna jest pojęciem nieostrym i niezdefiniowanym, które mieści się w obszarze komunikacji społecznej. Należy jednak zauważyć, że zarówno polscy, jak i zagraniczni badacze podejmują próby definiowania tego pojęcia. W Polsce jedną z bardziej znanych definicji komunikacji religijnej jest ta sformułowana przez ks. Krzysztofa Marcyńskiego. Uważa on, iż „komunikacja religijna to jest taki sposób kontaktu człowieka z człowiekiem, który prowadzi do Boga, nakierowuje na Boga, sprawia, że Bóg staje się obecny w tym spotkaniu i rozmowie”⁷. Inny badacz - Rafał Jakub Pastwa podkreśla, iż komunikowanie religijne „obejmuje również przestrzeń i sposób kontaktu człowieka z Bogiem i drugim człowiekiem – także za pośrednictwem mediów”⁸. Definiuje omawiane pojęcie jako „proces uzewnętrzniania, prezentowania, a także przedstawiania religii jako rzeczywistości zdolnej do jednoczenia osób w obszarze instytucji Kościoła oraz na podstawie uniwersalnego przesłania Ewangelii”⁹. Medioznawca, ks. Rafał Leśniczak poszerza pojęcie komunikacji religijnej o różne wyznania, nie ograniczając go do katolicyzmu czy chrześcijaństwa. Definiuje je jako „zmediatyzowane formy komunikacji społecznej, odnoszące się do osób należących do kościołów i innych związków wyznaniowych lub podejmujące w swoich komunikatach zagadnienia religijne”¹⁰. Temat komunikacji religijnej porusza w swoich rozważaniach także Andrzej Jeż¹¹. Badacz podkreśla trynitarną strukturę komunikacji religijnej. Wskazuje, iż konieczną przestrzenią każdej komunikacji interpersonalnej jest miłość i dar. „Trójosobowy Bóg komunii i komunikacji nie zamyka się bowiem w swoim życiu wewnętrznym, ponieważ sam w sobie jest osobową komunikacją. Zmierza on do otwarcia się na zewnątrz, na rzeczywistość stworzenia, a szczególnie na człowieka poprzez realizację w czasie tajemniczego planu zbawienia, uobeczonego nie na zasadzie jakiegos wewnętrznego determinizmu, ale w oparciu o całkowitą wolność, miłość

⁶ Por. tamże, s. 347.

⁷ A. Malec, *Ks. dr Marcyński SAC o komunikacji religijnej*, „Ekai.pl”, <https://www.ekai.pl/ks-dr-marcyński-sac-o-komunikacji-religijnej/> (dostęp: 13.09.2022 r.).

⁸ R. J. Pastwa, *Komunikowanie religijne na przykładzie Kościoła katolickiego w Polsce z uwzględnieniem kontekstu pandemii koronawirusa*, „Kultura-Media-Teologia” 41(2020), s. 42.

⁹ Tamże, s. 41.

¹⁰ R. Leśniczak, *Kategoria tożsamości i stereotypu w komunikacji religijnej. Próba hermeneutycznej interpretacji tekstów prasowych tygodnika „Newsweek Polska” w kontekście obrad synodu o rodzinie 2014–2015*, „Acta Universitatis Lodziensis. Folia Litteraria Polonica”, tom 51, 2018, s. 88.

¹¹ A. Jeż, *Jezus Chrystus w kontekście ludzkiej komunikacji*, Tamów 2002.

i bezinteresowność”¹² – zauważa Jeż. W kontekście niniejszego artykułu, w którym analizowana jest prezentacja określonych treści religijnych w Internecie, ważne jest spojrzenie na kwestię komunikacji religijnej prezentowane przez medioznawcę, ks. Zenona Hanasa. Badacz odnosi bowiem komunikację religijną do świata cyfryzacji, nazywając owo pojęcie komunikacją internetową. W jego opinii poszukiwaniu w sieci sprzyja hipertekstowa struktura Internetu. Zaznacza, iż ważną kwestią religijnej komunikacji internetowej jest odniesienie jej do zaangażowania wspólnot religijnych i indywidualnych osób w poruszanie istotnych spraw o tematyce społecznej, politycznej, ekologicznej¹³.

Warszawska Pielgrzymka Piesza i Warszawska Akademycka Pielgrzymka Metropolitalna - ogólna charakterystyka pielgrzymek

Warszawska Pielgrzymka Piesza to najstarsza pielgrzymka wyruszająca z Warszawy na Jasną Górę. Po raz pierwszy wyruszyła na szlak w 1711 roku. Trasa WPP liczy 248 kilometrów. Wędrówka trwa dziewięć dni. Pielgrzymka wyrusza 6 sierpnia z Kościoła pw. Świętego Ducha w Warszawie. Na Jasną Górę dociera 14 sierpnia, przed świętem Wniebowzięcia Najświętszej Maryi Panny (15 sierpnia). W pielgrzymce biorą udział głównie mieszkańcy Warszawy oraz okolic. Pierwsza pielgrzymka zorganizowana w 1711 roku była wyrazem podziękowania mieszkańców stolicy po ustąpieniu epidemii dżumy. Pielgrzymka początkowo prowadzona była przez Bractwo Pięciu Ran Pana Jezusa, ustanowione przy kościele pw. Świętego Ducha¹⁴. Warto zauważyć, iż WPP odbywa się nieprzerwanie od 311 lat – wyruszyła na Jasną Górę także podczas Powstania Warszawskiego czy pandemii koronawirusa¹⁵. Od 1950 roku pielgrzymką kierują ojcowie Paulini, którzy sprawują opiekę na Kościele pw. Świętego Ducha w Warszawie. W 2022 roku na pielgrzymkę wyruszyło ok. 4 tys. osób¹⁶.

Warszawska Akademycka Pielgrzymka Metropolitalna jest organizowana natomiast przez Kościół Akademycki św. Anny w Warszawie (w tym Duszpasterstwo Akademyckie św. Anny). Wędrówka trwa od 5 do 14 sierpnia. Trasa liczy 290 kilometrów. WAPM jest uznawana za pielgrzymkę studentów. Była ona odpowiedzią na intensywny rozwój ruchu pielgrzymkowego młodzieży studenckiej skupionej wokół grup tzw. siedemnastek Pieszej Pielgrzymki Warszawskiej. Pomysł stworzenia odrębnej pielgrzymki akademyckiej powstał pod koniec lat siedemdziesiątych

¹² Tamże, s. 329.

¹³ Z. Hanas, *Internet religijny a religijność internetowa: eksploracja pola badawczego*, w: *Media w transformacji*, A. Graczyk, K. Marcyński SAC, M. Przybysz (red.), Warszawa 2013, s. 25-42.

¹⁴ Zob. *Historia*, „WarszawaPaulini.pl”, <https://www.warszawa.paulini.pl/historia-wpp> (dostęp: 13.09.2022 r.).

¹⁵ Zob. *Najstarsza warszawska pielgrzymka wyruszyła na Jasną Górę*, „TVN24.pl”, <https://tvn24.pl/tvn-warszawa/najnowsze/warszawa-311-warszawska-pielgrzymka-piesza-wyruszy-la-na-jasna-gore-6059219> (dostęp: 13.09.2022 r.).

¹⁶ Zob. *Skąd wyruszyło najwięcej wiernych? Pielgrzymki na Jasną Górę w liczbach*, „Onet.pl”, <https://www.onet.pl/informacje/kai/skad-wyruszylo-najwiecej-wiernych-pielgrzymki-na-jasna-gore-w-liczbach/lfv8bf30bc1058> (dostęp: 13.09.2022 r.).

ubiegłego stulecia. Pielgrzymka wyruszyła po raz pierwszy w 1981 roku pod nazwą Warszawska Akademicka Pielgrzymka Diecezjalna. W jej skład weszło 8 grup pielgrzymkowych. Warto zauważyć, iż do grona pątników WAPM należą również uczniowie szkół średnich i gimnazjalnych, osoby dorosłe jak również dzieci¹⁷. W 2022 roku na pielgrzymkę wyruszyło ponad 2 tys. osób¹⁸.

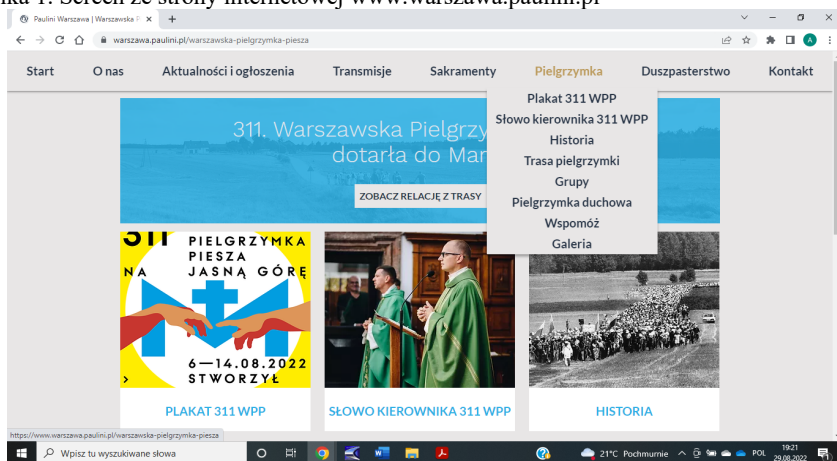
Analiza zawartości strony internetowej i mediów społecznościowych Warszawskiej Pielgrzymki Pieszej

W niniejszej części artykułu przeanalizowane zostaną kolejno:

1. Strona internetowa WPP
2. Media społecznościowe WPP

Strona internetowa WPP znajduje się pod adresem www.warszawa.paulini.pl na podstronie <https://www.warszawa.paulini.pl/warszawska-pielgrzymka-piesza>. Witryna prowadzona jest przez ojców Paulinów opiekujących się Kościołem pw. Ducha Świętego w Warszawie. Pielgrzymka WPP nie ma zatem swojej osobnej strony internetowej, a jedynie podstronę. Informacje dotyczące pielgrzymki znajdują się w zakładce „Pielgrzymka” (grafika 1).

Grafika 1. Screen ze strony internetowej www.warszawa.paulini.pl



Źródło: *Warszawska Pielgrzymka Piesza*, „WarszawaPaulini.pl”, <https://www.warszawa.paulini.pl/warszawska-pielgrzymka-piesza> (dostęp: 13.09.2022 r.).

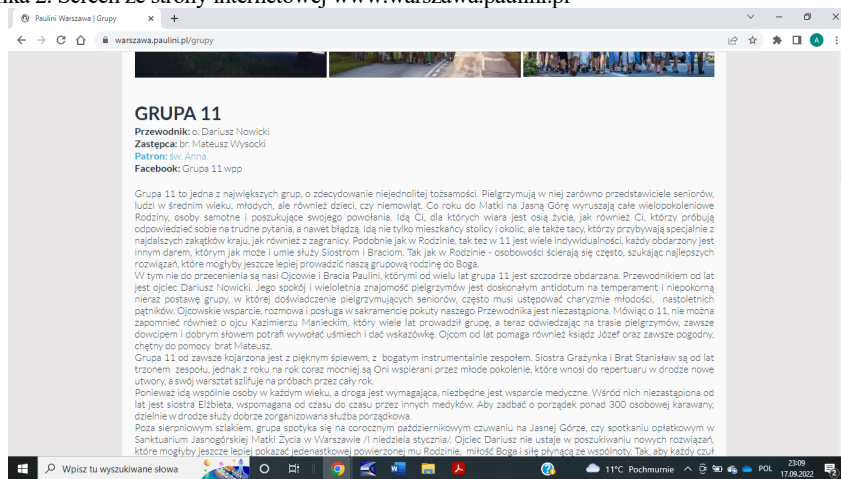
Wśród informacji znajdujących się w zakładce można znaleźć takie, które aktualizowane są co roku: plakat pielgrzymki oraz słowo kierownika pielgrzymki na dany rok skierowane do uczestników, zachęcające do udania się na szlak pielgrzymi w celu pogłębienia więzi z Bogiem i rozwoju wiary. Oprócz tego na podstronie

¹⁷ Zob., *Informacje*, „WAPM.waw.pl”, <http://www.wapm.waw.pl/informacje/> (dostęp: 13.09.2022 r.).

¹⁸ Zob., *Pielgrzymi w drodze na Jasną Górę. Pokonają około 300 kilometrów, zatrzymają się w ponad 100 wsiach*, „TVN24.pl”, <https://tvn24.pl/tvnwarszawa/najnowsze/warszawa-prawie-dwa-tysiace-osob-wyruszylo-w-pielgrzymke-na-jasna-gore-6058079> (dostęp: 13.09.2022 r.).

znajdują się informacje stałe, takie jak „Historia”, „Trasa pielgrzymki”, „Opis grup”, „Informacja o pielgrzymce duchowej”. Jest tu również dział o nazwie „Wspomóż”, gdzie organizatorzy zwracają się do darczyńców z prośbą o wsparcie materialne pielgrzymki i wskazują numer konta do opłat. Zamieszczona jest też informacja, iż każda darowizna przeznaczona zostanie na pokrycie kosztów organizacyjnych pielgrzymki. W dziale dotyczącym pielgrzymki duchowej organizatorzy umieścili zachętę do duchowego wędrowania na Jasną Górę, warunki takiego uczestnictwa, a także modlitwę duchowego pielgrzyma. Wśród informacji w zakładce „Pielgrzymka” znajduje się również galeria zdjęć z pielgrzymki WPP z lat 2016 – 2022. Każdy z działów dotyczących pielgrzymki jest dokładnie uzupełniony. W warstwie werbalnej administratorzy strony koncentrują się na przekazaniu kluczowych informacji dotyczących pielgrzymki. Uwagę jednak przykuwa bardzo formalny język owych przekazów. Teksty są bardzo rozbudowane i pisane w sposób mało dynamiczny i przejrzysty. Szata graficzna strony internetowej pielgrzymki jest mało czytelna ze względu na krzykliwość, jasnoniebieską kolorystykę oraz zastosowaną czcionkę (grafika 2).

Grafika 2. Screen ze strony internetowej www.warszawa.paulini.pl



Źródło: *Grupy*, „WarszawaPaulini.pl”, <https://www.warszawa.paulini.pl/grupy> (dostęp: 13.09.2022 r.).

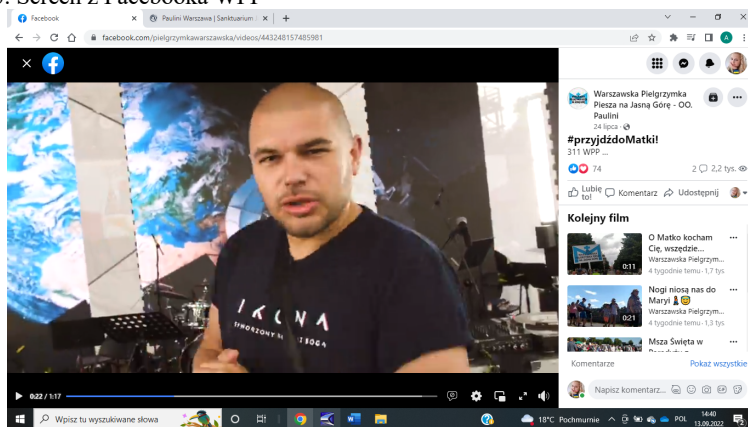
Pod względem graficznym strona wydaje się nieco uboga i prosta. Fotografie i obrazy wymagają również bardziej starannego przygotowania, tak by były lepszej jakości technicznej i estetycznej. Plusem strony jest fakt, iż dostosowana jest do urządzeń mobilnych, co jest obecnie bardzo ważną kwestią. Na stronie brakuje jednak bezpośredniego odesłania do mediów społecznościowych pielgrzymki. Aby do nich dorzeć, należy ich wyszukać w Internecie samodzielnie.

W celu odszukania mediów społecznościowych WPP w wyszukiwarkę Google.com wpisano hasło: „media społecznościowe Warszawska Piesza Pielgrzymka”. W rezultacie odnaleziono profil WPP na Facebooku, Instagramie i Twitterze. Poniżej

przeanalizowano wspomniane media społecznościowe WPP z uwzględnieniem wpisów z 2022 roku.

Oficjalny profil WPP na Facebooku prowadzony jest przez ojców Paulinów¹⁹. Zanotował 2094 polubienia (dane na dzień 9.09.2022 r.). Fanpage jest na bieżąco aktualizowany. Pierwszy wpis w 2022 roku opublikowany został 7 stycznia. W każdym miesiącu administratorzy umieszczają na profilu kilkanaście wpisów, jedynie w maju jest ich mniej (5 wpisów). Wpisy są zróżnicowane i często opatrzone zdjęciami, grafikami, filmami. Niejednokrotnie w postach udostępniane są informacje z innych profili na Facebooku oraz stron internetowych. Posty dotyczą nie tylko pielgrzymki, ale także tematów związanych z Kościołem pw. Ducha Świętego w Warszawie, wojną na Ukrainie, zakonem Paulinów, ważnymi wydarzeniami w Archidiecezji Warszawskiej. Często jest w nich również zachęta do pogłębiania wiary, modlitwy oraz wsparcia potrzebujących. Wśród postów związanych z pielgrzymką od stycznia do lipca 2022 roku znajdziemy wpisy dotyczące m.in. warsztatów scholii muzycznej WPP, informacji o haśle i plakacie WPP, spotkaniach popielgrzymkowych, zapisach na WPP, spotkaniu przewodników WPP. Na uwagę zasługuje umieszczony na Facebooku cykl 9 filmików promujących pielgrzymkę z hasztagiem: #przyjźdoMatki. Ich długość wynosi od 1 do 4 minut. Klipy przygotowane są w wysokiej jakości technicznej i merytorycznej, w formie wypowiedzi organizatorów pielgrzymki oraz świadectw pielgrzymów. Osoby wypowiadające się w filmach mówią, dlaczego warto udać się na pielgrzymkę, jak wpłynęła ona na rozwój ich wiary i więzi z Bogiem. Bohaterem jednego z filmów jest muzyk chrześcijański Tau²⁰. W nagraniu namawia odbiorców do udania się na wspólną wędrówkę na Jasną Górę. Opowiada o swoim doświadczeniu pielgrzymki i sile jaką dała mu na cały rok (grafika 3).

Grafika 3. Screen z Facebooka WPP



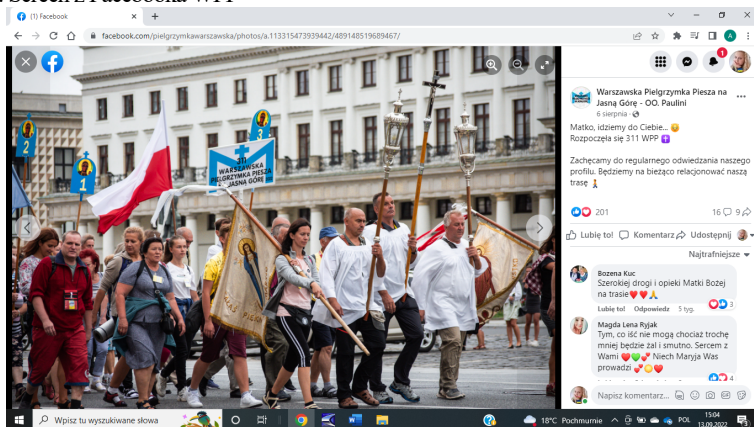
Źródło: *Pielgrzymka Warszawska*, „Facebook”, <https://www.facebook.com/pielgrzymkawarszawska/videos/443248157485981/> (dostęp: 13.09.2022 r.)

¹⁹ Adres profilu: <https://www.facebook.com/pielgrzymkawarszawska>

²⁰ Tau – właściwie Piotr Kowalczyk, polski raper, wokalista, beatboxer i producent muzyczny. Przeżył nawrócenie i od tego czasu tworzy teksty o tematyce chrześcijańskiej.

Wpisy od 6 do 15 sierpnia znajdujące się na fanpage WPP dotyczą już ściśle samej pielgrzymki. Średnio umieszczano kilka nowych wpisów dziennie. Posty są fotorelacją z pielgrzymki. Zdjęcia są przygotowane w bardzo dobrej jakości technicznej i opatrzone komentarzem słownym. Opisy mają od jednego do kilku zdań. W postach zawarte są też często krótkie modlitwy, fragmenty Ewangelii i rozważania dotyczące wiary. Treści słowne są skonstruowane poprawnie i oddają tematykę postów. Grafika 4 przedstawia jeden z wpisów.

Grafika 4. Screen z Facebooka WPP



Źródło: *Pielgrzymka Warszawska*, „Facebook”, <https://www.facebook.com/pielgrzymkawarszawska/photos/a.113315473939442/489148519689467/> (dostęp: 13.09.2022 r.)

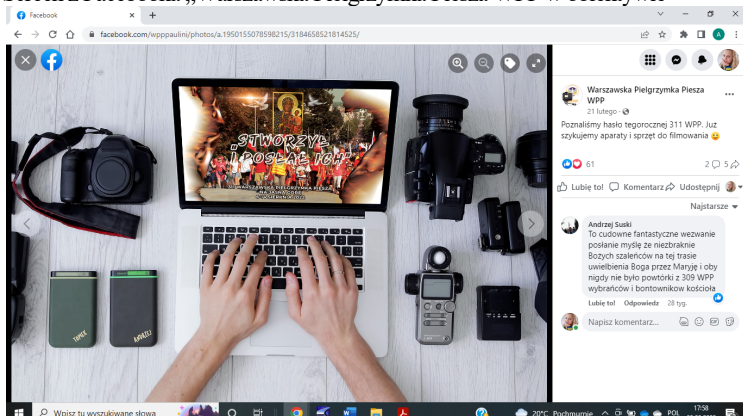
Czasami posty zawierają nie zdjęcia, a filmy dokumentujące wędrówkę na Jasną Górę. Te nagrania są już jednak stanowczo amatorskie i nagrane w średniej jakości technicznej.

Jeśli chodzi o liczbę polubień poszczególnych wpisów na fanpage-u WPP, to wahają się one od kilku do prawie dwustu. Wpisy o największej liczbie „lajków” stanowią fotorelację pielgrzymki i są chętnie komentowane przez odbiorców. W komentarzach często zawarte są intencje modlitewne i modlitwy, słowa wsparcia dla pielgrzymów i pozdrowienia.

Organizatorzy WPP prowadzą również drugi fanpage na Facebooku o nazwie: „Warszawska Pielgrzymka Piesza WPP w obiektywie”²¹. Profil zanotował 4248 polubień (dane z dnia 9.09.2022 r.). Pierwszy wpis w 2022 roku został opublikowany 21 lutego. Zawiera informację o tegorocznym haśle pielgrzymki. Wpis jest krótki, opatrzone grafiką. Jest ona ciekawa, estetyczna i w dobrej jakości technicznej (grafika 5).

²¹ Adres profilu: <https://www.facebook.com/wpppaulini/>.

Grafika 5. Screen z Facebooka „Warszawska Pielgrzymka Piesza WPP w obiektywie”



Źródło: *Poznaliśmy hasło tegorocznej 311 WPP. Już szykujemy aparaty i sprzęt do filmowania*, „Warszawska Pielgrzymka Piesza WPP w obiektywie”, <https://www.facebook.com/wpppaulini/photos/a.1950155078598215/3184658521814525/> (dostęp: 13.09.2022 r.)

Kolejny wpis umieszczono w marcu. Ukazuje plakat tegorocznej pielgrzymki, na którym znajduje się też informacja o zapisach. Warto zauważyć, iż kolejne wpisy opublikowane są już podczas trwania pielgrzymki (od 6 sierpnia). Nie ma zatem żadnych wpisów pomiędzy marcem a sierpniem, np. zachęcających do wybrania się na pielgrzymkę. Od 6 do 15 sierpnia – czyli od rozpoczęcia pielgrzymki aż do wejścia na Jasną Górę i uroczystości Wniebowzięcia Najświętszej Maryi Panny - na fanpage-u WPP umieszczono 42 wpisy. To średnio kilka wpisów dziennie. Wszystkie związane są ze wspólną wędrówką do Częstochowy. Są one fotorelacją z pielgrzymki. Zdjęcia i filmy opatrzone są krótkimi, prostymi opisami np. „Wejście Grup Zasadniczych na odpoczynek w miejscowości Dęba”, „Poranna Msza Święta w Studziannej”, „A w Raszynie aktualnie ulewa”. Zarówno zdjęcia jak i filmy nagrywane są w sposób amatorski. Filmy mają od ok. 1 minuty do ok. 16 minut. Każdy z nich przedstawia poszczególne grupy podczas pielgrzymki (grafika 5). Nie ma tu żadnych wywiadów i rozmów a jedynie nagrania idących grup. Klipy nie są zatem zbyt interesujące i trudno znaleźć zasadność tego typu promocji pielgrzymki. Z drugiej strony zauważyć trzeba, iż wpisy dotyczące pielgrzymki są chętnie „lajkowane” przez odbiorców (od kilkudziesięciu do prawie dwustu polubień posta). Jednak komentarze są w znikomej ilości.

Grafika 6. Screen z Facebooka „Warszawska Pielgrzymka Piesza WPP z obiektywem”



Źródło: Grupy zasadnicze w drodze do Belska, „Warszawska Pielgrzymka Piesza WPP z obiektywem”, <https://fb.watch/fCUnEdgPrJ/> (dostęp: 13.09.2022 r.)

WPP prowadzi także profil na Twitterze od maja 2020 roku²². Liczba wpisów jest bardzo mała. W 2022 roku zamieszczono jedynie dwa wpisy na owym profilu. Pierwszy z nich opublikowany w kwietniu dotyczył zaproszenia na Wielkanocną Adoracją w Niedzielę Miłosierdzia Bożego w Kościele pw. Świętego Ducha w Warszawie, z którego wychodzi pielgrzymka WPP. Drugi wpis opublikowano w lipcu. Informuje o zapisach online na 311. WPP. Twitter WPP nie jest zatem na bieżąco i regularnie aktualizowany.

Organizatorzy WPP założyli również profil na Instagramie²³. Jest tam jednak jedynie 8 postów, które dotyczą 308 WPP, wędrującej na Jasną Górę w 2019 roku. Od tamtego czasu profil nie jest uzupełniany. Obserwuje go zaledwie 258 osób.

Analiza zawartości strony internetowej i mediów społecznościowych Warszawskiej Akademickiej Pielgrzymki Metropolitarnej

W kolejnej części artykułu przeanalizowane zostaną kolejno:

1. Strona internetowa WAPM
2. Media społecznościowe WAPM

Strona internetowa WAPM znajduje się pod adresem: <http://www.wapm.waw.pl/>. Zawiera następujące zakładki: „Aktualności”, „Informacje”, „Grupy”, „Służby”, „Galeria”, „Duchowa”, „Wesprzyj”, „Kontakt”. Podstrona „Aktualności” zawiera ważne wiadomości dotyczące głównie spraw pielgrzymkowych. Nowe informacje pojawiają się tu mniej więcej od maja do sierpnia 2022 roku – czyli w czasie przygotowań do pielgrzymki, podczas samej wędrowki na Jasną Górę i chwilę po niej.

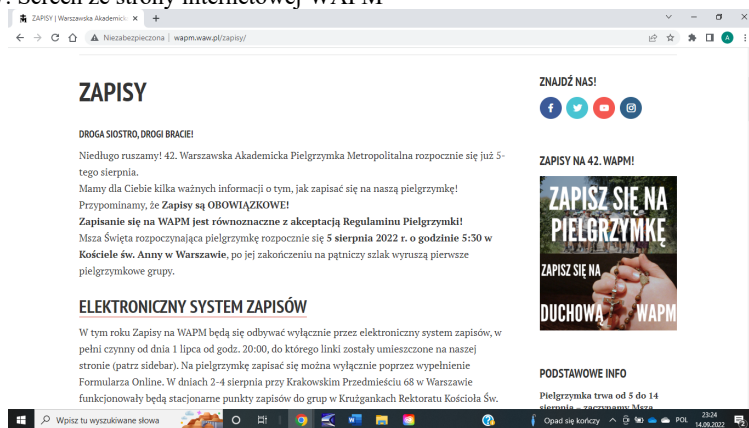
²² Adres profilu: <https://twitter.com/wawpielgrzymka>

²³ Adres profilu: <https://www.instagram.com/wpppaulini/>

W pozostałych miesiącach brakuje nowych wpisów. Podstrona „Informacje” zawiera działy dotyczące m.in. zapisów, regulaminu pielgrzymki, trasy wędrówki. W zakładce „Duchowa” można znaleźć informacje dotyczące zapisów na pielgrzymkę duchową oraz modlitwę duchowego pielgrzyma. W części „Wesprzyj” organizatorzy zachęcają do wsparcia finansowego pielgrzymki lub bycia jednym ze sponsorów. Zakładka „Kontakt” jest szczegółowo uzupełniona. Zawiera nie tylko adres Kościoła św. Anny w Warszawie, z którego wychodzi pielgrzymka, ale także adres e-mailowy organizatorów, numer telefonu pielgrzymkowej infolinii, kontakt dla mediów. Administratorzy strony zachęcają także do kontaktu poprzez portale społecznościowe, w tym Facebook WAPM, do którego umieszczono link. Dodatkowy atut stanowią szczegółowe informacje dotyczące dojazdu komunikacją miejską do miejsca wyjścia pielgrzymki. Warto wspomnieć również o zakładce „Galeria”, w której znajduje się duża ilość zdjęć z 36., 37., 38. WAPM. Brakuje jednak zdjęć z czterech ostatnich pielgrzymek (w tym z tegorocznej – 42. WAPM). „Galeria” nie jest zatem na bieżąco aktualizowana. W zakładce znajduje się też informacja, iż w celu obejrzenia zdjęć należy zalogować się na platformę Facebook. Prawdopodobnie dzięki temu przekierowaniu zdjęcia zajmują mniej miejsca na stronie, jednak wyklucza to z ich obejrzenia osoby, które nie posiadają profilu na Facebooku. Należy zauważyć jednocześnie, iż fotografie przygotowane są z dużą starannością i w dobrej jakości technicznej.

Analizując warstwę werbalną strony trzeba podkreślić, iż teksty pisane są językiem prostym, zrozumiałym dla odbiorcy. Często zawarta jest w nich zachęta do wspólnej wędrówki na Jasną Górę w celu rozwoju wiary i pogłębienia więzi z Bogiem, a także fragmenty Ewangelii i rozważania na każdy dzień pielgrzymki. Teksty nie są zbyt rozbudowane i formalne, a raczej krótkie, konkretne, a jednocześnie ciekawe. Dodatkowym plusem jest zastosowanie czytelnej czcionki oraz pogrubianie ważniejszych informacji. Kolorystyka strony jest stonowana, co również ułatwia odbiór treści (grafika 7).

Grafika 7. Screen ze strony internetowej WAPM



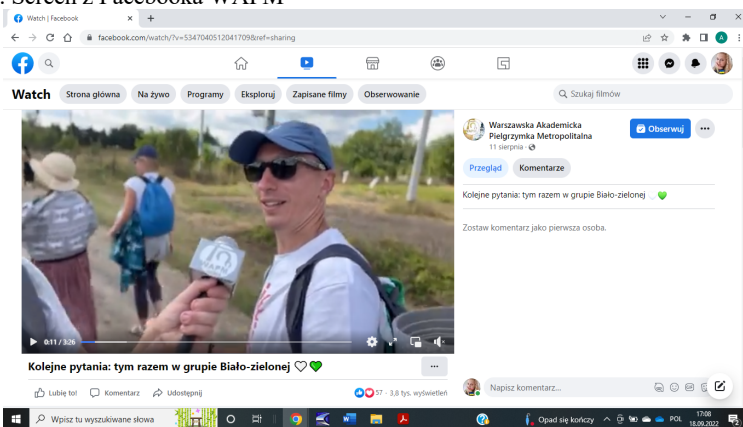
Źródło: *Zapisy*, „WAPM.waw.pl”, <http://www.wapm.waw.pl/zapisy/> (dostęp: 14.09.2022 r.)

Interfejs graficzny strony WAPM jest przyjemny w odbiorze i nowoczesny. Strona nie jest przeładowana informacjami i grafikami. Dostosowano ją do urządzeń mobilnych. Dodatkowo są tu informacje o mediach społecznościowych WAPM i przekierowanie na owe profile.

Po analizie strony internetowej WAPM omówione zostaną media społecznościowe pielgrzymki. WAPM prowadzi swój profil na Facebooku, Twitterze, Instagramie. Poniżej przeanalizowano wspomniane media społecznościowe WAPM z uwzględnieniem wpisów z 2022 roku.

Oficjalny profil WAPM na Facebooku prowadzony jest przez organizatorów pielgrzymki²⁴. Do tej pory polubiło go 8157 osób (dane na dzień 9.09.2022 r.). Fanpage WAPM jest na bieżąco aktualizowany przez większość roku. Należy jednak zauważyć, iż od stycznia do drugiej połowy kwietnia 2022 roku brakuje wpisów. Posty od maja do początku sierpnia są w większości fotorelacją z ubiegłorocznej pielgrzymki. Zachęcają jednocześnie do wyruszenia na szlak w 2022 roku. Są tu informacje m.in. o haśle pielgrzymki, zapisach, grupach. Podczas trwania pielgrzymki na fanpage-u WAPM umieszczano codziennie fotorelacje, filmy, a także transmitowano na żywo ważniejsze wydarzenia z danego dnia: Mszę Świętą, Apel Jasnogórski. W postach zawarte są też rozważania dotyczące wiary na każdy dzień pielgrzymki wraz z fragmentami Ewangelii oraz modlitwy. Filmy są zrealizowane na wysokim poziomie technicznym i merytorycznym w formie wywiadów z pielgrzymami, organizatorami. W rozmowach pielgrzymi dzielą się swoim świadectwem wiary, mówią czym jest dla nich pielgrzymka, jak wpływa na ich życie i więź z Bogiem. Rozmowy przeprowadza m. in. reżyser i scenarzysta filmów o tematyce chrześcijańskiej - Maciej Syka²⁵. Jakość techniczna fotografii jest także bardzo dobra (grafika 8).

Grafika 8. Screen z Facebooka WAPM



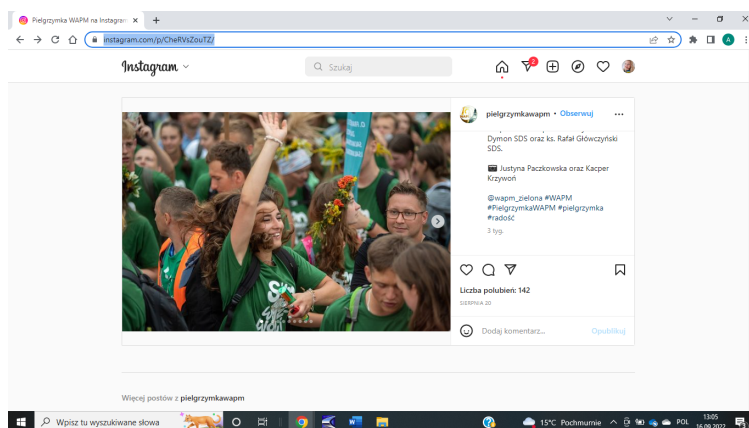
Źródło: *Kolejne pytania: tym razem w grupie Bialo-zielonej*, „Facebook”, <https://www.facebook.com/watch/?v=5347040512041709&ref=sharing> (dostęp: 14.09.2022 r.)

²⁴ Adres profilu: <https://www.facebook.com/pielgrzymkaWAPM>.

²⁵ Maciej Syka wyreżyserował wraz z bratem Tadeuszem Syką m.in. film dotyczący kardynała Stefana Wyszyńskiego „Wyszyński – zemsta czy przebaczenie” (2021).

Organizatorzy WAPM prowadzą profil na Instagramie o nazwie „pielgrzymkawapm”²⁶. Profil ma prawie 1 400 obserwujących. Od stycznia do maja 2022 roku brakuje wpisów na Instagramie WAPM, natomiast jest regularnie uzupełniany od czerwca do sierpnia 2022 roku. Nowe posty pojawiają się w tym czasie co kilka dni. Największą regularność wpisów można zaobserwować podczas pielgrzymki. Są one umieszczane w tym okresie na profilu codziennie. Tu również znajdują się rozważania duchowe na każdy dzień pielgrzymki. Zdjęcia na Instagramie WAPM są bardzo dobrej jakości technicznej. Grafika 9 przedstawia jedną z fotografii.

Grafika 9. Screen z Instagrama WAPM



Źródło: „pielgrzymkawapm”, <https://www.instagram.com/p/ChERVsZouTZ/> (dostęp: 14.09.2022 r.).

Fotografie opatrzone są kilkudziesięciu opisami. Są przygotowane na dobrym poziomie merytorycznym, zgodnie ze standardami social mediów (hasztagi, emotki). Liczba „polubień” wpisów wynosi od kilkudziesięciu do prawie dwustu. Posty są chętnie komentowane przez odbiorców. W komentarzach znajdują się intencje modlitewne, pozdrowienia, słowa wsparcia dla pielgrzymów, a także modlitwy.

Twitter pielgrzymki prowadzony jest od 2011 roku²⁷. Umieszczono od tego czasu 826 Tweetów. Profil obserwuje 180 osób. Nie jest on regularnie uzupełniany. Od marca 2019 roku brakuje nowych wpisów.

Wnioski

Analiza stron internetowych i mediów społecznościowych WPP oraz WAPM pozwala na udzielenie odpowiedzi na pytania pomocnicze postawione na początku artykułu: Jaka jest zawartość stron internetowych i mediów

²⁶ Adres profilu: <https://www.instagram.com/pielgrzymkawapm/>.

²⁷ Adres profilu: <https://twitter.com/PielgrzymkaWAPM>.

społecznościowych omawianych pielgrzymek? W jaki sposób treści religijne są w nich prezentowane? Organizatorzy obu pielgrzymek umieszczają treści słowne i wizualne na stronach internetowych. Zaznaczyć jednak trzeba, iż WAPM posiada własną stronę internetową, zaś WPP jedynie podstronę na platformie prowadzonej przez Ojców Paulinów. Treści dotyczące WPP i WAPM na stronach internetowych są adekwatne do tematu pielgrzymki i przekazują niezbędne informacje w tej kwestii. W obu przypadkach na stronach zawarte są zachęty do wspólnej wędrówki w celu rozwoju wiary i pogłębienia więzi z Bogiem, a także modlitwy. Teksty na stronie WPP są jednak zbyt formalne i rozbudowane, mało dynamiczne i niezbyt przejrzyste. Warstwa słowna na stronie WAPM jest spójna, dopracowana i ciekawa. Pod względem graficznym strona WPP jest dosyć prosta i uboga. Fotografie i obrazy przygotowane są w średniej jakości technicznej i estetycznej. Również kolorystyka (jaskrawa) oraz czcionka nie zachęca to przeglądania strony. Inaczej jest w tych kwestiach na stronie WAPM. Szata graficzna strony WAPM jest przyjemna w odbiorze i nowoczesna. Podobnie czcionka i stosowana kolorystyka zachęcają do eksploracji strony. Atutem obu stron jest dostosowanie do urządzeń mobilnych. Strona WAPM przekierowuje odbiorców do mediów społecznościowych pielgrzymki. Niestety tej funkcji brakuje na stronie WPP.

Jeśli chodzi o social media WPP i WAPM, to obie pielgrzymki posiadają profil na Facebooku (WPP nawet dwa), Instagramie i Twitterze. Fanpage-a na Facebooku WPP i WAPM są prowadzone w sposób poprawny. Treści zawarte we wpisach zachęcają do pogłębienia więzi z Bogiem. Znajdują się tu świadectwa pielgrzymów świeckich i duchowych, rozważania dotyczące wiary wraz w fragmentami Pisma Świętego, modlitwy. Na Facebooku WAPM każdego dnia wędrówki transmitowana jest Msza Święta i Apel Jasnogórski, co pozwala duchowo połączyć się z pielgrzymką. Teksty, fotografie oraz filmy na profilach obu pielgrzymek są przygotowywane w bardzo dobrej jakości technicznej i z odpowiednią starannością o estetykę. Odstępstwem jest tu jednak drugi profil WPP o nazwie „Warszawska Pielgrzymka Piesza WPP w obiektywie”, gdzie umieszczane filmy, fotografie i warstwa werbalna są niedopracowane i niezbyt atrakcyjne. Brakuje tu także aktualizacji profilu przez część roku – regularność i dbałość o aktualizację obserwujemy w okresie przed samą pielgrzymką i podczas wędrówki. Fanpage WAPM również wykazuje braki w kwestii aktualizacji. Przez kilka miesięcy (od stycznia do kwietnia) również brakuje tu nowych wpisów. Instagram WPP jest właściwie nieaktywny od 2019 roku, wcześniej opublikowano tu jedynie 8 wpisów. Dużo lepiej wygląda sytuacja na Instagramie WAPM. Tu wprawdzie brakuje nowych postów od stycznia do maja 2022 roku, lecz jest on regularnie uzupełniany od czerwca do sierpnia 2022 roku. Podczas pielgrzymki wpisy na profilu pojawiają się codziennie i są dobrej jakości. Podobne problemy odnośnie do aktualizacji zaobserwować można na Twitterze obu pielgrzymek. Tu nieco lepiej wygląda sytuacja WPP, bo 2022 roku umieszczono dwa „tweety”, było to jednak jedynie w kwietniu i lipcu. Ciężko mówić

zatem o regularności. Gorzej wygląda ta kwestia na Twitterze WAPM, który właściwie jest nieaktywny od 2019 roku.

Powyższe analizy pozwalają odpowiedzieć twierdząco na główne pytanie badawcze postawione w artykule: Czy i dlaczego promowanie pielgrzymek pieszych w Internecie jest formą komunikacji religijnej? Przemawia za tym niewątpliwie kilka kwestii:

1. Treści werbalne i wizualne dotyczące pielgrzymek pieszych w Internecie niosą za sobą przekaz wiary (komunikacja jako rodzaj kontaktu człowieka z człowiekiem, który prowadzi do Boga, nakierowuje na Boga przy wykorzystaniu Internetu).
2. Treści dotyczące pielgrzymek w Internecie są ważne i interesujące dla odbiorcy związanego z wiarą, o czym świadczy liczna polubień w mediach społecznościowych.
3. Forma przekazu wiary na Facebooku pielgrzymek jest często ciekawa i nowoczesna, zarówno w pod względem merytorycznym, jak i w większości w kontekście jakości technicznej materiałów. Tylko nieliczne materiały wymagają dopracowania.
4. Promocją pielgrzymek na stronach internetowych i w mediach społecznościowych zajmują się osoby będące w Kościele Katolickim, często związane z instytucjami czy wspólnotami kościelnymi.
5. Media społecznościowe są formą interakcji ludzi wierzących - odbiorców i nadawców tychże treści (szczególnie można zaobserwować to na Facebooku pielgrzymek – duża ilość polubień i komentarzy).

Jednocześnie warto zauważyć, iż poziom internetowej komunikacji religijnej pielgrzymek wymaga dopracowania. W tym miejscu wskazane zostaną rady dotyczące poprawy jakości promocji pielgrzymek w sieci (odpowiedź na pytanie pomocnicze: Jakie sugestie i wytyczne można zaproponować osobom odpowiedzialnym za promocję pieszych pielgrzymek na Jasną Górę w Internecie?). Administratorzy platform internetowych pielgrzymek powinni przykładać większą wagę do jakości merytorycznej i technicznej treści słownych, a także wizualnych na stronach internetowych. Należy postawić na nowoczesność przy jednoczesnej prostocie i przejrzystości przekazu. Jeśli chodzi o media społecznościowe warto zadbać szczególnie o regularność i aktualizowanie profili. O ile mniejszy problem obserwuje się na Facebooku, to trzeba zadbać szczególnie o tę kwestię na Instagramie i Twitterze pielgrzymek, które w niektórych przypadkach są praktycznie nieaktywne. Warto skupić jeszcze większą uwagę na kontakcie i interakcji z odbiorcami social mediów pielgrzymek, a także być otwartym na relację z odbiorcami za pośrednictwem strony internetowej.

Zakończenie

Promowanie pielgrzymek pieszych w Internecie jest formą komunikacji religijnej. Poprzez te treści przekazywana jest Ewangelia i tematy bliskie Kościołowi katolickiemu. Są one często dobrej jakości technicznej i merytorycznej, nie-raz wymagają jednak dopracowania. Jedną z rekomendacji autorki może być zwrócenie przez zarządzających kanałami internetowymi uwagi na aktualność informacji, co ma szczególne znaczenie zwłaszcza w mediach społecznościowych. Kwestia relacji między promocją pielgrzymek w Internecie a komunikacją religijną warta jest dalszych rozważań, zwłaszcza w kontekście badań nad odbiorem tej formy – m.in. jak ten odbiór wpływa na wiarę. Autorka artykułu ma nadzieję, że opracowanie może stanowić przyczynek do dalszych badań naukowych wśród badaczy zajmujących się teologią mediów w Polsce.

Podsumowując rozważania warto wskazać, że w kwestiach komunikacji religijnej w Internecie za promocją w sieci powinno iść prawdziwe i żywe świadectwo wiary i miłości. Doskonale myśl tę wyraził Benedykt XVI, wskazując, że: „Nie powinno brakować nam konsekwencji czy spójności w wyrażaniu naszej wiary i świadectwa o Ewangelii w rzeczywistości, w której przychodzi nam żyć - fizycznej czy cyfrowej. (...) Prawdziwe i interaktywne zaangażowanie w pytania i wątpliwości tych, którzy są dalecy od wiary, powinno nam uzmysłowić potrzebę podtrzymywania przez modlitwę i refleksję naszej wiary w obecność Boga, jak i naszej aktywnej dobroczynności: «Gdybym mówił językami ludzi i aniołów, a miłości bym nie miał, stałbym się jak miedź brzęcząca albo cymbał brzęmiący» (1 Kor 13, 1)”²⁸.

* * *

The promotion of Warsaw Pilgrimages to Jasna Góra on the internet as a form of religious communication

Summary

Nowadays the media are present in many areas of human life, including faith. This article analyzes the promotion of walking pilgrimages on the internet as a form of religious communication. The examples of the Warsaw Walking Pilgrimage to Jasna Góra and the Warsaw Metropolitan Academic Pilgrimage were used. The aim of the research was to answer the question: whether and why promoting pedestrian pilgrimages on the internet is a form of religious communication? The following supporting questions were also asked: What is the content of the websites and social media of the pilgrimages in question? How is religious content presented in them? What suggestions and guidelines can be

²⁸ Benedykt XVI, *Portale społecznościowe...*, dz. cyt. (dostęp: 15.09.2022 r.).

offered to those responsible for the promotion of walking pilgrimages to Jasna Góra on the internet?

Keywords: religious communication, faith, internet, pilgrimages, promotion

Bibliografia

- Benedykt XVI, *Portale społecznościowe: bramy prawdy i wiary, nowe przestrzenie dla ewangelizacji*, 2013, <https://www.paulus.org.pl/220,47-sdssp-benedykt-xvi-2013> (dostęp: 12.09.2022 r.)
- Czupryński W., *Wizerunek małżeństwa i rodziny na stronach internetowych warmińskich parafii*, „Studia Elckie” 23(2021), nr 3.
- Grupy „WarszawaPaulini.pl”, <https://www.warszawa.paulini.pl/grupy> (dostęp: 13.09.2022 r.)
- Grupy zasadnicze w drodze do Belska, „Warszawska Pielgrzymka Piesza WPP z obiektywie”, <https://fb.watch/fCUUnEdgPrJ/> (dostęp: 13.09.2022 r.)
- Hanas Z., *Internet religijny a religijność internetowa: eksploracja pola badawczego*, w: *Media w transformacji*, A. Graczyk, K. Marcyński SAC, M. Przybysz (red.), Warszawa 2013.
- Historia, „WarszawaPaulini.pl”, <https://www.warszawa.paulini.pl/historia-wpp> (dostęp: 13.09.2022 r.)
- Informacje, „WAPM.waw.pl”, <http://www.wapm.waw.pl/informacje/> (dostęp: 13.09.2022 r.)
- Jeż A., *Jezus Chrystus w kontekście ludzkiej komunikacji*, Tarnów 2002.
- Kolejne pytania: tym razem w grupie Bialo-zielonej, „Facebook”, <https://www.facebook.com/watch/?v=5347040512041709&ref=sharing> (dostęp: 14.09.2022 r.)
- Leśniczak R., *Kategoria tożsamości i stereotypu w komunikacji religijnej. Próba hermeneutycznej interpretacji tekstów prasowych tygodnika „Newsweek Polska” w kontekście obrad synodu o rodzinie 2014–2015*, „Acta Universitatis Lodzianensis. Folia Litteraria Polonica”, tom 51, 2018.
- Małec A., *Ks. dr Marcyński SAC o komunikacji religijnej*, „Ekai.pl”, <https://www.ekai.pl/ks-dr-marcyński-sac-o-komunikacji-religijnej/> (dostęp: 13.09.2022 r.)
- Najstarsza warszawska pielgrzymka wyruszyła na Jasną Górę, „TVN24.pl”, <https://tvn24.pl/tvn-warszawa/najnowsze/warszawa-311-warszawska-pielgrzymka-piesza-wyruszyła-na-jasna-gore-6059219> (dostęp: 13.09.2022 r.)
- Niedźwiecka D., *Pielgrzymki: fenomen narodowy*, „PCh24.pl”, <https://pch24.pl/pielgrzymka-fenomen-narodowy/> (dostęp: 12.09.2022 r.)
- Pastwa R. J., *Komunikowanie religijne na przykładzie Kościoła katolickiego w Polsce z uwzględnieniem kontekstu pandemii koronawirusa*, „Kultura-Media-Teologia” 41(2020).
- Pielgrzymi w drodze na Jasną Górę. Pokonają około 300 kilometrów, zatrzymają się w ponad 100 wsiach, „TVN24.pl”, <https://tvn24.pl/tvnwarszawa/najnowsze/warszawa-prawie-dwa-ty-siace-osob-wyruszylo-w-pielgrzymke-na-jasna-gore-6058079> (dostęp: 13.09.2022 r.)
- Pielgrzymka Warszawska, „Facebook”, <https://www.facebook.com/pielgrzymkawarszawska/videos/443248157485981/> (dostęp: 13.09.2022 r.)
- Pielgrzymka Warszawska, „Facebook”, <https://www.facebook.com/pielgrzymkawarszawska/photos/a.113315473939442/489148519689467/> (dostęp: 13.09.2022 r.)
- Pielgrzymkawapm, „Instagram”, <https://www.instagram.com/p/CheRVsZouTZ/> (dostęp: 14.09.2022 r.)
- Poznaliśmy hasło tegorocznej 311 WPP. Już szykujemy aparaty i sprzęt do filmowania, „Warszawska Pielgrzymka Piesza WPP w obiektywie”, <https://www.facebook.com/wpppaulini/photos/a.1950155078598215/3184658521814525/> (dostęp: 13.09.2022 r.)
- Skąd wyruszyło najwięcej wiernych? Pielgrzymki na Jasną Górę w liczbach, „Onet.pl”, <https://www.onet.pl/informacje/kai/skad-wyruszylo-najwiecej-wiernych-pielgrzymki-na-jasna-gore-w-liczbach/lfgv8bf30bc1058> (dostęp: 13.09.2022 r.)
- Śniadach G., *Parafia w dobie internetu*, Warszawa 2019.
- Warszawska Pielgrzymka Piesza, „WarszawaPaulini.pl”, <https://www.warszawa.paulini.pl/warszawska-pielgrzymka-piesza> (dostęp: 13.09.2022 r.)
- Zapisy, „WAPM.waw.pl”, <http://www.wapm.waw.pl/zapisy/> (dostęp: 14.09.2022 r.)