

Rafał Jakub Pastwa
Katolicki Uniwersytet Lubelski Jana Pawła II

Analiza zjawiska zmiany w procesie wiary i praktyk Polaków na podstawie Komunikatu z Badań CBOS „Religijność młodych na tle ogółu społeczeństwa” w odniesieniu do teorii mediatyzacji religii S. Hjarvarda

Wprowadzenie

Podstawowym celem artykułu jest wyodrębnienie medialnych i pozamedialnych czynników, które wpłynęły na zmiany w procesie wiary i praktyk, w tym najmłodszych Polaków, na podstawie analizy Komunikatu z Badań CBOS *Religijność młodych na tle ogółu społeczeństwa*, opublikowanego w listopadzie 2021 r. w odniesieniu do procesu mediatyzacji religii w oparciu o teorię Stiga Hjarvarda¹. Wybór teorii zaproponowanej przez profesora Uniwersytetu w Kopenhadze jest podyktowany faktem, iż definicja mediatyzacji przez niego zaproponowana łączy nurt instytucjonalny i konstruktywistyczny². Zastosowano metodę analityczno-syntetyczną oraz w związku z wyborem teorii Hjarvarda – podejście określane mianem *non-media-centric*, które utrzymuje, iż istnieją czynniki pozamedialne przyczyniające się do zmian w obszarze kultury i społeczeństwa. Media i technologie jednak do tego stopnia kolonizują kulturę i społeczeństwo, że nie można ich rozpatrywać w oderwaniu od instytucji społecznych i kulturalnych. Proces mediatyzacji powoduje, że religia staje się coraz bardziej podporządkowana logice mediów. Te stały się podstawowym źródłem informacji na jej temat, od dawna kształtują wyobraźnię religijną zgodnie z mentalnością kultury popularnej, przejmując coraz więcej funkcji zarezerwowanych niegdyś dla tradycyjnych religii³. Mediatyzacja nie dotyczy tylko obszaru religii i instytucji religijnych, jest

¹ *Religijność młodych na tle ogółu społeczeństwa* [W:] Komunikaty z badań CBOS, [online], 2021, <https://www.cbos.pl/PL/publikacje/raporty.php>, [dostęp: 08.01.2022].

² Nowak-Teter E., *Temporalny wymiar mediatyzacji, czyli co media robią z naszym czasem*, „Zeszyty Prasoznawcze”, 2018, nr 61(3), s. 514-515.

³ Hjarvard S., *The mediatization of religion: A theory of the media as agents of religious change*, „Northern Lights”, 2008, nr 6 (1), s. 9.

bowiem procesem o wiele szerszym i ogólniejszym – gdyż różne instytucje społeczne i kulturowe stały się zależne od mediów i ich logiki⁴. Oznacza to, że poszczególne pola społeczne i kulturowe oddziałują na siebie – za pośrednictwem mediów. Należy więc uznać, że zmiany na polu religijnym dokonują się przy udziale czynników pozamedialnych, ale nie bez udziału mediów.

Rdzeń przeobrażeń

Współczesny mieszkaniec krajów rozwiniętych żyje przede wszystkim w środowisku cyfrowym, a warunki tu panujące skłaniają go do tego, by konsumował narzędzia i technologie komunikacyjne – często bezwiednie, leniwie, co czyni go jeszcze wyraźniej bezbronny wobec potęgi mediów i technologii. Taka forma egzystencji jest coraz częściej uzasadniana kulturowo, a środowisko cyfrowe ma decydujący wpływ na postrzeganie świata, a także jego poszczególnych fragmentów. Dotyczy to również religii, Ewangelii czy instytucji Kościoła rzymskokatolickiego⁵. Mediatyzacja religii oraz instytucji religijnych jest jednym ze stopni laicyzacji, a proces ten ma charakter historyczny⁶. Jednak uznanie, iż wyłącznie mediatyzacja jest odpowiedzialna za zachodzące zmiany w obszarze kultury i praktyk społecznych, w tym w obszarze religijności, byłoby uproszczeniem. Istnieją bowiem liczne czynniki pozamedialne, które przyczyniają się do zmian w obszarze współczesnej kultury i praktyk społecznych. Jak zauważono, dynamika zmian pod wpływem mediów nie stanowi wyizolowanego mechanizmu, ale jest obszarem oddziaływań oraz kontekstów i interakcji społecznych oraz kulturowych⁷. Ponadto procesy mediatyzacji – kolonizacji obszarów życia społecznego, nie zachodzą wszędzie w jednakowym tempie i z jednakową skutecznością. Dowodem na potwierdzenie tej tezy może być raport Międzynarodowego Związku Telekomunikacyjnego (ITU). Jednak pandemia COVID-19 spowodowała wyraźnie przyspieszony wzrost użytkowników Internetu z 4,1 mld w 2019 r. do 4,9 mld w 2021 r. Wpłynęły na to warunki życia w interpandemicznym świecie, gdzie jednostki i całe grupy społeczne zmuszone zostały do świadczenia usług pracy w formie zdalnej, podobnie jeśli chodzi o usługi zdrowotne, a także edukację oraz rozrywkę. Mimo tego wzrastającego trendu, nadal 2,9 miliarda globalnej populacji nie ma dostępu do Internetu. Dotyczy to niemal wyłącznie mieszkańców krajów rozwijających się, a wskaźnik ten wynosi 96 procent⁸.

⁴ Tenże, *Three Forms of Mediatized Religion. Changing the Public Face of Religion* [W:] S. Hjarvard, M. Lövheim (red.), *Mediatization and Religion. Nordic Perspectives*, Göteborg, Nordicom, 2012, s. 26.

⁵ Wojtysiak J., *Zły rok?*, [online], 2021-01-02, <https://www.gosc.pl/doc/6674707.Zly-rok>, [dostęp: 10.01.2022].

⁶ Sierocki R., *Praktykowanie religii w mediach. Katolicka przestrzeń Facebooka*, Toruń, Wydawnictwo Adam Marszałek, 2018, s. 76.

⁷ Driessens O., Hjarvard S., *Introduction: Situating Dynamics of Mediatization* [W:] O. Driessens, G. Bolin, A. Hepp, S. Hjarvard, (red.), *Transforming Communications – Studies in Cross-Media Research. Transforming Communications – Studies in Cross-Media Research*, Bremen, ZeMKI, 2017, s. 2.

⁸ *Szczyt Cyfrowy ONZ - IGF 2021* [W:] Unic Warsaw, Ośrodek Informacji ONZ w Warszawie, [online], 2021-12-06, <http://www.unic.un.org.pl/oionz/nota-prasowa:-szczyt-cyfrowy-onz-%E2%80%93-igf-2021/3445#>, [dostęp: 20.12.2021].

Jakkolwiek nie można wszystkich zmian w obszarze współczesnej kultury i praktyki społeczeństw przypisywać wyłącznie postępującej kolonizacji rzeczywistości przez media cyfrowe, to wzmożona widoczność treści religijnych w środkach masowego przekazu nie jest jej odzwierciedleniem, ale prowadzi do zmiany jej pozycji w nowoczesnym społeczeństwie⁹. W kontekście zjawiska przyspieszonej laicyzacji, a także coraz częstszych przejawów *cancel culture*¹⁰ w odniesieniu do wpływowych podmiotów¹¹, także religijnych – a takim jest nadal bez wątpienia Kościół rzymskokatolicki w Polsce – należy uznać, że mediatyzacja stanowi rdzeń i wspólny mianownik nieodwracalnych przeobrażeń i dekompozycji. Czynniki prowadzące do unieważniania katolicyzmu, a także instytucji Kościoła rzymskokatolickiego w przestrzeni publicznej, zyskały nową siłę, trafiając na grunt mediów cyfrowych, w tym społecznościowych¹². Obszar ten nie będzie tu rozwijany, wymaga bowiem oddzielnego opracowania.

Mediatyzacja religii

Definicję mediatyzacji przyjmuje się za Stigiem Hjarvardem. Zjawisko to należy rozważać w tym ujęciu jako dwustronny proces zaawansowanej nowoczesności, gdzie media z jednej strony stają się niezależną instytucją, z własną logiką, do której muszą się dostosować inne instytucje społeczne, z drugiej zaś strony – stanowią równocześnie integralną część innych sfer życia, takich jak: polityka, rodzina, praca, sport, muzyka czy religia, co zauważalne jest chociażby na poziomie interaktywności zachodzących tu procesów zapośredniczonych medialnie¹³.

Hjarvard używa terminu mediatyzacja jako centralnej koncepcji w teorii rozumienia rosnącego i zmieniającego się znaczenia i usytuowania mediów w kulturze i zmodernizowanym społeczeństwie. Przez mediatyzację kultury i społeczeństwa rozumie proces, w którym kultura i społeczeństwo są coraz bardziej zależne od mediów

⁹ Hjarvard S., *Three Forms of Mediatized Religion...*, s. 24.

¹⁰ „Anulowanie” – oznacza medialnie zapośredniczone wycofywanie wsparcia i poparcia wpływowych i potężnym podmiotom publicznym, co wyraża się często w formie oburzenia i zawstydzania, w związku ze słowami lub działaniami, które nie są akceptowalne szczególnie przez dotychczas marginalizowane i wykluczane grupy osób i jednostki „pozbawione głosu” w dobie dominacji mediów tradycyjnych. Jedną z form anulowania wpływowych i widocznych medialnie podmiotów jest pomijanie ich w debacie, bojkotowanie wydarzeń z ich udziałem lub unieważnianie ich działań, a także dorobku, w tym historycznych zasług i osiągnięć. Anulowanie, (niekiedy stosuje się terminy: *wymazywanie, wycinanie, unieważnianie*), jest procesem realnym, dotkliwym i praktycznie nieodwracalnym ze względu na stale postępującą siłę i znaczenie mediów cyfrowych, w tym mediów społecznościowych.

¹¹ Clark M.D., *Drag Them: A brief etymology of so-called “cancel culture”*, „Communication and the Public”, [online], 2020, nr 5, s. 89, <https://journals.sagepub.com/doi/full/10.1177/2057047320961562>, [dostęp: 31.01.2022].

¹² Formicola J.R., *The Catholic Religious Presence in Civil Society: A Waning Influence*, „Religions”, 2021, nr 12, s. 7.

¹³ Hjarvard S., *The Mediatization of Society. A Theory of the Media as Agends of Social and Cultural Changes*, „Nordicom Review”, 2008, nr 29, s. 105.

i ich logiki. Proces mediatyzacji w takim ujęciu charakteryzuje się dwustronnością, w której media zostały zintegrowane z działalnością innych instytucji społecznych i sfer kultury, a same stały się niezależną instytucją. W konsekwencji interakcja między instytucjami i w całym społeczeństwie nie może się odbywać bez współuczestnictwa mediów¹⁴. Duński badacz, powołując się na intuicję Giddensa, zaznacza, że mediatyzację należy postrzegać jako proces modernizacji, podobnie jak się to czyni z globalizacją, urbanizacją czy indywidualizacją. Media mogą zarówno przyczyniać się do „oderwania relacji społecznych od istniejących kontekstów”, jak też osadzić je powtórnie – lecz w zupełnie zmienionych kontekstach¹⁵. Mediatyzacja może być, po pierwsze, traktowana jako samodzielna koncepcja badawcza, po wtóre – jako koncentracja na pewnych aspektach życia społecznego, po trzecie – jako termin używany w badaniach pewnych fragmentów rzeczywistości¹⁶.

Aktualnie za pośrednictwem tego terminu określa się wpływ mediów na różne zjawiska oraz sfery życia społecznego, do których zaliczyć należy również religię. Za Meyrowitzem wyróżnia się trzy typy metafor medialnych: media jako kanały, media jako języki i media jako środowiska¹⁷. Tak rozumiane metafory mają służyć pogłębionej i skutecznej analizie komunikowania zapośredniczonego medialnie. Hjarvard wykorzystał ten podział, by wyjaśnić, w jaki sposób media wpływają na religię:

1. media jako kanały – zwraca się uwagę na to, w jaki sposób media dostarczają wiadomości oraz symboli dla użytkowników-konsumentów mediów, a także jakich dostarczają treści. Media przekazują także treści religijne, ale w tym rozumieniu – są wyłącznie kanałami, poprzez które w ograniczony sposób dostarczane są treści pochodzące z instytucji religijnych;
2. media jako języki – chodzi o zwrócenie uwagi na to, w jaki sposób media tworzą przekazy i relacje komunikacyjne między nadawcą, komunikatem a odbiorcą. Istotne w tym obszarze jest analizowanie cech gatunkowych oraz rodzajów mediów, co istotnie wpływa na konstrukcję przekazywanych treści i ich rozumienie. Oznacza to, że religia i treści religijne są sformatowane do określonych gatunków oraz rodzaju mediów. Np. media komercyjne nie gwarantują wpływu i kontroli na publikowane treści o charakterze religijnym. Poprzez język kultury popularnej zadomowionej w mediach, również religia stała się częścią świata rozrywki i sfery zindywidualizowanej;
3. media jako środowiska – ten typ metafor koncentruje uwagę na tym, jak systemy i instytucje medialne wpływają na porządkowanie sfery komunikacyjnej z użytkownikami-konsumentami mediów. Pozwala to analizować przemiany społeczne i kulturowe, w tym religijne, zachodzące w dłuższej perspektywie czasowej. Przyczynia się do zrozumienia zmian pozycji i roli religii wraz ze

¹⁴ Tenże, *The Mediatization of Culture and Society*, New York, Routledge, 2013, s. 17.

¹⁵ Tamże, s. 7.

¹⁶ Molęda-Zdziech M., *Czas celebrytów. Mediatyzacja życia publicznego*, Warszawa, Difin, 2013, s. 35.

¹⁷ Hjarvard S., *The Mediatization of Culture...*, s. 81.

zmianami, jakie zachodzą w obszarze mediów rozumianych jako sieci, które opanowały niemal wszystkie wymiary życia współczesnego człowieka. Media kształtują zatem także poszczególne wspólnoty, wpływają na przynależność, emocje, pozwalają na przedłużanie lub realizowanie rytuałów w codziennym życiu, a także w życiu grup i wspólnot. Stąd twierdzenie, że przejęły wiele funkcji zarezerwowanych niegdyś dla tradycyjnie rozumianych instytucji religijnych, rodziny czy szkoły. Media ostatecznie stały się podstawowym źródłem informacji dla społeczeństw i jednostek.

Dopiero tak rozumiane media: jako kanały, języki i środowiska, są, według medioznawcy z uniwersytetu w Kopenhadze, odpowiedzialne za mediatyzację religii. Zjawisko to prowadzi bowiem do licznych i złożonych przeobrażeń religii, co ma wpływ na szeroko rozumiane komunikowanie religijne, praktyki religijne oraz panujące relacje w obrębie poszczególnych wspólnot. Proces ten nie omija również samej wiary, która we współczesnej perspektywie kulturowej ulega m.in. prywatyzacji oraz indywidualizacji. Nie oznacza to – jak twierdzi Hjarvard – powstania nowego rodzaju religii, ale prowadzi do powstania nowej sytuacji społecznej i kulturowej, w której religia znalazła się w zupełnie nowym kontekście i w odmiennym położeniu¹⁸.

Hjarvard wyróżnił także trzy formy zmediatyzowanej religii, z których każda posiada odrębny rodzaj ram instytucjonalnych: media religijne, dziennikarstwo o religii, banalizacja religii (utowarowienie religii). Przez media religijne rozumie system organizacji i praktyk medialnych wykonywanych i kontrolowanych przez liderów i aktorów życia religijnego, zarówno w formie zindywidualizowanej, jak i we wspólnocie¹⁹. Media religijne „podejmują starania kształtowania wspólnot religijnych i wzmacniania tożsamości religijnej w wymiarze jednostkowym i grupowym”²⁰. Media cyfrowe dały nowe możliwości komunikacyjne, tak w obszarze wspólnoty wierzących, jak w kontakcie z opinią publiczną i pozostałymi mediami, jednak nie zapewniło to dostarczenia do zbyt wielu osób spoza grupy wiernych. Ponadto media cyfrowe przy ich powszechnym użyciu nie pozwalają liderom oraz instytucjom religijnym na kontrolę publikowanych treści o charakterze religijnym. Kultura dominująca w mediach cyfrowych prowadzi również do przesunięcia pozycji autorytetów religijnych oraz do indywidualizacji zachowań przy odejściu od zinstytucjonalizowanych relacji, przy czym media religijne oceniane są według tych samych kryteriów, co media laickie, jednak poddawane są presji upodabniania się do skuteczności nadawców komercyjnych²¹.

W ostatnich dekadach media w wielu krajach zaczęły informować o kwestiach związanych z religią i wspólnotami wyznaniowymi, gdyż uznano pod wpływem licznych wydarzeń o charakterze globalnym, że można mówić o istotnym wpływie

¹⁸ Tamże, s. 81-83.

¹⁹ Tamże, s. 83.

²⁰ Szulich-Kałuża J., *Listopadowe święta w rzeczywistości zmediatyzowanej*, [online], 2021-10-29, https://www.kul.pl/listopadowe-swiewa-w-rzeczywistosci-zmediatyzowanej,art_96637.html, [dostęp: 08.01.2022].

²¹ Hjarvard S., *The Mediatization of Culture...*, s. 85-86.

społecznym religii. Doprowadziło to również do nowego spojrzenia na studia nad religią²². W tej zmediatyzowanej formie religii aktywność dziennikarska sprawia, że religia staje się jednym z kluczowych obszarów dyskursu kulturowego i społecznego. Obraz religii w mediach zależy jest bowiem od wartości i warsztatu dziennikarskiego, od subiektywnych reakcji dziennikarza na dominujące w społeczeństwie dyskursy oraz oczekiwania użytkowników-konsumentów mediów. Hjarvard zauważa przy tym, iż w sytuacji, gdy sprawy religijne nie stanowią kwestii spornych lub problematycznych, nie są kojarzone z konfliktami i sporem światopoglądowym, zagrożeniem lub nadużyciami seksualnymi niektórych duchownych, to nie znajdują się w głównym wydaniu wiadomości, nawet gdyby były istotne z punktu widzenia konkretnej wspólnoty wyznaniowej²³.

Duńczyk podkreśla, że dziennikarstwo religijne przeniosło swój obszar działania do politycznej sfery publicznej. Trzecia z wyróżnionych przez niego form zmediatyzowanej religii, tzw. *banal religion* (religia banalna), wprowadza z kolei wyobraźnię religijną w obszar dominującej kultury popularnej. Oznacza to, że religia stała się jednym z wielu produktów na rynku rozrywki i postrzegana jest jako towar konsumenci, nie tylko w wymiarze indywidualnym. Ma to służyć podtrzymywaniu komfortowych warunków egzystencji, zaspokajaniu potrzeb konsumenckich i estetycznych. Elementy *banal religion* mogą wywoływać określone emocje, wpływać na przeżycia i – jak zaznacza autor *The Mediatization of Culture and Society* – przedostawać się w różnych kierunkach poza kontrolę instytucji religijnych czy autorytetów. Mogą też być przywoływane w dowolnym czasie, miejscu i okolicznościach²⁴. Kościół odnalazł się w medium, jakim jest Internet, i korzysta z jego możliwości, ale, jak zauważa J. Mariański, „Kościół w sieci jest dowodem jego modernizacji, ale być może i niekiedy przejawem banalizacji religii i wiary”²⁵. Stąd należy uznać, że aktywność mediów we współczesnej kulturze nie zawsze jest zgodna z interesem instytucji religijnych, w tym Kościoła rzymskokatolickiego w Polsce²⁶.

Media przejęły wiele obszarów zarezerwowanych niegdyś dla tradycyjnych religii, m.in. wpływają na sposób myślenia, stają się wyłącznymi pośrednikami wspólnych doświadczeń, a także interpretują świat. Stają się węzłowym obszarem kompresowania złożonych i odmiennych rzeczywistości, co jednak przyczynia się do kreowania fragmentarycznego obrazu świata²⁷. Media i technologie komunikacyjne stanowią jeden z głównych czynników wpływu na społeczeństwo i normy oraz zachowania spo-

²² Campbell H., *Making Space for Religion in Internet Studies*, „The Information Society”, 2005, nr 21, s. 309.

²³ Hjarvard S., *The Mediatization of Culture...*, s. 88-89.

²⁴ Tamże, s. 92.

²⁵ Mariański J., *Internet a religia*, „Zeszyty Naukowe Katolickiego Uniwersytetu Lubelskiego Jana Pawła II”, 2021, nr 63(2), s. 10.

²⁶ Stachowska E., *Mediatyzacja religii w Polsce. Wybrane aspekty w koncepcji S. Hjarvarda*, „Uniwersyteckie Czasopismo Socjologiczne”, 2017, nr 21 (4), s. 42-43.

²⁷ Halík T., *Wzywany czy niewzywany Bóg się tutaj zjawi. Europejskie wykłady z filozofii i socjologii dziejów chrześcijaństwa*, tłum. A. Babuchowski, Kraków, Wydawnictwo WAM, 2006, s. 3-36.

łeczne. Sprzyja temu kolonizacja rzeczywistości poprzez media cyfrowe, które stanowią narzędzie „wycigu o wpływy płynące z nowych rynków przyszłych zachowań”²⁸. Z drugiej zaś strony, użytkownicy-konsumenci mediów dostosowują zachowania do narzędzi technologicznych i mediów, a także kreują nowe formy aktywności²⁹.

Zmiany w procesie wiary i praktyk religijnych polaków

Opublikowany w listopadzie 2021 r. komunikat z badań CBOS *Religijność młodych na tle ogółu społeczeństwa* stanowi podstawę do licznych analiz i dyskusji. Diagnoza rodzi także wiele pytań. Opublikowane badania pokazują dynamikę zmian religijności polskiego społeczeństwa, wiary religijnej i praktyk na przestrzeni lat 1992-2021, przybliżają ponadto uwarunkowania mające wpływ na owe przeobrażenia.

Na przestrzeni niespełna trzydziestu lat zanotowano systematyczny spadek deklaracji wiary, jednak nadal jest to wysoki poziom. Komunikat podaje, że w marcu 1992 r. wierzący stanowili 94 proc. ogółu badanych, natomiast w sierpniu 2021 już tylko 87,4 proc. Zanotowano przy tym wzrost osób niewierzących, w 2021 r. liczba ta wyniosła łącznie 12,5 proc. Raport zwraca uwagę na niejednakową dynamikę zmian w różnych kategoriach społecznych. Zarówno awans społeczny, jak i protesty kobiet po wyroku Trybunału Konstytucyjnego w październiku 2020 r., nie spowodowały znacząco szybszego spadku poziomu wiary religijnej kobiet w porównaniu do poziomu wiary mężczyzn³⁰, jednak nie można wykluczyć, że protesty te wpłynęły w jakimś stopniu na zmniejszenie odsetka praktykujących kobiet³¹.

Zauważono, że wraz z upływem czasu na deklaracje wiary religijnej i niewiary mają wpływ wyodrębnione kategorie wykształcenia. Proces utraty wiary przebiega stosunkowo najszybciej wśród osób z wyższym wykształceniem, wolniej wśród osób ze średnim wykształceniem, a najwolniejsze zmiany w tym obszarze przebiegają w grupie osób z wykształceniem zawodowym, przy czym kobiety pozostają bardziej religijne niż mężczyźni³². Zwiększoną dynamikę zmian pod względem deklaracji wiary zanotowano w większych miastach Polski. W 1991 r. stwierdzono tam 91 proc. ogółu wierzących, natomiast w 2021 r. odnotowano już tylko 72,5 proc. wierzących, przy odsetku osób niewierzących na poziomie 27,5 proc. Zgodnie z raportem – aż co czwarty mieszkaniec największych miast deklaruje niewiarę. Wpływ na *uwalnianie* się od religii ma, według opracowania, wynikać ze sprzyjających temu procesowi

²⁸ Zuboff S., *Wiek kapitalizmu inwigilacji. Walka o przyszłość ludzkości na nowej granicy władzy*, tłum. A. Unterschuetz, Poznań, Zysk i S-ka, 2020, s. 276-277.

²⁹ McLuhan M., *Wybór tekstów*, tłum. E. Różalska, J.M. Stokłosa, Poznań, Zysk i S-ka, 2001, s. s. 546-547.

³⁰ *Religijność młodych na tle ogółu społeczeństwa* [W:] Komunikaty z badań CBOS, [online], 2021, <https://www.cbos.pl/PL/publikacje/raporty.php>, s. 2-3, [dostęp: 08.01.2022].

³¹ Tamże, s. 7.

³² Tamże, s. 3-5.

trendom życia w dużym mieście. Należy jednak dostrzec, iż spadek liczby wierzących, choć o zdecydowanie mniejszej dynamice, dotyczy również mieszkańców wsi i mniejszych miast³³.

Jeszcze wyraźniej zauważalne są zmiany pod względem deklaracji praktyk religijnych. W marcu 1992 r. odsetek regularnie praktykujących (kilka razy w tygodniu i raz w tygodniu) wynosił 69,5 proc., a w roku 2021 stanowił tylko 42,9 proc., przy jednoczesnym wzroście niepraktykujących w 2021 r. do poziomu 24,1 proc. Komunikat z badań potwierdza, iż raptowne przyspieszenie procesu porzucania praktyk religijnych odnotowuje się od maja 2020 r. Sugeruje się w opracowaniu, że przyczyną takiego stanu rzeczy może być nagłośnienie przestępstw seksualnych popełnianych przez niektórych duchownych rzymskokatolickich, a także poważne błędy hierarchów w reagowaniu na tego typu nadużycia. Zmniejszenie liczby osób praktykujących wynika ponadto, począwszy od 2020 r., z ograniczeń, jakie przyniosła epidemia COVID-19³⁴. Istotnym czynnikiem wpływu na poziom praktyk religijnych było i jest wykształcenie. Im wyższy poziom wykształcenia, tym niższy był i jest poziom regularnych praktyk religijnych i wyższy odsetek niepraktykowania³⁵. W dużych miastach tylko 27,4 proc. praktykuje regularnie. „Odsetek niepraktykujących sięgnął 40,7 proc. Oznacza to, że czterech na dziesięciu mieszkańców Warszawy, Krakowa, Łodzi, Wrocławia i Poznania nie ma żadnego kontaktu z Kościołem”. Według opracowania wpływ na to mają warunki życia w mieście sprzyjające wolności od religii, a także przewaga mieszkańców z wyższym wykształceniem³⁶.

Niezwykle interesująco przedstawia się związek religijności oraz wieku badanych. W latach 1992-2021 w grupie wiekowej 18-24 odsetek wierzących spadł z poziomu 93 proc. do poziomu 71 proc. Liczba niewierzących w tej samej grupie wiekowej na przestrzeni analogicznego okresu wzrosła z 6,7 proc. do 28,6 proc. Dynamika zmian ulega spowolnieniu w starszych grupach wiekowych. W grupie wiekowej 25-34 odsetek wierzących na przestrzeni analizowanego okresu spadł z 94 proc. do 82 proc. W grupie wiekowej od 65 roku życia procent wierzących spadł z 97,3 do 94,6.

Biorąc pod uwagę aspekt praktyk religijnych, w najmłodszej grupie wiekowej nastąpił spadek z poziomu 69 proc. w 1992 r. do 23 proc. w 2021 r. W tym samym czasie wzrosła liczba niepraktykujących z 7,9 proc. do 36 proc. Według raportu jest to efekt „emancypowania się” młodych, uczących się i studiujących osób, pod wpływem swojej rodziny i najbliższego środowiska³⁷. Należy tu uwzględnić także środowisko cyfrowe. Poziom praktyk w starszych grupach wiekowych również spadł znacząco, jednak ta dynamika okazała się wolniejsza niż w najmłodszej grupie badanych³⁸.

³³ Tamże, s. 4-5.

³⁴ Tamże, s. 6.

³⁵ Tamże, s. 8.

³⁶ Tamże, s. 9.

³⁷ Tamże, s. 10.

³⁸ Tamże.

Największą dynamikę wzrostu osób niewierzących i spadku wierzących zauważa się w dwóch najmłodszych przedziałach wiekowych: w grupie millenialsów urodzonych w latach 1980-1996 i w grupie osób najmłodszych, urodzonych w 1997 r. i później. O ile można mówić o wyraźnym procesie zarzucania praktyk religijnych we wszystkich kohortach wiekowych (pokolenie seniorów – urodzeni w 1947 i wcześniej, *baby boomers* – urodzeni w latach 1948-1955, pokolenie „Solidarności” – urodzeni w latach 1956-1964, pokolenie X – urodzeni w latach 1965-1979), o tyle w przypadku wspomnianych dwóch najmłodszych grup – o gwałtownym³⁹. Spadek regularnych praktyk religijnych zaczął być wyraźniej dostrzegany od początku tego stulecia, a procentowy wzrost liczby niepraktykujących na przestrzeni ostatnich trzech lat. Stąd twierdzenie, że Polska dwóch najmłodszych kohort wiekowych jest przynajmniej *akościelna* (CBOS, 2021, s. 15). W tym kontekście warto dokonać oddzielnych analiz poświęconych apateizmowi, gdyż styl życia zakładający obojętność na Boga i religię może być jedną z charakterystycznych cech pokolenia, które nauczyło się „radzić sobie bez Boga” w warunkach względnego dobrobytu i bezpieczeństwa⁴⁰.

Medialne i pozamedialne przyczyny zmian

Mediatyzacja religii według Hjarvarda sprzyja procesom sekularyzacji, jest ona wprost jednym ze stopni sekularyzacji. Dzieje się tak przede wszystkim dlatego, że banalne przedstawienia religii tworzą narracje medialne, które poddawane są pod pewnymi względami procesowi sekularyzacji – innymi słowy, dochodzi do zmiany, przesuwania lub nawet usuwania oryginalnego znaczenia treści religijnych. Media z coraz większą siłą wyznaczają zwyczaje i rytuały współczesnego człowieka, dlatego tak rozumiana mediatyzacja religii może być uważana za proces stopniowej sekularyzacji w wymiarze historycznym⁴¹. Czy zatem można zaryzykować twierdzenie, że mediatyzacja religii sprzyja, a nawet prowadzi do sekularyzacji? Zdecydowanie media cyfrowe mają coraz silniejszy wpływ na styl życia przedstawicieli poszczególnych grup czy wspólnot religijnych⁴², a także na postrzeganie religii, hierarchów oraz liderów życia religijnego. Od środowiska cyfrowego, w którym żyje użytkownik-konsument mediów, zależy również postrzeganie miejsca i roli instytucji religijnych oraz ich reprezentantów w przestrzeni publicznej.

³⁹ Tamże, s. 13-14.

⁴⁰ Rauch J., *Let It Be. The greatest development in modern religion is not a religion at all – it's an attitude best described as 'apatheism'* [W:] *The Atlantic*, [online], 2003, <https://www.theatlantic.com/magazine/archive/2003/05/let-it-be/302726/>, [dostęp: 10.02.2022].

⁴¹ Hjarvard S., *The mediatization of religion: A theory...*, s. 11-12.

⁴² Guzek D., (2015), *Mediatyzacja religii: analiza pojęcia* [W:] E. Borkowska, A. Pogorzelska-Kliks, B. Wojewoda (red.), *Przestrzenie komunikacji: technika, język, kultura*, Gliwice, Wydawnictwo Politechniki Śląskiej, 2015, s. 71.

Media mają niezwykle silną siłę wpływania na zmiany zachowań społecznych, w tym także religijnych, bo dotyczą swym zasięgiem obszaru emocji⁴³. Można zatem mówić o mediatyzacji jako głównym i długofalowym czynnikiem zmiany religijnej – gdyż, z jednej strony, ukazują one dynamikę przeobrażeń w obrębie instytucji społecznych, technologii czy kultury, a z drugiej – dokonują utrwalania tychże. Należy zauważyć, iż mediatyzacja religii i mediatyzacja Kościoła rzymskokatolickiego, także w Polsce, mimo iż są ze sobą powiązane, powinny być analizowane i rozpatrywane odrębnie.

Analiza komunikatu z badań CBOS z listopada 2021 r. na temat zmian w procesie wiary i praktyk Polaków pozwala dostrzec, iż niezwykle dynamiczne zmiany w tym obszarze zachodzą w dwóch najmłodszych grupach wiekowych. Z perspektywy kościelnej i duszpasterskiej – należy mówić o dramatycznym zarzucaniu praktyk i wiary wśród najmłodszych Polaków. Wydaje się, że nie ma jednej głównej przyczyny owych przemian, ale istnieje wiele czynników, które doprowadziły do ewidentnych zmian religijności polskiego społeczeństwa, wiary religijnej i praktyk na przestrzeni lat 1992-2021. Podłożem przemian jest proces mediatyzacji, w tym mediatyzacji religii i instytucji religijnych. Nie powoduje on ujednoczenia odbioru treści religijnych czy komunikowania o instytucjach religijnych – a raczej obejmuje szereg zmian zachodzących na tym polu. Przyczynia się także do indywidualizacji i sekularyzacji, gdyż żaden autorytet religijny ani instytucja religijna nie ma kontroli nad treściami, które dostają się do mediów cyfrowych i są konsumowane przez ich użytkowników⁴⁴. Jednocześnie, sięgając po media cyfrowe, w tym media społecznościowe, liderzy życia religijnego i hierarchowie dorównują standardom obowiązującym w innych instytucjach i obszarach życia społecznego, jednak automatycznie poddają się kontroli i krytyce użytkowników mediów i opinii publicznej, a błędy popełniane przez nich w obszarze komunikowania religijnego przyczyniają się do banalizacji religii, a także przejawów *cancel culture*. Precyzyjna analiza procesów komunikowania pozwala bowiem określić i nazwać główne problemy społeczne, określane przez M.D. Clark mianem punktów zapalnych w społeczeństwie⁴⁵.

Do głównych czynników zmian w procesie wiary i praktyk, zwłaszcza wśród najmłodszych Polaków, należy zaliczyć przestępstwa seksualne niektórych duchownych rzymskokatolickich i niewłaściwe reakcje hierarchów kościelnych na owe nadużycia, na co zwrócono uwagę w analizowanym raporcie. W konsekwencji skandali pedofilskich zauważono na gruncie polskim zjawisko „odjaniepawlenia”⁴⁶, ponadto w dobie epidemii COVID-19, zwłaszcza podczas protestów ulicznych po wyroku Trybunału Konstytucyjnego z 22 października 2020 r., doszło do licznych przejawów *cancel cultu-*

⁴³ Petersen L.N., *Danish Twilight Fandom. Transformative Processes of Religion* [W:] S. Hjarvard, M. Lövheim, (red.), *Mediatization and Religion. Nordic Perspectives*, Göteborg, Nordicom, 2012, s. 176-177.

⁴⁴ Hjarvard S., *The Mediatization of Culture...*, s. 90-92.

⁴⁵ Clark M.D., *Drag Them: A brief etymology...*, s. 89.

⁴⁶ Duda H., *Zajaniepawlic*, [online], 2020-05-21, <https://lingwistykon.wordpress.com/2020/05/21/zajaniepawlic/>, [dostęp: 07.01.2022].

re w odniesieniu do Kościoła rzymskokatolickiego w Polsce i katolicyzmu. W efekcie liczne grupy odmawiają miejsca liderom życia kościelnego w debacie publicznej, w ten sposób dochodzi do unieważniania i bojkotowania instytucji kościelnej w przestrzeni publicznej, stąd Kościół rzymskokatolicki w Polsce stał się autorytetem wyłącznie dla określonych środowisk, tracąc pozycję dominującej instytucji wpływu społecznego⁴⁷. Zauważa się ponadto brak silnego lidera w Kościele rzymskokatolickim w Polsce, na co wskazują określone zmiany religijności po śmierci Jana Pawła II. Ponadto aktywność mediów we współczesnej kulturze nie zawsze jest zgodna z interesem instytucji religijnych, w tym Kościoła rzymskokatolickiego, w Polsce. Do głównych czynników zmian w procesie wiary i praktyk, zwłaszcza wśród najmłodszych Polaków, należy zaliczyć apateizm.

Dodatkowo czynnikiem prowadzącym do raptownych zmian w procesie wiary i praktyk wśród najmłodszych Polaków jest zaangażowanie polityczne duchownych, a także zbyt duża koncentracja Kościoła rzymskokatolickiego w Polsce na wymiarze doczesnym i instytucjonalnym⁴⁸. Nie bez znaczenia w tym procesie zmian jest sposób, w jaki media kreują wizerunek i wiarygodność instytucji kościelnej. Komunikat CBOS zwraca również uwagę na znaczenie pandemii COVID-19, która ewidentnie wpłynęła na zmianę praktyk religijnych Polaków i je utrwaliła. Z pewnością na zmianę praktyk wpłynęły dyspensy biskupów diecezjalnych w Polsce od obowiązku uczestnictwa w niedzielnych mszach, dotyczyło to także liturgii wielkanocnej w 2020 r.

Do grupy czynników wpływających na zmiany w procesie wiary i praktyk młodych Polaków zaliczyć należy zmiany warunków społeczno-ekonomicznych⁴⁹. Bezpieczeństwo i komfort konsumpcji stały się jeszcze cenniejszym produktem w inter pandemicznym świecie⁵⁰. Współczesny człowiek sięga po uzasadnienia kulturowe w sytuacji, gdy wartości uznawane przez społeczeństwo zderzają się z praktyką i warunkami żywymi⁵¹. Rewolucja antyeschatologiczna prowadzi do „uziemia” transcendencji⁵², stąd nie należy pomijać konstatacji Delsol, która twierdzi, iż przesłanie Ewangelii jest akceptowane w społeczeństwach zachodnich, ale tylko wtedy, gdy jest odarte z wszelkiej transcendencji⁵³. Być może spadek praktyk religijnych wśród najmłodszych ma również charakter antyreligijny i antykościelny. Z pewnością wpływ na zmiany omawianych postaw mają również warunki życia w metropoliach,

⁴⁷ Przciszewski M., *Rok 2021 w Kościele – czas nowych wyzwań*, [online], 2021-12-29, <https://www.ekai.pl/marcin-przciszewski-rok-2021-w-kosciele-czas-nowych-wyzwan/>, [dostęp: 05.01.2022].

⁴⁸ *Religijność młodych na tle...*, s. 15-16.

⁴⁹ Borowiec P., *Obojętność – wybór czy konieczność? Atmosfera permissywnizmu w Polsce*, „Państwo i Społeczeństwo”, 2007, nr 1, s. 3-16.

⁵⁰ Beck U., *Społeczeństwo światowego ryzyka. W poszukiwaniu utraconego bezpieczeństwa*, tłum. B. Baran, Warszawa, Wydawnictwo Naukowe Scholar, 2012, s. 22.

⁵¹ Bauman Z., *Ponowoczesność jako źródło cierpień*, Wyd. 1, Warszawa, Wydawnictwo Sic!, 2000, s. 264-265.

⁵² Tamże, s. 30-313.

⁵³ Delsol CH., *Koniec chrześcijańskiego świata*, [online], 2021-04-25, <https://teologiapolityczna.pl/koniec-chrzescijanskigo-swiatek-chrzescijanstwa-wyklad-prof-chantal-delsol>, [dostęp: 10.01.2022].

gdzie anonimowość, brak kontroli społecznej, niezależność oraz racjonalność – jak sugeruje raport – mogą odgrywać kluczową rolę w praktykowaniu oraz deklarowaniu wiary religijnej⁵⁴.

Podsumowanie

Analiza komunikatu z badań CBOS na temat zmian w procesie wiary i praktyk religijnych Polaków pozwoliła dostrzec niespotykane dotychczas przeobrażenia w tym obszarze w dwóch najmłodszych grupach wiekowych. Spadek deklaracji wiary i tego typu praktyk odnotowano ponadto wśród mieszkańców największych polskich miast. Widoczna stała się również implozja zaufania do instytucji Kościoła rzymskokatolickiego w Polsce.

Osadzenie analizy badań przeprowadzonych przez CBOS w kontekście procesu mediatyzacji religii pozwala na zrozumienie roli i znaczenia mediów w obszarze zmian na polu społecznym i kulturowym, co wpływa na zmianę znaczenia religii we współczesnym świecie. Odwołanie się do metafor i typów zmediatyzowanej religii zaproponowanych przez Hjarvarda sprzyja pogłębionej i skutecznej analizie komunikowania zapośredniczonego medialnie, co w konsekwencji pozwala precyzyjniej ująć sposób i zakres wpływu mediów na religię.

Podejście *non-media-centric* pozwoliło na zwrócenie uwagi na pozamedialne czynniki prowadzące do przemian społeczno-kulturalnych. Zmiany na polu religijnym dokonują się bowiem przy udziale elementów pozamedialnych, jednak nie bez udziału mediów, gdyż poszczególne pola społeczne i kulturowe oddziałują na siebie za ich pośrednictwem. Mediatyzacja jest bowiem procesem wykraczającym poza obszar religii oraz instytucji religijnych, dlatego uznano ją za podstawowe podłoże zmian społeczno-kulturowych, zatem także zmian w usytuowaniu i rozumieniu religii.

Wśród głównych czynników spadku deklaracji wiary i praktyk religijnych, zwłaszcza najmłodszych Polaków, należy wymienić skandale związane z przestępstwami seksualnymi niektórych duchownych, kryzys komunikowania religijnego i błędy hierarchów w reagowaniu na wykorzystywanie seksualne małoletnich, zbyt mocne zaangażowanie instytucji kościelnej w bieżącą politykę, wpływ pandemii COVID-19, protesty po wyroku Trybunału Konstytucyjnego z 22 października 2020 r., zmiany społeczno-ekonomicznych warunków egzystencji sprzyjające anonimowości i niezależności życia w dużych miastach, koncentrację na zabezpieczaniu komfortowych warunków konsumpcji, a także rozwój kultury antyeschatologicznej. Na część diagnozy wyłaniającej się z analizowanego raportu składają się również praktyki religijne i deklaracje wiary najstarszych grup wiekowych. Odkrycie przyczyn niewielkich zmian na przestrzeni niemal trzydziestu lat wśród tej grupy Polaków pozwoliłoby z pewnością precyzyjniej zrozumieć powody „uwalniania się” najmłodszych Polaków od praktyk i wiary religijnej.

⁵⁴ Religijność młodych na tle..., s. 16.

Czy na postawy najmłodszych Polaków mają wpływ również słabość wychowania religijnego w rodzinie, niepowodzenie lekcji religii (katechezy szkolnej), nieatrakcyjność komunikowania religijnego, pogarszający się wizerunek i utrata wiarygodności Kościoła rzymskokatolickiego w Polsce, a także strategie komunikowania mediów na temat Kościoła? Dlaczego w najstarszych kohortach wiekowych nie dochodzi do tak szybkich przeobrażeń? Raport CBOS stawia diagnozę, która stanowi przełomowe wyzwanie dla instytucji kościelnej i liderów religijnych. Strona kościelna zmuszona jest do poszukiwań takich rozwiązań, które umożliwiłyby ponowne nawiązanie dialogu z tymi środowiskami, które obecnie odmawiają hierarchom i liderom religijnym uczestnictwa w debacie społecznej. Niedebatowanie z liderami religijnymi stanowi prawdopodobnie najpoważniejszy przejaw *cancel culture* w odniesieniu do Kościoła rzymskokatolickiego w Polsce.

Bibliografia

- 2021 *Edelman Trust Barometer*, [online], <https://www.edelman.com/trust/2021-trust-barometer>, [dostęp: 08.01.2022].
- BAUMAN Z., *Ponowoczesność jako źródło cierpień*, Wyd. 1, Warszawa, Wydawnictwo Sic!, 2000.
- BECK U., *Społeczeństwo światowego ryzyka. W poszukiwaniu utraconego bezpieczeństwa*, tłum. B. Baran, Warszawa, Wydawnictwo Naukowe Scholar, 2012.
- BOROWIEC P., *Obojętność – wybór czy konieczność? Atmosfera permissyvizmu w Polsce*, „Państwo i Społeczeństwo”, 2007, nr 1, s. 3-16.
- CAMPBELL H., *Making Space for Religion in Internet Studies*, „The Information Society”, 2005, nr 21, s. 309-315.
- CLARK M.D., *Drag Them: A brief etymology of so-called “cancel culture”*, „Communication and the Public”, [online], 2020, nr 5, s. 88-92, <https://journals.sagepub.com/doi/full/10.1177/2057047320961562>, [dostęp: 31.01.2022].
- DELSOL CH., *Koniec chrześcijańskiego świata*, [online], 2021-04-25, <https://teologiapolityczna.pl/koniec-chrzescijanskiego-swiatego-chrzescijanstwa-wyklad-prof-chantal-delsol>, [dostęp: 10.01.2022].
- DRIESENS O., HJARVARD S., *Introduction: Situating Dynamics of Mediatization* [W:] O. Driessens, G. Bolin, A. Hepp, S. Hjarvard, (red.), *Transforming Communications – Studies in Cross-Media Research. Transforming Communications – Studies in Cross-Media Research*, Bremen, ZeMKI, 2017, s. 1-8.
- DUDA H., *Zajaniepawlić*, [online], 2020-05-21, <https://lingwistikon.wordpress.com/2020/05/21/zajaniepawlic/>, [dostęp: 07.01.2022].
- FORMICOLA J.R., *The Catholic Religious Presence in Civil Society: A Waning Influence*, „Religions”, 2021, nr 12, s. 1-17.
- GUZEK D., (2015), *Mediatyzacja religii: analiza pojęcia* [W:] E. Borkowska, A. Pogorzelska-Kliks, B. Wojewoda (red.), *Przestrzenie komunikacji: technika, język, kultura*, Gliwice, Wydawnictwo Politechniki Śląskiej, 2015, s. 69-78.
- HALÍK T., *Wzywany czy niewzywany Bóg się tutaj zjawi. Europejskie wykłady z filozofii i socjologii dziejów chrześcijaństwa*, tłum. A. Babuchowski, Kraków, Wydawnictwo WAM, 2006.
- HJARVARD S., *Mediatization and the changing authority of religion*, „Culture & Society”, 2016, nr 38(1), s. 8-17.

- HJARVARD S., *The Mediatization of Culture and Society*, New York, Routledge, 2013.
- HJARVARD S., *The mediatization of religion: A theory of the media as agents of religious change*, „Northern Lights”, 2008, nr 6 (1), s. 9-26.
- HJARVARD S., *The Mediatization of Society. A Theory of the Media as Agents of Social and Cultural Changes*, „Nordicom Review”, 2008, nr 29, s. 105-134.
- HJARVARD S., *Three Forms of Mediatized Religion. Changing the Public Face of Religion* [W:] S. Hjarvard, M. Lövheim (red.), *Mediatization and Religion. Nordic Perspectives*, Göteborg, Nordicom, 2012, s. 21-44.
- Infodemic* [W:] World Health Organization, [online], https://www.who.int/health-topics/infodemic#tab=tab_1, [dostęp: 08.01.2022].
- JUPOWICZ-GINALSKA A., PRZYWARA B., ADAMSKI A., KICIŃSKI A., SZEWCZYK M., *Online Live-Stream Broadcasting of the Holy Mass during the COVID-19 Pandemic in Poland as an Example of the Mediatization of Religion: Empirical Studies in the Field of Mass Media Studies and Pastoral Theology*, „Religions”, 2021, nr 12(4), s. 1-28.
- JUPOWICZ-GINALSKA A., PRZYWARA B., ADAMSKI A., KICIŃSKI A., SZEWCZYK M., *Dispensation and Liturgy Mediated as an Answer to COVID-19 Restrictions: Empirical Study Based on Polish Online Press Narration*, „Religions”, 2021, nr 12(2), s. 1-29.
- MARIAŃSKI J., *Internet a religia*, „Zeszyty Naukowe Katolickiego Uniwersytetu Lubelskiego Jana Pawła II”, 2021, nr 63(2), s. 5-29.
- McLUHAN M., *Wybór tekstów*, tłum. E. Różalska, J.M. Stokłosa, Poznań, Zysk i S-ka, 2001.
- MOŁĘDA-ZDZIECH M., *Czas celebrytów. Mediatyzacja życia publicznego*, Warszawa, Difin, 2013.
- NOWAK-TETER E., *Temporalny wymiar mediatyzacji, czyli co media robią z naszym czasem*, „Zeszyty Prasoznawcze”, 2018, nr 61(3), s. 513-528.
- PASTWA R.J., *Komunikacja religijna na przykładzie Kościoła katolickiego w Polsce z uwzględnieniem kontekstu pandemii koronawirusa*, „Kultura – Media – Teologia”, 2020, nr 2, s. 38-60.
- PASTWA R.J., *Reakcja na zagrożenie koronawirusem – analiza publikowanych treści w początkowej fazie epidemii na oficjalnej stronie Konferencji Episkopatu Polski*, „Colloquia Theologica Ottoniana”, 2021, nr 37, s. 169-188.
- PETERSEN L.N., *Danish Twilight Fandom. Transformative Processes of Religion* [W:] S. Hjarvard, M. Lövheim, (red.), *Mediatization and Religion. Nordic Perspectives*, Göteborg, Nordicom, 2012, s. 163-182.
- PRZECISZEWSKI M., *Rok 2021 w Kościele – czas nowych wyzwań*, [online], 2021-12-29, <https://www.ekai.pl/marcin-przeciszewski-rok-2021-w-kosciele-czas-nowych-wyzwan/>, [dostęp: 05.01.2022].
- RAUCH J., *Let It Be. The greatest development in modern religion is not a religion at all – it's an attitude best described as 'apatheism'*, [W:] The Atlantic, [online], 2003, <https://www.theatlantic.com/magazine/archive/2003/05/let-it-be/302726/>, [dostęp: 10.02.2022].
- Religijność młodych na tle ogółu społeczeństwa* [W:] Komunikaty z badań CBOS, [online], 2021, <https://www.cbos.pl/PL/publikacje/raporty.php>, [dostęp: 08.01.2022].
- SIEROCKI R., *Praktykowanie religii w mediach. Katolicka przestrzeń Facebooka*, Toruń, Wydawnictwo Adam Marszałek, 2018.
- STACHOWSKA E., *Mediatyzacja religii w Polsce. Wybrane aspekty w koncepcji S. Hjarvarda*, „Uniwersyteckie Czasopismo Socjologiczne”, 2017, nr 21 (4), s. 41-55.

Szczyt Cyfrowy ONZ - IGF 2021 [W:] Unic Warsaw, Ośrodek Informacji ONZ w Warszawie, [online], 2021-12-06, <http://www.unic.un.org.pl/oionz/nota-prasowa:-szczyt-cyfrowy-onz-%E2%80%93-igf-2021/3445#>, [dostęp: 20.12.2021].

SZULICH-KAŁUŻA J., *Listopadowe święta w rzeczywistości zmediatyzowanej*, [online], 2021-10-29, https://www.kul.pl/listopadowe-swiewa-w-rzeczywistosci-zmediatyzowanej,art_96637.html, [dostęp: 08.01.2022].

WOJTYSIAK J., *Zły rok?*, [online], 2021-01-02, <https://www.gosc.pl/doc/6674707.Zly-rok>, [dostęp: 10.01.2022].

ZUBOFF S., *Wiek kapitalizmu inwigilacji. Walka o przyszłość ludzkości na nowej granicy władzy*, tłum. A. Unterschuetz, Poznań, Zysk i S-ka, 2020.

**Analysis of the phenomenon of changes
in faith and the practice of Poles
on the basis of the CBOS research report
in reference to S. Hjarvard's theory of mediatization of religion.**

Abstract: The aim of the article is to analyze the phenomenon of change in the process of faith and practices of Poles on the basis of the CBOS Research Communication Religiousness of young people against the background of the general public, published in November 2021 in relation to the process of mediatization of religion. The analytical-synthetic method and the non-media-centric approach were used. The analysis of the CBOS report on changes in the process of faith and practices of Poles made it possible to notice unprecedented changes in this area in the two youngest age cohorts. The main reasons for the decline in religious beliefs and practices, especially of the youngest Poles, go beyond the impact of the COVID-19 pandemic.

Keywords: mediatization of religion, media, Roman Catholic Church in Poland, CBOS

DOI: <https://doi.org/10.34864/heteroglossia.issn.2084-1302.nr13.art20>