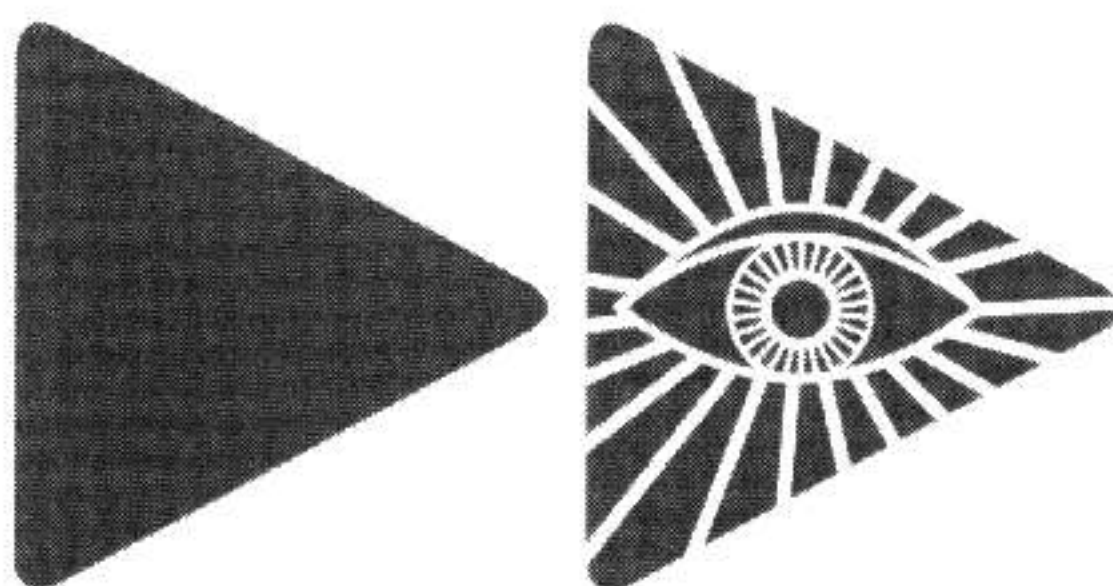


Medialny powrót religii

Ks. Andrzej Draguła

i społeczeństwo Józef Majewski

RELIGIA, MEDIA, MITOLOGIA



słowo/obraz terytoria

Józef Majewski, *Religia, media, mitologia*, Gdańsk 2010, Wydawnictwo słowo/obraz terytoria, seria „Idee i społeczeństwo”, 196 s.

„Jestem przekonany, że współczesny «powrót religii» [...] ma związek z medialno-technologiczną rewolucją, która z ogromną siłą wciąga nas i nasz świat w swoje wiry” – pisze Józef Majewski we *Wstępie* do swojej książki *Religia, media, mitologia*. I dalej: „Współczesna «zmiana dominanty komunikacyjnej» [...] polegająca na tym, że dominującą pozycję w naszym świecie zdobyły media audiowizualne – mówiąc ostrożnie – wspomaga tworzenie się na naszych oczach typu kultury otwierającej na religie/religijność”. Autor przyznaje, że w swoim przekonaniu nie jest odosobniony ani też zupełnie oryginalny. Bliska jest mu myśl przedstawicieli Wielkiej Teorii Piśmienności szkoły z Toronto (Harold Innis, Eric Havelock, Marshall McLuhan, Jack Goody i Walter J. Ong).

Majewski rozpoczyna swoje rozważania od przypomnienia roli, jaką we współczesnym świecie odgrywa religia – wbrew tzw. tezie sekularyzacyjnej religia ma się dobrze. Autor przywołuje samokrytyczną wypowiedź Petera Bergera – jednego z proroków tej teorii: „Sądzę, że założenie, iż żyjemy w świecie zsekularyzowanym, jest błędne. Świat dzisiaj, z pewnymi wyjątkami [...], jest tak żywotny religijnie jak zawsze, a w niektórych miejscach nawet bardziej niż kiedykolwiek. Idea jest prosta: modernizacja z konieczności prowadzi do zaniku religii zarówno w społeczeństwie, jak i w umysłach jednostek. I to właśnie ta idea okazała się błędna”. Jednym z przejawów żywotności

tego, co religijne (w bardzo szerokim znaczeniu: od religii instytucjonalnych po różnego rodzaju duchowości), jest stała obecność informacji religijnych w mediach. Majewski przytacza badania amerykańskie, według których w latach dziewięćdziesiątych 46% wszystkich informacji w prasie (5 tytułów) i telewizji (3 stacje) dotyczyło religii. Informacje religijne wciąż są w polu zainteresowań mediów i ich odbiorców.

Masowość informacji religijnych w mediach nie oznacza jednak bezkonfliktowości na linii media-religia. Majewski analizuje dwa zasadnicze stanowiska w opisie relacji, jakie mogą zachodzić między mediami a religią. Pierwsze stanowisko – „media z natury przeciwko religii” – nazywa „medialno-religijnym ikonoklazmem”. Według tego stanowiska, media to – zgodnie z wyrażeniem Malcolma Muggeridge’a – „czwarte kuszenie Chrystusa”. Ze swej natury nie nadają się więc do realizowania konstruktywnych, religijnych celów, przeciwnie – bazując na rozrywce i fantazji, niosą jedynie destrukcję. Na przeciwległym biegunie znajdują się „medialno-religijni ikonodulowie”, według których wiara rodzi się nie tylko z tego, co się słyszy (zgodnie ze słowami św. Pawła – Rz 8,29), ale także z tego, co się widzi. Ta postawa ma, według Majewskiego, historyczno-teologiczne podstawy w akceptacji ikonografii w chrześcijaństwie. Autor widzi więc współczesne media audiowizualne jako kontynuację obrazu. W odpowiedzi na pytanie, „czy stanowisko «media przeciwko religii» nie przeocza czegoś istotnego w swoich analizach antyreligijnego znaczenia obrazu?”, Majewski przytacza wypowiedzi papieży, w tym słowa Jana Pawła II, że Kościół potrzebuje nie tylko słowa, ale i obrazu. Autor przychylił się więc do stanowiska, iż media to nie „czwarte kuszenie Chrystusa”, ale „dary Boże”.

Mówienie o religijnym wymiarze mediów jedynie w aspekcie religijnej zawartości byłoby istotnym ograniczeniem, a nawet

niezrozumieniem funkcjonowania mediów. Media – sugeruje Majewski – mają charakter rytualny i mitotwórczy. Przejawia się to dzisiaj przede wszystkim w procesie ich tabloidyzacji i skłonności do zamieniania informacji w inforozrywkę. Tym samym media zaczynają spełniać rolę quasi-religijną, dostarczając odbiorcom to, co niegdyś dawała religia – egzystencjalną i moralną pomoc, a także wsparcie w codziennym radzeniu sobie z życiem i jego problemami. Czy w związku z tym ludzie mediów, dziennikarze, spełniają dzisiaj rolę podobną do tych, które spełniali (i spełniają) kapłani w religiach, a przede wszystkim funkcję prorocką czy też terapeutyczną? Majewski nie daje na to pytanie odpowiedzi, ale zaproponowana analogia między mediami a religią skłaniałaby do odpowiedzi twierdzącej. Dzięki mediom, a zwłaszcza ich tabloidowej wersji, świat znów został zczarowany.

Po czterech pierwszych rozdziałach, w których autor dokonuje fundamentalnych ustaleń teoretycznych w odniesieniu do relacji media-religia, trzy następne rozdziały to praktyczne aplikacje. Majewski zagląda na nasze polskie medialno-kościelne podwórko. Mówi o sposobie relacjonowania wewnątrzkościelnych napięć w mediach i sugeruje, że pozostawia ono wiele do życzenia, gdyż także polskie media ulegają pokusie kierowania się zasadą *bad news is good news* (zła informacja to dobra informacja). Antidotum na tę sytuację ma być uaktywnienie polskich teologów świeckich, które jednak nie może się dokonać bez wzmocnienia ich teologicznego wykształcenia o wymiar dziennikarsko-medialny. „Wydziały teologii – pisze Majewski – winny poważniej niż do tej pory uwzględniać te współczesne wymogi, znajdując czas, miejsce, naukowców i specjalistów do organizowania odpowiednich wykładów, zajęć i kursów: redaktorskich, translatorskich, komputerowych, retoryki, *public relations*, rzeczników prasowych, dziennikarstwa tradycyjnego

i internetowego itp. Przede wszystkim jednak potrzebujemy teologii mediów”. Dla podkreślenia, jak trudne okazuje się to w uniwersyteckiej praktyce, autor relacjonuje perypetie z wprowadzeniem studiów teologiczno-medialnych na UKSW.

Przykładem siły mediów może być zamieszanie, jakie powstało po słynnej wypowiedzi papieża Benedykta XVI w Ratyźbonie. Majewski analizuje krok po kroku etapy afery ratyźbońskiej od pamiętnego przemówienia aż po utworzenie Forum Katolicko-Muzułmańskiego. To, co go jednak szczególnie interesuje, to rola i odpowiedzialność mediów, czy też – chyba o wiele bardziej – ich nieodpowiedzialność. Całej sprawy by nie było – jak pisze Majewski – „bez mało odpowiedzialnej, medialnej wrzawy i awantury”, ale „także bez jak najbardziej odpowiedzialnych działań części ludzi mediów”. Ostateczna konstatacja autora co do roli mediów w tej aferze jest jednak pesymistyczna. Pisząc o nadziei, jaką ostatecznie zrodziło papieskie przemówienie, Majewski stwierdza: „Problem w tym, że nadzieja ta tylko w niewielkim stopniu obchodziła (obchodzi) media”.

Jak więc pisać o religii, teologii, Kościele? Chcąc odpowiedzieć na to pytanie, trzeba najpierw dookreślić, czym jest publicystyka teologiczna czy religijna. Majewski stoi na stanowisku – zresztą bardzo mi bliskim – że „publicystyka teologiczna nie jest (czystą) popularyzacją, chociaż z pomysłem wykorzystuje jej warsztat i chce być narzędziem uprzystępniania treści teologii akademickiej niefachowcom. [...] publicystyka teologiczna sama jest jednym ze sposobów teologizowania czy uprawiania teologii”. Publicystyka teologiczna nie polega na powtarzaniu, choć w popularnej, a więc z konieczności uproszczonej formie, tego, co już napisano, ale jest twórczym działaniem teologa, który stawia pytania w kontekście aktualnych problemów i dylematów. Dla przyszłych teologów-publicystów Majewski

formuluje dziewięć rad-przykazań. Ograniczę się tutaj tylko do przywołania pierwszej rady autora, którą można uznać za konkluzję jego książki: „Po pierwsze i przede wszystkim, trzeba pozbyć się traktowania mediów jako naturalnego wroga religii/Kościoła/teologii. Media są dzisiaj podstawową przestrzenią komunikacji międzyludzkiej – na dobre i na złe”.

Książka Józefa Majewskiego jest pierwszą pozycją na gruncie polskim, która podejmuje problem relacji między religią a mediami na poziomie związków głębokich. Słusznie zauważa autor, że w Polsce brakuje (dobrej) teologii mediów. Teologiczny namysł nad mediami ograniczał się dotychczas przede wszystkim do relacjonowania kościelnego nauczania na temat środków przekazu, a więc przede wszystkim do komentowania dokumentów Watykanu. Majewski idzie o wiele dalej, wskazując na religijny aspekt mediów i medialny aspekt religii, pokazując ich wspólne pola, korzyści i zagrożenia wynikające ze współistnienia w przestrzeni publicznej. Trudno dzisiaj wyobrazić sobie media bez religii i religię bez mediów.

Majewski nie jest oczywiście naiwnym hurraoptymistą w odniesieniu do roli mediów w świecie, w tym w życiu religijnym. Mediów – sugeruje autor – nie należy się bać. Do wyzbycia się lęku może jednak dojść dopiero pod warunkiem gruntownego poznania natury ich działania oraz współczesnych przeobrażeń w świecie środków przekazu. Podkreślenie wagi publicystyki religijnej (teologicznej) – która wcale nie jest, podkreślmy to raz jeszcze, teologią w wersji *soft* czy *light* – pokazuje, iż dla Majewskiego media to, używając klasycznego określenia pastoralnego, istotne narzędzia ewangelizacji, być może nawet w niektórych przypadkach narzędzia pierwszorzędne. Trzeba przyznać, że Majewski ma prawo tak mówić jak mało kto, od dawna bowiem uprawia naukowo obie dziedziny:

teologię i medioznawstwo (mediologię), poszukując związków między nimi. Jest też wytrawnym publicystą religijnym, a może lepiej: teologiem-publicystą, zabierającym głos w toczących się debatach teologicznych. To, czy znajdzie wielu następców, zależy będzie w dużej mierze od spełnienia sformułowanych przez niego postulatów.

Książka budzi jedno tylko zastrzeżenie. Chodzi o pewne założenie metodologiczne, które w dużej mierze leży u podstaw dalszego wnioskowania. Przy okazji omawiania analogii między naturą mediów a naturą religii Majewski postrzega współczesne media przede wszystkim przez pryzmat obrazu, dając przez to pierwszeństwo środkom (audio)wizualnym. Ujęcie to ma już długą tradycję w analizach relacji media-religia. Słowu przypisuje się naturalną sakralność, a obrazowi – skłonności idolatryczne („obraz z natury i istoty

zanieczyszcza religię”). Owszem, można przyjąć, że współczesne media są wideocentryczne, a środkiem organizującym przekaz jest obraz, stanowi to przecież istotny wymiar tabloidyzacji mediów. „Oko jest zwycięskie” – wspomina Majewski w zamykającej książkę medytacji, pisząc o czynności czytania. Czytanie i oglądanie angażują wzrok. Majewski chce zrehabilitować obraz i wzrok: „Nie mają racji ci, dla których świat z dominacją obrazu-dźwięku z istoty jest wrogi kontemplacji”. Ale przecież media to także słowo. Może i słowo trzeba zrehabilitować? Czy nie nazbyt pochopnie zakładamy, że słowo „z natury i istoty” nie może zanieczyszczać religii? Czyż niejako z konieczności jest ono otwarte na *sacrum*? Czy zawsze staje po stronie religii? Te pytania pozostają bez odpowiedzi.

Ks. Andrzej Draguła

Andrzej Draguła – ur. 1966. Ksiądz diecezji zielonogórsko-gorzowskiej. Dr hab. teologii, publicysta. Kierownik Katedry Teologii Pastoralnej, Liturgiki i Homiletyki na Wydziale Teologicznym Uniwersytetu Szczecińskiego. Wicedyrektor Instytutu Filozoficzno-Teologicznego im. Edyty Stein w Zielonej Górze. Członek Rady Naukowej Laboratorium WIEŻI. Autor książek *Eucharystia zmediatyzowana. Teologiczno-pastoralna interpretacja transmisji Mszy Świętej w radiu i telewizji* i *Ocalić Boga. Szkice z teologii sekularyzacji*. Mieszka w Zielonej Górze.

Znak

Kraków
07/08-2010
M. / Nr 7/8

✓
Józef Majewski
Religia, media, mitologia

SŁOWO/OBRAZ TERYTORIA, GDAŃSK 2010

Dominacja mediów audiowizualnych trwa i, co ważniejsze, wciąż ewoluuje. Stawia też wymagania – a podlega im również religijność. Podejmując ten temat w książce *Religia, media, mitologia*, Józef Majewski niejako dopomina się o tak istotny w analizie rzeczywistości dystans: trudny do osiągnięcia, bowiem sami tkwimy w wirze zmian, a ponadto nie wiemy do końca, gdzie taka transformacja nas zaprowadzi. Autor, jak sam przyznaje, porusza tylko wybrane zagadnienia, czemu trudno się dziwić, gdy na co dzień obserwujemy, jak wielowymiarowe są wzajemne relacje między religią a mediami. Interesujący jest między innymi rozdział mówiący tak bardzo wymownie o odpowiedzialności mediów – o wykładzie Benedykta XVI w Ratyźbonie w 2006 roku; o niefrasobliwości komentatorów; wreszcie o pewnym zaprzepaszczeniu starań poczynionych przez Jana Pawła II oraz, w rezultacie, nadziei zrodzonej dla relacji chrześcijańsko-islamskich. (dp) ■

20 książkiesej



Demonstracja na pekińskim placu Tiananmen – czerwiec 1989 roku

Nowoczesność. Próby oswojenia

Zgromadzenia uliczne i elektroniczne. Wymieszanie sacrum i profanum. Spontaniczne akty pojednania, spontaniczne konflikty. Mowa o ostatnich tygodniach w Polsce? Niekoniecznie. To cechy nowoczesności. W budowaniu opowieści o niej pomagają dwie opublikowane właśnie książki

Pierwsza rzecz po przebudzeniu: przesunięcie palcem po czytniku linii papilarnych niewielkiego laptopa. Kiedy spowolniony gigabajtami danych procesor uruchomi wreszcie zniechęcony program operacyjny, pierwszym włączonym programem będzie ten do obsługi poczty. Pierwszą stroną internetową – któryś ze społecznościowych portali. Tam już czekają na nas: słowa, informacje, zaproszenia. Modlitwy, zachęty, krytyki. Wszystko – oczywiście i koniecznie – w formie elektronicznej. Cóż to za dziwny czas, w którym wirtualna codzienność uzyskała tak wielki wpływ na nasze życie? To pytanie, choć powtarzane dziś po wielokroć, nie jest nowe. Potrzeba uchwycenia szybko zmieniającego się – tuż za naszymi oknami – świata domaga się bezustannej refleksji od dziesiątek lat. Dlatego refleksja ta tkwi w samym sercu nowoczesnej myśli filozoficznej i socjologii. Namysł badaczy zaowocował diagnozami i nazwami, które nie tylko zyskały popularność w świecie naukowym, ale też uczyniły ich autorów intelektualnymi celebrytami. A my mówimy

o „płynnych czasach”, nowoczesności „późnej” lub „wysokiej”, o „ponowoczesności”.

W ostatnim czasie ukazały się u nas aż dwa interesujące ujęcia specyfiki współczesności. Pierwsza to „Nowoczesne imaginaria społeczne” Charlesa Taylora, jednego z najwybitniejszych żyjących filozofów. Druga to „Religia, media, mitologia” gdańskiego badacza mediów i religii Józefa Majewskiego. Obaj autorzy wskazują na nierozrwalny splot społecznych wyobrażeń i ich medialnych reprezentacji. Obaj szukają własnego języka opisu rzeczywistości. Przyjrzyjmy się najpierw diagnozie Charlesa Taylora. Ten kanadyjski filozof jest autorem licznych intelektualnych bestsellerów, takich jak „Etyka autentyczności” czy „Źródła podmiotowości”. Opublikowane właśnie „Nowoczesne imaginaria społeczne” rozwijają część wątków zawartych w wydanej kilka lat temu głośnej książce Taylora „A Secular Age”, w której udowodnił tezę o nieodwracalnym przesuwaniu się świata zachodniego w stronę postreligijności.



Czym są tytułowe imaginaria? Jak pisze Taylor – to „coś szerszego i głębszego niż schematy intelektualne, do których sięgają ludzie, myśląc o rzeczywistości społecznej w sposób oderwany”. Innymi słowy, imaginariami są pewne wspólne sposoby rozumienia spraw, umożli-

wiające społeczne praktyki i powstawanie poczucia ich prawomocności, podzielanego przez szerokie grupy społeczne. Takimi „wspólnie rozumianymi rozumieniami” mogą być na przykład wyobrażenia o obyczajach związanych z zawieraniem małżeństw, ale również sposobach organizacji i zachowania podczas demonstracji politycznych (Taylor podaje przykład protestów na placu Tiananmen w 1989 roku). Albo – dodajmy tu perspektywę czytelnika znad Wisły – sposobach wyrażania smutku po tragicznie zmarłych przedstawicielach państwa.

Chwila refleksji nad tymi wstępnymi definicjami przyjmowanymi przez kanadyjskiego filozofa pozwala wysledzić, jak głęboko



jego myślenie zakorzenione jest w nowoczesności. Taylor chce badać nie tyle pewne zachowania społeczne (jak chcieli klasycy socjologii), ile wyobrażenia o nich. To bowiem te ostatnie mają decydujący wpływ na społeczne zachowania. Innymi słowy, współczesna władza jest władzą nad obrazem rzeczywistości. BOWIEM TO IMAGINARIA PODZIELANE

przez społeczeństwa determinują ich postępowanie. Do zdobycia tak rozumianej władzy dążą dziś politycy, grupy interesów, koncerty medialne.

Wychodząc z owych przesłanek, Taylor śledzi różne sposoby samorozumienia nowoczesności, mając nadzieję, że w ten sposób uda mu się rzucić nieco więcej światła zarówno na klasyczne zagadnienia z nią związane. Dlatego jego refleksja w książce ogniskuje się na następujących kategoriach: sferze publicznej i prywatnej, obiektywności ekonomii i subiektywności jednostek, suwerenności ludu itd.

Pozwala to na pewno na wiele ciekawych porównań i wyciąganie wniosków o odmienności czasów naszych od epok przed-

nowoczesnych. Podstawowa zasada normatywna współczesności – pisze na przykład Taylor – polega na tym, że członkowie społeczeństwa zaspokajają wzajemnie swoje potrzeby, pomagają sobie nawzajem. Krótko mówiąc – zachowują się jak rozumne i społeczne istoty, jakimi właśnie są. W ten sposób uzupełniają się, tak jak w czasach przednowoczesnych wzajemnie uzupełniały się różne społeczne porządki. Nowoczesność jest zatem ze swej natury bardziej pluralistyczna, oparta na wzajemnym szacunku, usługach i przez to – bardziej liberalna.

Z tych rozważań wyłania się bardzo interesujący obraz nowoczesności jako złożonej i ulegającej skomplikowanym przemianom epoki. Pewien niedosyt pozostawia jednak niewielka liczba odniesień do tego, co nam najbardziej współczesne. Mam na myśli media, a zwłaszcza internet – czynniki, które w najpotężniejszy sposób wydają się dziś kreować społeczne wyobrażenia – a zatem i zachowania. I bez których, jak się wydaje, nie byłoby możliwe myślenie o imaginariach jako o centrum nowoczesności.

Ciekawe uzupełnienie może tu stanowić diagnoza zawarta w „Religii, mediach, mitologii” Józefa Majewskiego. Analizę tej książki zacząć należy od tego, że gdański badacz zupełnie inaczej niż Taylor analizuje zjawiska związane z religijnością we współczesnym świecie. Według niego faktem jest dziś desekularyzacja współczesności, której kanadyjski filozof nie dostrzega być może dlatego, że obecna jest w nowych i zaskakujących kontekstach.

Przykład? 16 czerwca 2003 roku „Time” opublikował kolejny raport o stanie chrześcijaństwa na Starym Kontynencie – pisze Majewski. Na okładce widniały słowa „Gdzie poszedł Bóg?” i ilustracja: wypełnione białą pustką kontury Jezusa, w otoczeniu słuchających go, niczym ducha, dzieci, kobiet i mężczyzn. „Chrześcijaństwo – czytamy tam – staje się w Europie wiarą mniejszościową (...). Ale wiara ta ponownie się zjawia – i ma się dobrze – we wszystkich rodzajach nieoczekiwanych miejsc”. Majewski zakłada szerokie, jak najszersze rozumienie tego, co religijne: religie instytucjonalne, sekty, kultury, religijne grupy nieformalne, spiry-

tyzm, mitologia, neopoganizm, duchowość itd. Innymi słowy – podsumowuje autor – religijność dotyczy dziś klientów mediów, widzów, słuchaczy, czytelników, o których walczą i konkurują ze sobą media.

Analiza medialnej atrakcyjności religii, relacji, jakie budują media i religia między sobą, wpływu mediów na dyskusje teologiczne (także te nad Wisłą), pozwala Majewskiemu uchwycić przejawy tego, co Taylor – umyślnie bądź nie – ominął: nowoczesności tuż za naszymi oknami, epoki niedającej się w żaden sposób zaklasyfikować, ulegającej bezustannej ewolucji. Taylor używa do opisu nowoczesności klasycznych pojęć, by obserwować jej „długie trwanie”. Majewski, biorąc na warsztat przedziwny związek religii i mediów, wychodzi od konkretnego, prezentując niezwykle produkt dzisiejszych czasów, który jutro może już ulec zmianie.

W ten sposób te dwie książki prowadzą ze sobą fascynującą dyskusję. Która prowadzi nas do wniosku zaskakującego: nie ma – jak się wydaje – jednej, właściwej diagnozy nowoczesności. Subiektywność spojrzenia każdego pokolenia (Taylor i Majewski należą przecież do różnych pokoleń) ujawnia, że każda generacja musi zdefiniować nowoczesność na nowo. Definiowanie swoich własnych czasów to bowiem rzecz prawdziwie intymna. Niezależnie od tego, czy w ciągu jednej generacji dochodzi do rewolucji w kwestii kształtu rękawów kobiecych sukni, czy w sposobach rozprzestrzeniania się informacji, mówimy zawsze – ostatecznie – o świecie za szybą naszego okna. I naszym własnym sposobie na jego oswojenie.

Karolina Wigura

NOWOCZESNE IMAGINARIA SPOŁECZNE

(Modern Social Imaginaries)

Charles Taylor

przel. Adam Puczejda i Karolina Szymaniak, Znak 2010

39,90 PLN

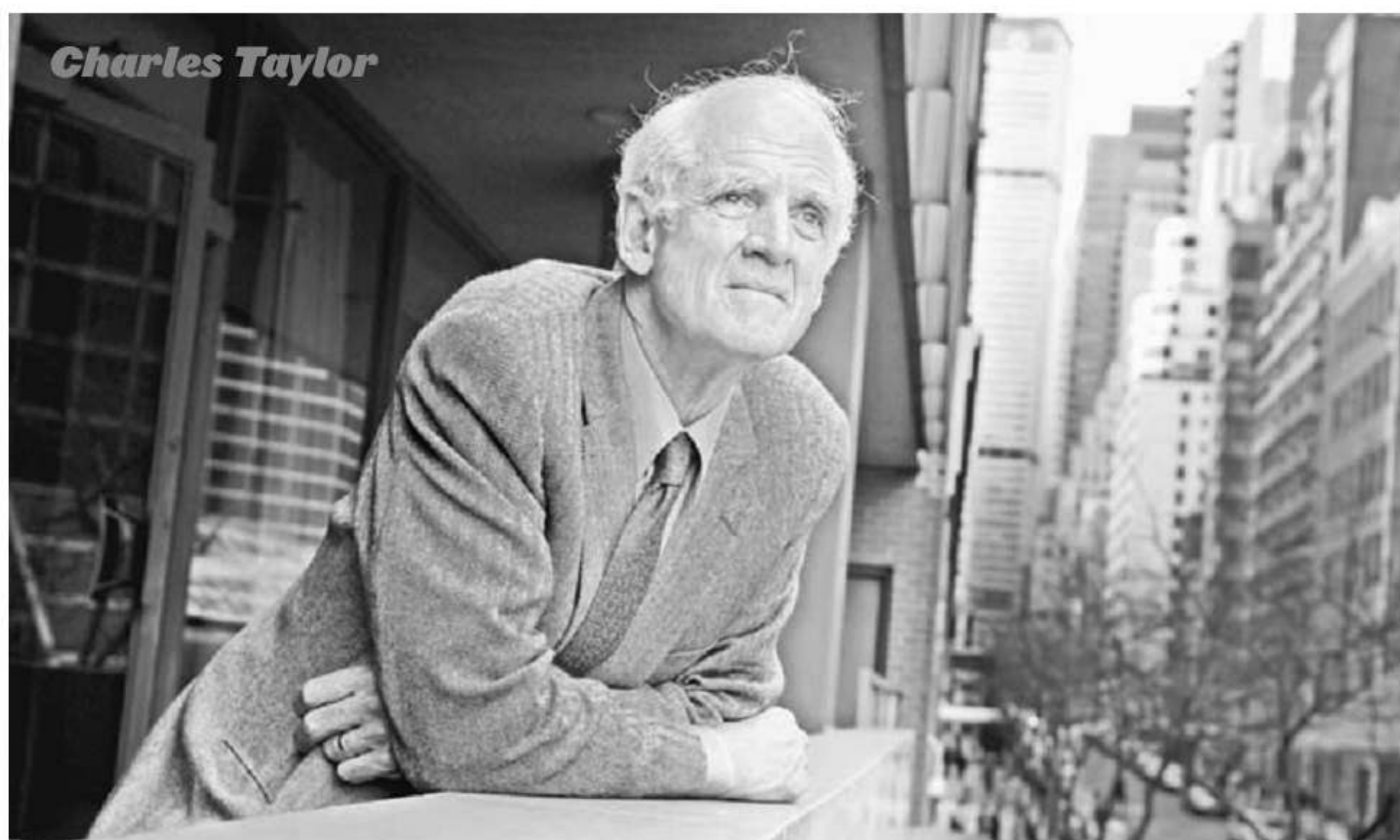


RELIGIA, MEDIA, MITOLOGIA

Józef Majewski

słowo/obraz terytoria 2010

35 PLN



Charles Taylor

ARKA NOEGO

Pożar na Jasnej Górze

Media hołdują zasadzie „dobra wiadomość to żadna wiadomość”,
Kościoły - „zła wiadomość to żadna wiadomość”. Konflikt jest nieuchronnyJAN
TURNAU

GAZETA WYBORCZA



DAVID CHALIMONIK

Ze studiów teologicznych zapamiętałem wybrzdanie pewnego księdza profesora na określenie „Kościół jest tajemnicą”. - Ależ jest to złe tłumaczenie greckiego terminu *mysterion*! Kościół stanowi misterium, rzeczywistość mistyczną, o to tu chodzi, a nie o to, że ma on coś do ukrywania - oburzał się mój wykładowca. Kościół nie ma nic do ukrywania - wołał. I tłumacząc precyzyjnie słowa z biblijnego Listu do Efezjan, niechący wdał się w sprawę, która po latach zdefiniowała Kościół w sposób wręcz przeciwny. Myślę oczywiście o skandalu molestowania nieletnich.

Święty dywan powszechny

Ma on tyle do ukrywania, tyle wciąż ukrywa, że zaprawdę jest cały jedną wielką tajemnicą, sekretem. Robi się tajemnicę z byle czego. Znak wydał właśnie pasjonującą książkę publicysty francuskiego Bernarda Lecomte'a pod tytułem „Tajemnice Watykanu”. Tytuł jest co prawda mylący, bo rzecz jest nie tyle o sprawach niejawnych, ile o nie dość znanych albo wręcz źle znanych, ale jest i o pewnym sekrecie, który spowodował potworną plotkę. Okoliczności śmierci Jana Pawła I owiano taką mgłą niedopowiedzeń i drobnych kłamstewek, że zrodziła się czarna legenda o papieżobójstwie. Tu jednak nie było żadnego grzechu, niczego nie zamieciono pod dywan. Niestety, bywa o wiele gorzej.

Dywan służy w Kościele do ozdoby, ale i do osłony. Wycisza głośne dźwięki dzierzących się na nim spraw, ale i pomaga ukryć te najgorsze: zamiata się je pod niego eklezjalną miotłą.

Określenie z całkiem innego kontekstu: *głosność*. To jedno z głównych haseł pierestrojki można chyba społszczyć, mówiąc o „głosności”. Głosność, jawność, upublicznienie. Brak tego we wszystkich Kościołach, nie tylko w rzymskokatolickim. Jedne szybciej przyzwyczajają się do demokracji, inne wolniej, ale różne wspólnoty chrześcijańskie łączą chęć zatajania swoich brudów. Co zresztą jest normalną ludzką skłonnością, bo któż lubi być krytykowany? Tyle tylko, że to właśnie z Ewangelii pochodzi wyrażenie: „Prawda was wyzwoli”. To właśnie najgłębiej chrześcijańska jest instytucja spowiedzi, czyli ujawniania własnych grzechów. A wyznanie wiary w „świętego Kościoła powszechny” nie oznacza przecież wiary w to, że jakikolwiek Kościół chrześcijański jest czysty jak Iza Matki Kościoła Maryi. Owszem, jest przekaznikiem świętości w swoich sakramentach, wzywa ludzi do świętości i niektórych do niej porywa - ale zgola nie wszystkich. A w niektórych Kościołach, mniej w protestanckich, bardziej w tych tradycyjnych, prawosławnych i rzymskokatolickim, sprawa kościelnej świętości przedstawiana jest w praktyce tak, jakby ustrój hierarchiczny oznaczał stopniowanie moralności: im wyżej w hierarchii eklezjalnej, tym więcej cnoty, tym mniej grzechu. Mówi się o biskupach wszystko, co najgorsze, ale zawsze prywatnie, pokatnie. Publicznie może być tylko kadzidło. Pamiętam swoje zdziwienie, gdy podczas któregoś z ingresów biskupich usłyszałem kazanie poświęcone w całości „ingresorowi”. Pomiąłem wtedy myślą drobiazgi, że msza święta jest obrzędem na temat Jezusa Chrystusa, nie jakiegokolwiek hierarchy: zaskoczyła mnie



tylko laudacja osoby dokonana przez kaznodzieję, który - jak slyszalem - ma prywatnie opinię całkiem różną. Między tym, co się mówi prywatnie i publicznie, powinna być roztropna różnica - ale nie przepaść.

Wszystko na sprzedaż

Piszę to po równo dwudziestu latach pracy w „Gazecie Wyborczej” i po lekturze ważnej książki na temat Kościoła i mediów. Teolog Józef Majewski, uczeń księdza Hryniewicza, habilitowany na Uniwersytecie Gdańskim, gdzie jest już profesorem, opublikował niedawno książkę pod tytułem „Religia, media, mitologia” (wydawnictwo słowo/obraz terytoria). Informator religijny „Tygodnika Powszechnego”, „Więzi” i „Gazety Wyborczej” analizuje tam relacje między dwoma głównymi czynnikami świadomości współczesnego świata. Obszernie przedstawia to, co zasadniczo różni wspólnoty kościelne i środki masowego przekazu, co je konfliktuje nieuchronnie. Przyczyną rozdrażnienia jest przede wszystkim przypisywana mediom zasada: dobra wiadomość to żadna wiadomość. Skandale jako podstawowa potrawa myślowa. Świętość to nie temat, bo jest nudna... Tylko że z kolei w instytucjach religijnych widać zasadę przeciwną: zła wiadomość to żadna wiadomość.

Majewski proponuje coś, co mogłoby konflikt medialno-religijny zmniejszać. „Oczywiste jest, że zła nie da się w pełni usunąć z religii. Chcemy czy nie, złe newsy o religii nie znikną z mediów. Religia jednak może osłabiać destrukcyjną ich wymowę. Medialna atrakcyjność religijnych skandali czy konfliktów wiąże się z faktem jakże częstego otaczania ich przez ludzi religii swoistą aurą tajemniczości: publiczne przemilczanie, tuszowanie, zakrywanie, chowanie głowy w piasek, udawanie, że nic złego się nie dzieje, wykretnie tłumaczenia itp. Religia musi nauczyć się odważnej i szczerzej medialnej, tj. zgodnej z zasadami funkcjonowania mediów, prezentacji zła, jakie się w niej zdarza”.

Majewski jest wobec mediów oczywiście krytyczny. Zaczyna swoją książkę od zakwestionowania teorii sekularyzacji. Okazało się bowiem, że świat dzisiejszy jest tak

żywy religijnie jak zawsze, a gdzieniegdzie nawet bardziej. Media poświęcają religii coraz więcej uwagi. Robią to jednak w sposób sobie właściwy.

Pamiętam spotkania eklezjalno-medialne po śmierci Papieża. Przedstawiciele Kościoła podziwiali sposób, w jaki różni dziennikarze pozwalali widzom, słuchaczom albo czytelnikom przeżywać tamtą żalobę, a sami ludzie mediów potwierdzali własne zaangażowanie uczuciowe w tamtych dniach. Ale zapamiętałem też przytomną uwagę Tadeusza Fredry-Bonieckiego, że wszystko to prawda, ale jest również faktem, że nawet i ta papieska tematyka była wtedy towarem. Media wiedziały, czego chce ich odbiorca, i tym chęciom czyniły zadość. Straszne słowo „towar” pada także w książce Majewskiego - nie mogło nie paść. Informacja medialna musi się sprzedać: to prawda elementarna. I ma nieuniknione konsekwencje etyczne. Niemniej faktem jest, że komunizm przeminął jak sen jakiś czarny i mamy szarą kapitalizm. Na rynek nie ma rady radykalnej. Prawo wielkich liczb czytelników działa bezwzględnie. Można jednak, zaglądając we własne sumienie, osłabiać jego grzeszne skutki.

News albo nic

Z mojego startu w „Gazecie” przed 20 laty zapamiętałem drobne starcie z ówczesnym współszefem naszej gazety, dziennikarzem znakomitym Juliuszem Rawiczem. Chodziło o to, czy potraktować jako wydarzenie kościelne dnia pożar, który wybuchł w klasztorze ojców Paulinów na Jasnej Górze. Obruszyłem się taką propozycją, bo przecież rzecz jest w ogóle niewarta uwagi. Gdyby to była jakaś kościelna dyskusja: ważne jest w Kościele (rzymskokatolickim w Polsce) zupełnie co innego - ot, choćby to, czy Jasna Góra jest dostatecznie jasna, czy świeci katolicyzmem dostatecznie otwartym. Chciałem wtedy, by „Gazeta” była czymś na kształt miesięcznika katolickiego „Więzi”, w którym przedtem pracowałem przeszło 30 lat. Oczywiście nie miałem racji. Pismo codzienne nie może być periodykiem. Wielu

Na zdjęciu:
Ingres i
konsekracja
biskupa
Grzegorza
Kaszaka,
28 marca
2009 r.,
Sosnowiec

je będzie wówczas chwaliło za poziom, za właściwy pion kościelny już tylko niektórzy, a będą kupowali tylko nieliczni. Pomyliłem wtedy nie tylko depeszę z publicystyką, także dwa rodzaje czytelników. Pożar jest pożarem. Potem zresztą okazało się, że klasztor podpalił kandydat na zakonnik, co dodało wydarzeniu pieprzu, ale wtedy jeszcze tego nie wiedzieliśmy, i nie o to mi chodziło.

Gdy jestem przy liczbach, zwrócę się tutaj do moich czytelników z innych Kościołów chrześcijańskich w Polsce. Czytelników bardzo mi miłych: w tamtych środowiskach spotykam dużo więcej zyczliwości niż w moim rodzinnym Kościele. Zyczliwość ta wiąże się jednak z życzeniem, by na łamach „Gazety” Kościół rzymskokatolicki nie miał informacyjnego monopolu. Padła raz pretensja o to, że mój dziennik nie napisał nic o wyborze biskupa-zwierzchnika całego Kościoła ewangelicko-augsburskiego (luteranckiego) w Polsce, największego z Kościołów ewangelicznych i drugiego co do wielkości wśród mniejszościowych, podczas gdy odnotowuje każdą lokalną nominację biskupią w Kościele katolickim. Otóż jednak napisaliśmy. Była to tylko „bombka”, miniinformacja, ale była. Owszem, tej samej wielkości co wiadomość o nominacji rzymskokatolickiego biskupa radomskiego, w tym rzecz jednak, że owa diecezja radomska liczy sobie pewnie pół miliona „rzymskich” katolików, a luteranów w Polsce jest zaledwie 80 tys. Walczę, ile sił starczy, żeby moi koledzy zauważali w Polsce nie tylko jeden Kościół, ale kryterium ilościowe jest w mediach nieublagane. Liczba musi się liczyć, nie ma rady.

Szatański świat

Przypomniał mi się Henryk Sienkiewicz. Jeden z jego bohaterów negatywnych powiedział coś, co stanowiło skądinąd credo piarskie autora. Gdy Kmicie tłumaczył Bogusławowi Radziwiłłowi, że powinien kochać ojczyznę, książkę przerwał mu: „Możesz mnie waść zabić, ale - proszę cię - nie nudź mnie”. Są gatunki pisarskie, które nie nadają się do mediów. Na ich czele - kazanie. Jeśli istotą mediów jest news, to oczywiście zbiór moralów do nich nie pasuje. W publicystyce musi to być news intelektualny: nowa myśl. Bywają, co prawda, kaznodzieje, którzy nawet z tego najnudniejszego gatunku literackiego umiają zrobić tekst ciekawy, ale na to trzeba talentu na przykład świętej pamięci księdza Tischnera. Rzadki to charyzmat.

Może kazanie nadawałoby się ostatecznie do druku, gdyby przeciętny polski kaznodzieja odważył się zrezygnować ze schematu myślowego, w którym szatan występuje pod pseudonimem „świat”. Świat współczesny jest na naszej ambonie okropny, jest w nim wszystko, co moralnie paskudne, a największe tego paskudztwa jest oczywiście w świeckich mediach.

Z książki Majewskiego wynika między innymi to, że nieustanna wojna Kościoła ze środkami masowego przekazu jest skazana na porażkę. Za dużą stanowią siłę. W oczywistym interesie Kościoła jest, żeby ta sieć świeckich ambon nie była ostrą konkurencją dla kościelnej. Na to jednak trzeba mediów choć trochę polubić. Nie tylko te, co się Kościółowi przymilają, bo muszą. Przystać na te krytyczne wygadywań, raczej się dogadywać. Chętniej niż dotąd udzielać wywiadów, wchodzić w dialog. Słowo wytarte, ale wciąż warte stawiania się ciałem. ●

NASZ CYTAT

KOMAR

dłaczego tak gwałtownie odpędzasz mnie od siebie wiele nie potrzebuję do zbawienia jedna kropka twojej krwi wystarczy żebym mogła nadal żyć i wydać potomstwo przecież ty również żyjesz i rozmnażasz się za taką samą cenę

ks. Wacław Oszajca SJ

w tomiku „Odwrócona perspektywa”,
wydawnictwo Iskry, Warszawa 2009Codzienna refleksja nad Biblią:
JANTURNAU.BLOX.PL