

Jabłoński, Artur

"Religia, media, mitologia", Józef Majewski, Gdańsk 2010 : [recenzja]

Rocznik Muzeum Wsi Mazowieckiej w Sierpcu 2, 211-214

2011

Artykuł został zdigitalizowany i opracowany do udostępnienia w internecie przez Muzeum Historii Polski w ramach prac podejmowanych na rzecz zapewnienia otwartego, powszechnego i trwałego dostępu do polskiego dorobku naukowego i kulturalnego. Artykuł jest umieszczony w kolekcji cyfrowej bazhum.muzhp.pl, gromadzącej zawartość polskich czasopism humanistycznych i społecznych oraz w kolekcji mazowieckich czasopism regionalnych mazowsze.hist.pl.

Tekst jest udostępniony do wykorzystania w ramach dozwolonego użytku.

Artur Jabłoński

(Uniwersytet Mikołaja Kopernika w Toruniu)

[Rec.] *Józef Majewski, Religia, media, mitologia,
słowo/obraz terytoria, Gdańsk 2010, ss. 198*

Wbrew obawom jednych, a nadziejom drugich, wiek dwudziesty pierwszy nie przyniósł całkowitego „odczarowania świata”. Religia wciąż pozostaje ważną częścią życia dla olbrzymich rzesz ludzi. Zgodnie z tym, co twierdzą rozmaici badacze, w rodzaju Francisa Collinsa czy, na naszym gruncie, Stanisława Obirka, zmienił się sposób jej traktowania. Idąc chociażby za radą wyżej wymienionych, szuka się Boga w sobie, dociera do niego poprzez kontemplację. Mniej ważny stał się instytucjonalny charakter Kościoła.

Postępująca indywidualizacja doświadczania religijności nie zmienia jednak faktu, że zainteresowanie tą tematyką wśród odbiorców nie słabnie, a nawet się wzmacnia. W tym Józef Majewski upatruje uzasadnienia dla ważności problemu, którego opracowanie się podjął – wzajemnych związków między mediami a religią. Dzięki temu nietypowemu małżeństwu z rozsądku, wbrew zwolennikom tezy sekularyzacyjnej, „świat dzisiaj (...) jest tak żywotny religijnie jak zawsze, a w niektórych miejscach nawet bardziej niż kiedykolwiek”.

Majewski stwierdza istotność problematyki religijnej na łamach prasy czy w telewizji, opierając się na badaniach przeprowadzonych przez Amerykanów w latach dziewięćdziesiątych XX wieku – w owym czasie dotyczyło jej około 46% wszystkich emitowanych informacji. Ponadto autor samą religijność pojmuje bardzo szeroko, włączając w zakres pojęcia duchowość jako taką, instytucje, sekty, mitologię, nawet neopoganizm. Pomimo obszerności sformułowanej definicji, główny nurt pracy skupiony jest wokół problemów chrześcijaństwa.

Wywód Majewskiego jest połączeniem refleksji ogólnej nad różnymi poziomami relacji pomiędzy wymienionymi w tytule zagadnieniami z formą bliską *case studies*. Mnogość poruszanych problemów stanowi o jego sile. W początkowych rozdziałach autor dokonuje niezbędnych ustaleń teoretycznych, a następ-

nie opisuje przykłady związków między mediami a religią. Pierwsza część książki ma charakter bardziej sprawozdawczy, tymczasem w drugiej, skupionej na konkretności, więcej jest diagnoz i postulatów, proponowanych wyjść z impasu.

Konstrukcja książki i założenia poczynione przez autora nie sprzyjają drobiazgowości opisu przedstawianych kwestii. Z tego powodu brakuje u Majewskiego zwrócenia uwagi na odmienny charakter religijnego dyskursu w poszczególnych mediach. Nie ma tu niuansów. Na równych prawach traktuje się telewizję i prasę, co jest jeszcze akceptowalne, sprawę jednak komplikują kolejne, by powiedzieć po McLuhanowsku, „formy przekazu” – Internet i telefonia komórkowa. Niektóre głośne przypadki ich wykorzystywania w religijnych celach aż proszą się o omówienie, które pokazałoby zasadniczą odmienną danego medium. Z nowszych przykładów można chociażby sięgnąć po niedawną sprawę gnieźnieńskich sióstr karmelitanek, które dzięki specjalnej stronie internetowej (www.rozaniecassistance.pl) zebrały 50 tysięcy złotych na remont dziurawego dachu swojego klasztoru, oferując w zamian za darowiznę odmówienie modlitwy i różaniec. Majewski skoncentrował się na punktach wspólnych, nie ceniując obrazu.

Autor czasami wspomina o nowych mediach – przede wszystkim o Internecie, któremu przygląda się pod kątem zawartości informacyjnej. Brakuje skupienia uwagi na ich niepowtarzalnych własnościach i możliwościach przez nie stworzonych. Pominięcie tego aspektu wydaje się dziwne, zwłaszcza że idealnie wpasowuje się on w tak ważne u Majewskiego nawoływanie do dialogiczności relacji między Kościołem a wiernymi. Internetowe msze, smsowe modlitwy czy śluby zawierane w grach komputerowych zdają się ją realizować w sobie właściwy sposób.

Jedynie w formie nieistotnych z punktu widzenia całości wywodu wzmianek pojawiają się w pracy Majewskiego media *stricte* religijne. Jest to zrozumiałe, jako że autor skupia się na zależnościach i komplikacjach wynikających ze zderzenia w obrębie rzeczywistości medialnej świata laickiego i duchowego. Brak ten jest jednak szczególnie odczuwalny w wiele obiecującym swoim tytułem rozdziale *Media a teologia. Napięcia w Kościele katolickim nad Wisłą*. Drobiazgowo omawiając konsekwencję braku fachowo wprowadzonej do dyskursu medialnego problematyki teologicznej, autor pomija przeciwieństwo tej sytuacji – wynaturzoną wersję jej obecności, jaką jest chociażby *casus* Radia Maryja. Być może właśnie, by ująć rzecz delikatnie, nietypowość stacji Tadeusza Rydzyskiego wpłynęła na wykluczenie jej z centrum zainteresowania, niemniej autor powinien zadbać, by informacja o niej w ramach podjętego tematu trafiła do czytelników książki.

Kościół, do czego autor przykłada szczególną wagę, musi dostosować się do reguł panujących we współczesnym świecie rządzonego przez media. Chcąc wychować religijną w sposób uświadomiony jednostkę (prawdziwy „umysł wyzwolony”, którego pragnie Obirek), musi odpowiednio przygotować swój komunikat. Można by rzec – po części go stabilizować. To kolejny wymiar łączności

między dwoma tytułowymi dla całej pracy zagadnieniami. Będąc uzależnionymi od oczekiwań odbiorców, poddają się podobnym procesom, by zachować swoją strefę wpływów. Wobec tego teologowie, od których wymaga się zrozumiałości, powinni przygotować popularyzacyjne wersje naukowych wywodów, dostosowane do możliwości przeciętnego czytelnika czy widza. „Wydziały teologii powinny poważniej niż do tej pory uwzględniać te współczesne wymogi (...) Nowa inkulturacja” – właśnie za pomocą mediów, pisze Majewski – „Jest dziś dla religii wielkim wyzwaniem i zadaniem”, z całą świadomością towarzyszącego temu zagrożenia spłylenia i wynaturzenia przekazu, wytkniętego przez Neila Postmana. Rolą teologii publicystycznej, jak nazywa autor opisaną działalność, byłoby zminimalizować nieuniknione odchylenia. Majewski broni stanowiska, które nobilituje ten sposób uprawiania teologii. Nie jest on „czystą popularyzacją, chociaż z rozmysłem wykorzystuje jej [publicystyki – A.J.] warsztat (...), sama jest jednym ze sposobów teologizowania”.

Tłem dla rozważań o relacji mediów z religią jest w pracy Majewskiego dyskusja nad naturą obu. Początkowo, przywołując koncepcje niektórych badaczy, takich jak William Bennet, Ken Meyers czy Quentin Schultze, autor definitywnie je od siebie rozdziela. Różnią się zarówno w zakresie teleologii, jak i metod oddziaływania. Z czasem jednak ta opozycyjność przestaje być tak jednoznaczna. Tworzy się pewne wspólne pole, które dla Majewskiego jest, nomen omen, polem do popisu: wykazać się można na nim znalezieniem drogi do pokojowego współzystowania. Zbliżenie mediów i religii jest możliwe tylko poprzez upodobnienie, aczkolwiek dynamika przemian w obrębie tych pierwszych sprawia, że to teologia musi się dostosować. Może się to wydawać krzywdzące, aczkolwiek i na to autor ma odpowiedź: wysoka pozycja religii w rankingu informacyjnym to zasługa mediów i związanych z nimi przemian kulturowych, zmiany dominanty komunikacyjnej na audiowizualność, stąd, w chwili obecnej, próbując za nimi nadążyć, spłaca ona tylko swój dług.

Nie jest jednak tak, że autor dostrzega tylko pozytywne strony związków między mediami a religią. Rozdział poświęcony reakcjom na słynną wypowiedź papieża Benedykta XVI w Ratyźbonie na temat islamu pokazuje ogromny manipulacyjny potencjał mediów, kierujących się wynikającymi z ich celów zasadami takimi jak *good news no news*. W ten sposób, operując na przykładach, Majewski przestrzega przed nadmiernym optymizmem, apeluje o ostrożność.

Największe zagrożenie dla religii płynące z dominacji mediów we współczesnym świecie wynika jednak z podobieństwa jednych i drugich: ich rytualnego i mitotwórczego charakteru. Po odpowiedź na trapiące nas problemy sięgamy częściej do poradnika opublikowanego w Internecie czy dyżurnego psychologa w telewizyjnym programie. Media w coraz większym stopniu zaczynają więc pełnić w naszym życiu rolę, którą kiedyś wypełniała religia.

Obecny stan przymusowego dialogu pomiędzy religią a mediami, gdy spojrzeć na niego z perspektywy tej pierwszej, dobrze oddaje tytuł książki Michela

Houellebecq'a *Poszerzenie pola walki*. Poszerza je właśnie Majewski, przedstawiając propozycję, która ma zaowocować chociażby częściowym wyrównaniem szans w dyskursie. Pozostaje przy tym krytyczny w stosunku do obu członów relacji, co się ceni. Ma odwagę, by wytknąć Kościołowi wrogą postawę wobec współczesnego świata i przekonanie o posiadaniu monopolu na prawdę. Rodzą się jednak kłopotliwe pytania. Czy taka diagnoza nosi w sobie tak naprawdę jakiegokolwiek znamiona odkrywczosci? Nie wydaje mi się. Ponadto odnoszę wrażenie, że postulowane przez Majewskiego rozwiązania (wzrost znaczenia teologii publiczystycznej) są raczej elementami idealistycznej wizji niż zdroworozsądkowego planu, aczkolwiek trudno czynić z tego autorowi zarzut – znalezienie recepty na obecne problemy religii to zadanie przerastające pracę pojedynczego człowieka.