DOI: 10.14746/sh.2017.28.3.008

Sensus Historiae
ISSN 2082–0860
Vol. XXVIII (2017/3)
s. 135-149

Józef Majewski, Patrycja Cybulska
Uniwersytet Gdański

Narodziny popreligii. Religia w dobie kultury popularnej

Bruce D. Forbes we wprowadzeniu do studium *Religion and Popular Culture in America* wyróżnił cztery rodzaje relacji między religią i kulturą popularną[1]:

1. Religia w popkulturze (obecność w kulturze popularnej religijnych tematów, wyobrażeń, osób, instytucji itd.).
2. Popkultura w religii (wykorzystywanie aspektów kultury popularnej przez osoby, grupy i instytucje religijne).
3. Popkultura jako religia (dla wielu ludzi — uważa się — popkultura zastąpiła religię lub funkcjonuje na wzór religii).
4. Religia i popkultura w dialogu (w życiu społeczeństwa są sprawy, m.in. etyczne, które angażują religie i ludzi religijnych, jak też ogólną społeczność; religie chcą uczestniczyć w szerszej dyskusji wokół kwestii ważnych dla społeczeństwa).

Wydaje się, że dzisiaj ta poczwórna typologia nie wyczerpuje dynamiki, złożoności, różnorodności, bliskości i zażyłości więzi religii z kulturą popularną. W świecie Zachodu na naszych oczach zda się rodzić i kształtować jeszcze jedna odmiana relacji między religią i popkulturą, w której ta pierwsza zaczyna przyjmować postać popreligii. Religijni mieszkańcy świata kultury popularnej swoją wiarę i religijność coraz wyraźniej przeżywają, praktykują i wyrażają w językach, kategoriach, sposobach, obyczajach i stylach życia właściwych kulturze popularnej.

[1] B.D. Forbes, *Introduction. Finding Religion in Unexpected Places*, [w:] B.D. Forbes, J.H. Mahan (ed.) (2005), Religion and Popular Culture in America, University of California Press, Berkeley — Los Angeles — London 2005, s. 1-20.

Kultura popularna

Marcowy numer katolickiego miesięcznika „Znak" z roku 2004 swój główny blok tematyczny poświęcił kulturze popularnej. Na pierwszej stronie okładki widnieje huxleyowski tytuł: *Nowy wspaniały świat popkultury*. Tekst przewodni tego wydania, może nawet programowy, pióra Bartłomieja Dobroczyńskiego z Uniwersytetu Jagiellońskiego, nosi znamienny tytuł „Trzecia Rzesza Popkultury"[2]. Jego autor pisze:

> Liczba negatywnych zjawisk kulturowych narasta ostatnio w tempie wręcz zawrotnym [...]. Stwierdzamy [...] upadek wartości. Skarżymy się na wszechobecność chamstwa, mówimy o zalewie przemocy i dehumanizującego seksualizmu w mediach oraz o tym, że kulturę zdominowały tematy trywialne, drugorzędne i „pozorne". Lamentujemy, iż w telewizji programy rozrywkowe i filmy są głupie i urągają wrażliwości oraz inteligencji widzów. [...] chcę w moim artykule zademonstrować, w jaki sposób narastający „terror bycia t r e n d y " oraz rozpowszechniony handel prywatnością [...] podstępnie, bo w przebraniu zjawisk nieważnych, drugorzędnych, z zakresu niewinnej rozrywki, zagrażają naszej wolności, podmiotowości i prawom jednostki. Co gorsza, oba te zjawiska uprawomocniają pewien sposób uprzedmiatawiającego postrzegania innych ludzi, co w konsekwencji stanowi zachętę do ich całkowicie instrumentalnego traktowania, a granica tego, co można w ramach takiego postępowania z nimi uczynić, cały czas niebezpiecznie się przesuwa i zaczyna obejmować obszary, które jeszcze parę lat temu uważane były za nietykalne.[3]

W spojrzeniu Dobroczyńskiego na popkulturę wyraźnie słychać echo takich klasyków gorącej krytyki kultury popularnej, jak: José Ortegi y Gasseta, Dwighta Macdonalda czy Clementa Greenberga[4].

Jakkolwiek patrzeć na popkulturę, bez trudu znajdziemy w niej wiele negatywnych zjawisk, upadku wartości, chamstwa, przemocy, dehumanizującego seksualizmu, trywialności, rozrywki, głupoty, terroru bycia trendy i handlu prywatnością, ale popkultura nie ogranicza się do tego rodzaju zjawisk. Dzisiaj jest ona nieustannie zmieniającym się i zróżnicowanym, płyn-

[2] B. Dobroczyński, *Trzecia Rzesza Popkultury*, „Znak" 2004, nr 3, s. 16-31.

[3] *Ibidem*, s. 16-17, 19.

[4] Zob. J. Ortega y Gasset, *Bunt mas i inne pisma socjologiczne*, przeł. P. Niklewicz, H. Woźniakowski, wyboru dokonał i tekst przejrzał S. Cichowicz; wstępem opatrzył J. Szacki, PWN, Warszawa 1982; D. Macdonald, *Teoria kultury masowej*, [w:] L.A. Fiedler, C. Greenberg, D. Macdonald i in., Kultura masowa, przeł. i oprac. Cz. Miłosz, Instytut Literacki, Paryż 1959, s. 11-30; C. Greenberg, *Awangarda i kicz*, [w:] L.A. Fiedler, C. Greenberg, D. Macdonald i in., Kultura masowa, s. 31-44.

nym „bytem", o wielu, można rzec, nieskończenie wielu obliczach i kształtach, wewnętrznie popękanym, podzielonym i sprzecznym. Popkultura

> [...] wytworzyła już we własnym obrębie precyzyjne hierarchie wartościowania produktów, ma już własne sub- i kontrkulturowe działania. Nie jest więc wyłącznie [...] wszechogarniającą i ogłupiającą papką. Podobnie zróżnicowani są [jej] odbiorcy [...] Potęga kultury popularnej wynika właśnie z faktu, że tak wielka jest jej oferta i zróżnicowanie.[5]

Popkultura nie jest też tylko — jak zdaje się widzieć to Dobroczyński — „zestawem ogólnie dostępnych artefaktów: filmów, nagrań, ubrań, programów telewizyjnych, środków transportu"[6] itd. Nie da się lokować jej wyłącznie po stronie jej producentów, wytwórców i nadawców, którzy swoje produkty jednostronnie oferują czy wręcz narzucają odbiorcom, mającym tworzyć jednorodną społeczność konsumentów, tzw. prostych czy zwyczajnych ludzi, bierny kolektywny przedmiot oddziaływania popkultury. Kultura popularna nie tętni życiem wyłącznie po stronie ich producentów i nadawców, nie ogranicza się do artefaktów, ale (także) dynamicznie i nie bez napięć i konfliktów rozwija się po stronie odbiorców, którzy dzisiaj — szczególnie dzięki Internetowi — sami w różny sposób i w różnej mierze stają się autorami, wytwórcami i współtwórcami popkultury lub też mają realny wpływ na jej kształt. Tworzą społeczność zróżnicowanych aktywnych, a do tego zmieniających się, płynnych podmiotów, którzy interpretują te artefakty na rozliczne sposoby w perspektywie zróżnicowanych hierarchii wartości i celów życiowych, odmiennych kontekstów egzystencjalno-społecznych, w dialektycznym wieloaspektowym, wielokierunkowym i zróżnicowanym ich oddziaływaniu na siebie. W tym kontekście bliższa jest nam definicja popkultury zaproponowana przez Gordona Lyncha, który widzi ją „jako wspólne środowisko, praktyki i zasoby codziennego życia"[7]. Określenie to obejmuje m.in. zarówno wspomniane artefakty, jak też codzienne praktyki i aktywności, takie jak „gotowanie, jedzenie, opieka nad dziećmi i innymi ludźmi, spędzanie czasu w pracy, jak i z przyjaciółmi, życie seksualne, sprzątanie, naprawy domowe, pranie, ubranie czy bujanie w obłokach"[8] — można kontynuować: korzysta-

[5] W.J. Burszta, *Kultura popularna jako wspólnota uczuciowa*, „Kultura Popularna" 2002, nr 0, s. 15 i 17.

[6] Tak popkulturę określił Dick Hebdige w: *idem*, *Hiding in the Light: On Images and Things*, Routledge, London 1988, s. 47.

[7] G. Lynch, *Understanding Theology and Popular Culture*, Wiley-Blackwell, Oxford 2005, s. 14.

[8] *Ibidem*, s. 15.

nie z Internetu, oglądanie telewizji, chodzenie do kina, lektura gazet i książek, robienie zakupów, uprawianie sportu, świętowanie itd.[9]

Admiratorzy tabloidów

Takie szersze i dynamiczne rozumienie popkultury potwierdzają przeprowadzone przez S. Elizabeth Bird z USA badania grupy miłośników tabloidów prasowych, zatem artefaktu szczególnie charakterystycznego dla kultury popularnej[10].

Czytelnicy amerykańskiego „żółtego" tygodnika „National Examiner", jak się okazało, nie tworzą socjologiczno-kulturowej jednorodnej społeczności „zwyczajnych" ludzi, ale są grupą zróżnicowaną, niepoddającą się jednobrzmiącym i jednowymiarowym charakterystykom. Tworzą społeczność zróżnicowaną w takim stopniu, że nie sposób mówić, by stanowili homogeniczną czy jednorodną społeczność. Wśród badanych znaleźli się m.in.: osoby bezrobotne, więzień (za morderstwo), ochroniarz, parapsycholog, gospodynie domowe, recepcjonistka, pracownik naukowy, dwie nauczycielki, studentka, student, redaktor i wydawca czasopisma w jednej osobie, geolog, księgowa, właściciel firmy budowlanej, przedsiębiorca[11].

Jednym z podstawowych tematów mediów tabloidowych, jakby koła zamachowego ich zawartości i treści, są sprawy i zjawiska niezwykłe i para-

[9] J.C. Lyden, uzupełniając Lynchowską listę popkulturowych aktywności i praktyk, dodaje: "This list may seem ridiculously exhaustive, except when one thinks of how anthropologists study other cultures, and how they pay attention to the everyday life of a people in order to understand what they value and how they make meaning (among the other purposes of anthropological research) (Definitions. What is the subject matter of „religion and popular culture"?)" (J.C. Lyden, E.M. Mazur (eds.), *The Routledge Companion on Religion and Popular Culture*, Wiley-Blackwell, New York 2015, s. 14).

[10] Zob. S.E. Bird, *For Enquiring Minds: A Cultural Study of Supermarket Tabloids*, University Tennessee Press, Knoxville 1992, s. 107-137. Por. M. Pursehouse, *Looking at the Sun: Into the 90s with a Tabloid and Its Readers*, „Cultural Studies from Birmingham" 1991, no. 1, s. 88-133; S. Johansson, *Reading Tabloids. Tabloid Newspapers and Their Readers*, Södertörn Academic Studies, Huddinge 2007. Bird dokonała analizy 114 listów przysłanych jej przez czytelniczki/czytelników „National Examiner" w odpowiedzi na apel o podzielenie się własnymi refleksjami o tabloidach: "Readers, tell us about yourselves: Researcher Elizabeth Bird wants to know all about you — why you like to read the Examiner, whether you read any other weeklies, and what your favorite kinds of stories are — celebrity, occult, crime, human interest, etc. She also needs to know your age, sex, occupation, and any other information about yourself that you care to share" (S.E. Bird, *op. cit.*, s. 112). Z piętnastoma z autorów listów Bird przeprowadziła rozmowy telefoniczne. Dodatkowo uwzględniła wywiad, jaki zrobiła z jedną osobą, która odpowiedziała na jej ogłoszenie w lokalnej prasie.

[11] Zob. S.E. Bird, *op. cit.*, s. 211-213.

normalne, jak astrologia, parapsychologia, cywilizacje pozaziemskie, UFO, cudowne uzdrowienia, humanoidy, doświadczenia bliskie śmierci itd. Badane przez Bird osoby wyraziły zainteresowanie tymi zagadnieniami, niemniej i w tej dziedzinie występowały między nimi znaczące różnice, zarówno co do istoty, jak i co do niuansów[12]. „Tak więc — stwierdza Bird — relacja między »wiarą« [w prawdziwość zjawisk paranormalnych] a lekturą tabloidów jest bardziej subtelna i złożona"[13]. Przede wszystkim czytelnicy tygodnika „National Examiner" okazali się selektywni co do konkretnych fenomenów, które uznali za godne wiary, jedne mając za rzeczywiste, inne zaś nie. Kilku wyraziło krytycyzm i sceptycyzm pod adresem paranormalnych rewelacji tabloidów — taka postawa, uważa amerykańska badaczka, charakteryzuje czytelników samoświadomych. Tylko kilkoro z badanych wyznało wiarę we wszystko, o czym informują media tabloidowe. Niektórzy czytelnicy traktują tabloidy, j a k g d y b y mówiły one prawdę, bawiąc się definicjami tego, co rzeczywiste, i wyrażając zdziwienie co do konkretnych doniesień. Młoda kobieta oznajmiła, że czasami informacje tabloidów zdają się bardzo realne, a czasami sprawiają takie wrażenie, że nie wiadomo, co o nich myśleć. Sześćdziesięcioośmioletnia kobieta wyraziła „pragnienie wiary", którą mają inni: „Chciałbym wierzyć we wszystko, co czytam, ale wiem, że to niemądre". Z kolei jeden z mężczyzn stwierdził: „No wiesz, takie rzeczy nie istnieją, ale w pewnym sensie pragniemy, aby istniały".

Bird wśród badanych wyróżniła specjalną kategorię czytelników, wyraźnie odstających od pozostałych, którą określiła mianem „czytelnicy samoświadomi" (*the self-conscious readers*) — to ci admiratorzy tabloidów, którzy kupują je jako rodzaj żartu, zachowując się w taki sposób, by nikt nie pomyślał, że traktują tabloidy poważnie. Osoby te ponadto mają skłonność do dystansowania się wobec tych osób, które uważają za „typowych" i „rzeczywistych" miłośników tabloidów. Jeden z „samoświadomych", naukowiec w średnim wieku, napisał, że czyta je „dla relaksu i zabawy", od razu dodając, że do jego ulubionej prasy należą także: „New Yorker", „Psychology Today", „Nature", „Science", „New Scientist", „Science News". Z kolei geolog, który wyznał, że jego żona ma zwyczaj kupowania kilku tabloidów, napisał, iż czyta „Examinera" przede wszystkim dla zabawy. W jego oczach większość miłośników prasy tabloidowej to ludzie — w przeciwieństwie do niego samego — „słabo wykształceni". Czytelnicy samoświadomi zgadzają się z tym, że tabloidy są „kiepskie" i „wulgarne", ale lekturę tych gazet uważają za rodzaj wycieczek do miejsc egzotycznych[14].

[12] *Ibidem*, s. 119-124.

[13] *Ibidem*, s. 122.

[14] *Ibidem*, s. 116-119.

Kryzys języka

W *Nowym wspaniałym świecie popkultury* miesięcznika „Znak" zabrakło miejsca na refleksję o religii. Problematyce tej natomiast w tym samym 2004 r. dwa artykuły poświęciła świecka „Res Publica Nowa": jeden autorstwa Renaty Przybylskiej i ks. Wiesława Przyczyny — pt. „Język kleryków", oraz drugi Doroty Zdunkiewicz-Jedynak, językoznawczyni z Uniwersytetu Warszawskiego — „O Bogu łatwym, lekkim, niewymagającym. Banalizacja języka Kościoła"[15]. W tym miejscu interesuje nas tylko ten drugi tekst, który — naszym zdaniem — wyraża stanowisko typowe dla większej liczby badaczy czy ludzi Kościoła[16]. Już sam tytuł artykułu nie pozostawia złudzeń, jak Zdunkiewicz-Jedynak ocenia wpływ popkultury na język Kościoła katolickiego i w ogóle na religię.

Autorka stwierdza w artykule, że język religijny Kościoła dotknął poważny kryzys, i to o znamionach patologii:

> Być może najwyraźniej widocznym w języku Kościoła nauczającego w polskich warunkach przejawem kryzysu słowa jest zanik dawniej wyraźnej granicy dzielącej zjawiska święte i świeckie, a więc zestawienie, a nawet mieszanie elementów językowych należących do poziomu wyższego i niższego, ze sfery sacrum i profanum. Język wysoki, natchniony, często dziś w Kościele milknie na rzecz łatwego, szybciej przemawiającego lub, w najlepszym wypadku, łączy się z ubogim, prymitywnym, potocznym (nawet wulgarnym).[17]

Zdunkiewicz-Jedynak ma na myśli rzeczywiste wypowiedzi w rodzaju:

— (w homilii duchownego) „Czasami myślisz o swojej żonie: ja z tą małpą dłużej nie wytrzymam. […] Twój mąż cię wkurza. Kiedy widzisz tego gada, robi ci się niedobrze. Twój szef to szuja, kawał …syna".
— „Pedałowanie pod górkę wyrabia krzepę duchową".

---

[15] R. Przybylska, W. Przyczyna, Język kleryków, „Res Publica Nowa" 2004, nr 2, s. 61-65; D. Zdunkiewicz-Jedynak, *O Bogu łatwym, lekkim, niewymagającym. Banalizacja języka Kościoła*, „Res Publica Nowa" 2004, nr 2, s. 66-71.

[16] Zob. np. I. Bajerowa, *Szanse języka religijnego w świecie kultury masowej*, [w:] Z. Adamek (red.), Teologia — kultura — współczesność, Wydawnictwo „Biblos", Tarnów 1995, s. 99-113; Z. Mikołejko, *Religia bez właściwości*, [w:] T. Chachulski, J. Snopek, M. Ślusarska (red.), Religijność w dobie popkultury, Wydawnictwo Uniwersytetu Kardynała Stefana Wyszyńskiego, Warszawa 2014, s. 11-17; K. Koehler, *Uwiedzeni* własną perswazją. Współczesna kultura chrześcijańska a popkultura, [w:] T. Chachulski, J. Snopek, M. Ślusarska (red.), Religijność w dobie popkultury, s. 25-35; P.A. Sokołowski (red.), *Kontrchrześcijaństwo jako kontekst działalności misyjnej w XXI wieku*, Misyjne Seminarium Duchowne Księży Werbistów, Pieniężno 2009.

[17] D. Zdunkiewicz-Jedynak, *op. cit.*, s. 66-67.

— „Otwieram przed Jezusem największy gnój. On kocha mnie w gnoju".
— „Skubany ten Jezus, tak czterdzieści dni bez jedzenia".
— „Matka Boska wymięka, słysząc pozdrowienie anielskie".
— „»Bóg was kocha« — woła ze sceny w Żarach [impreza Przystanek Jezus, towarzysząca Przystankowi Woodstok] ewangelizator Tymoteusz. »A ja mam go w dupie« — odkrzykuje ktoś z tłumu. »On cię kocha i stamtąd« — nie daje za wygraną ewangelizator".
— „I inna scena z Przystanku Jezus: W czasie fragmentu wyświetlanego filmu, który ukazuje mękę Jezusa, słychać na widowni: »Jezu, k… nie daj się! No walnij mu«"[18].

Zdaniem Zdunkiewicz-Jedynak zasadniczą przyczyną kryzysu słowa w Kościele jest przenikanie do niego kultury popularnej:

> […] przewartościowanie odbiorcy, związane z konkurencyjnością wszechobecnej kultury masowej, nakierowanej właśnie na odbiorcę i nieustannie schlebiającej mu. […] Prawdą jest, że kod, którym przez dwa tysiąclecia mówi Kościół […], jest dziś w dobie kultury masowej, zwłaszcza dla ludzi młodych, coraz mniej czytelny (jeśli nie martwy) — z całą pewnością istnieje potrzeba jego adaptacji do języka współczesnego i współczesnych realiów. Nasuwają się jednak pytania i wątpliwości: […] Czy wykorzystanie kategorii popkulturowych do mówienia o doświadczeniach religijnych nie prowadzi do banalizacji wiary? Czy współcześnie, aby być zrozumiałym, mówiąc o doświadczeniach religijnych, rzeczywiście trzeba sięgać do sfery profanum i jest to droga jedyna?[19]

Odpowiedzią i rozwiązaniem — zdaniem autorki — winno być trwanie Kościoła przy swoim tradycyjnym języku mimo wszystko: „mówić własnym głosem, słuchać własnym słuchem", bo

> Życie religijne jest specjalnym zakresem życia człowieka — więc i język, którym mówimy o doświadczeniach z tego zakresu, z natury jest specjalny, inny. […] Tak więc język religijny winien zachować swoją odrębność […].[20]

Nie zamierzamy prezentować tu krytyki[21], z jaką spotkał się artykuł *O Bogu łatwym, lekkim, niewymagającym. Banalizacja języka* i która — jak się zdaje

[18] *Ibidem*, s. 67. Cytowane i podobne wypowiedzi można znaleźć w: A. Dyczkowski, B. Dziadura, T. Szałkowska i in., *Kiedy Jezus przychodzi w glanach*, Wydawnictwo IN PLUS, Gorzów Wlkp. 2003; *Radykalni. Z Budzym, Dzikim, i Stopą rozmawia M. Jakimowicz*, Katowice 1997; M. Nowak, *Cechy językowe tzw. świadectw*, [w:] M. Kamińska, E. Umińska-Tytoń (red.), *Funkcja słowa w ewangelizacji*, Archidiecezjalne Wydawnictwo Łódzkie, Łódź 1992, s. 401-412.

[19] D. Zdunkiewicz-Jedynak, *op. cit.*, s. 67-68.

[20] *Ibidem*, s. 70.

[21] Zob. W. Kudyba, *Język religijny w kulturze masowej* , [w:] T. Chachulski, J. Snopek, M. Ślusarska (red.), Religijność w dobie popkultury, Wydawnictwo Uniwersytetu Kardynała Stefana

– sprawiła, że D. Zdunkiewicz-Jedynak znacząco zniuansowała swoje stanowisko, w kolejnych wypowiedziach akcentując złożoność relacji „język religijny a popkultura", postulując konieczność odpowiednich badań, czy wzbogacając swoje poglądy o ważne dystynkcje genologiczne w komunikacji religijnej[22]. Chcielibyśmy jednak wskazać na kilka ważnych i powiązanych ze sobą problemów, które prowokuje jej tekst i tocząca się od pewnego czasu w Polsce dyskusja na temat popkulturyzacji j ę z y k a r e l i g i j n e g o[23].

Religia — popreligia?

Jakkolwiek pojmować relację między religią a popkulturą, wyraźnie widać, że osmoza religii i popkultury — wzajemne przenikanie się ich „języków" i „bytów" — jest faktem. Proces ten wyprzedza refleksję krytyczną nad popkulturą i religią, dokonuje się samorzutnie, wymusza ją, stymuluje i dynamizuje codzienne życie ludzi, potrzeba zachowania własnej tożsamości i sensowego znalezienia się w świecie, obecnie zdominowanym przez płynną kulturę popularną, konieczność porozumiewania się w społeczności, potrzeba rozumienia innych i bycia rozumianym przez innych na co dzień i od święta. Ludzie religijni nie żyją w dwóch osobnych krainach, z jednej strony — w krainie religijnej, a z drugiej — w krainie popkultury, lecz wiodą życie jednocześnie

Wyszyńskiego, Warszawa 2014, s. 18-24. Dyskusję z tezami autorki podjął także ks. Andrzej Draguła na łamach „Więzi": *Między wieżą Babel a Pięćdziesiątnicą. O współczesnym języku religijnym*, „Więź" 2004, nr 7, s. 49-61– korzystamy z wersji elektronicznej: *http://www.laboratorium.wiez.pl/teksty.php?o_wspolczesnym_jezyku_religijnym* (dostęp 4 września 2015 r.).

[22] Zob. D. Zdunkiewicz-Jedynak, *Między wieżą Babel i Dniem Pięćdziesiątnicy. Pomieszanie języków i dialog — dwa doświadczenia współczesnej komunikacji religijnej*, [w:] B. Myrdzik, M. Karwatowska (red.), Relacje między kulturą wysoką i popkulturą w literaturze, języku i edukacji, Wydawnictwo Uniwersytetu Marii Curie-Skłodowskiej, Lublin 2005, s. 77-83; *eadem*, *Jak mówić o Bogu językiem współczesnego świata? O dylematach inkulturacji w języku polskiego Kościoła*, „Studia Salvatoriana Polonica" 2010, t. IV, s. 87-97.

[23] Fragment tej dyskusji prezentuje W. Kudyba w przywołanym już tutaj tekście *Język religijny w kulturze masowej*, opublikowanym w książce *Religijność w dobie popkultury*, będącej pokłosiem konferencji, która — pod tym samym tytułem — odbyła się 17 grudnia 2009 r. na Uniwersytecie Kardynała Stefana Wyszyńskiego. Zob. Ik, *Religijność w dobie popkultury — konferencja na UKSW*, *https://system.ekai.pl/kair/?screen=depesza&_scr_depesza_id_depeszy=419715&_tw_DepeszeKlientaTable_0__search_plainfulltext=%22Religijno%C5%9B%C4%87+w+dobie+popkultury%22* (data dostępu: 16 stycznia 2017 r.). Zob. także prezentację dyskusji na temat języka religijnego w popkulturze podczas sympozjum „Kryzys mowy we współczesnym piśmiennictwie i międzyludzkiej komunikacji", zorganizowanego na tej samej uczelni 10 grudnia 2003 r. — jw., *Skubany ten Jezus — konferencja o kryzysie języka religijnego*, Katolicka Agencja Informacyjna, 10 grudnia 2013 r., *http://system.ekai.pl/kair/?screen=depesza&_scr_depesza_id_depeszy=329630* (dostęp 7 września 2015 r.).

w obu, które stanowią dwie strony jednego świata, w którym przyszło im żyć, co nie znaczy, że między popkulturą i religią — również w życiu konkretnych osób religijnych — nie występują napięcia, spory, konflikty.

Jeśli ludzie religijni należą do kultury popularnej, na co dzień korzystają z jej zasobów, komunikują się za pomocą jej środków, żyją nią i jednocześnie ją współtworzą, kształtują, zmieniają, to znaczy to — by ograniczyć się do Kościoła katolickiego (rozumianego tu jako społeczność wiernych świeckich i duchownych) — że Kościół już podlega popkulturyzacji, która dokonuje się w zróżnicowany sposób, w zależności od tego, w jakim stopniu konkretni wierni, którzy go tworzą, świeccy, ale przecież także duchowni, są związani z kulturą popularną czy do niej należą. Religia/religijność w dobie kultury popularnej podlega złożonemu procesowi wzajemnej popkulturowo-religijnej transformacji, sprawiającej, że relacja między nimi czy też ich związek przekracza — wracamy do wstępnych uwag do niniejszego artykułu — poczwórną typologię, o której traktuje studium *Religion and Popular Culture in America* Forbesa (religia w kulturze popularnej, kultura popularna w religii, kultura popularna jako religia, religia i kultura popularna w dialogu)[24], przyjmując postać: religia jako kultura popularna, gdzie religia/religijność nabiera znamion popreligii[25].

Procesy, które zachodzą na granicy czy w więzi religii i popkultury, są tak świeże i płynne, głównie z powodu nieustannych nachodzących na siebie zmian w dziedzinie technologii medialnych, dynamicznie przekładających się na przekształcenia kulturowe, że trudno dokładnie przewidzieć kierunek, w którym religia/religijność jako poreligia ewoluuje i będzie ewoluować.

[24] B.D. Forbes, J.H. Mahan (eds.), *op. cit.*: part I — *Religion in Popular Culture* (s. 21-98), part II — *Popular culture in Religion* (s. 99-154), part III — *Popular Culture as Religion* (s. 155-231), part IV — *Religion and Popular Culture in Dialogue* (s. 233-287). Forbes w przypisie jednak zauważa: "In addition to the four relationships between religion and popular culture considered here, one might argue for a fifth possibility: 'Religion as Popular Culture.' If popular culture sometime functions as religion, can the inverse be true as well? Can religious activity or production not only take on the features of popular culture, but function fully as popular culture? This might apply especially to historical situations where a single religion is central to a culture as a whole, prior to the complications of secularization and religious diversity. Pre-Lenten carnivals in medieval Europe or camp meetings in nineteenth-century America could be viewed as examples of religious activity and popular culture at the same time; the widespread wearing of crosses or Taoist symbols as jewelry might be cited as modern examples. Yet all of these could be considered extensions of 'Religion in Popular Culture,' although they near the limits of the category. We recognize the fluidity of these category and the possibility that at various points others would find additional categories possible" (*ibidem*, s. 18-19, p. 14).

[25] Por. J. Drozdowicz, *Popreligia w dobie popkultury*, [w:] E. Jeliński, Z. Stachowski, S. Sztajer (red.), *Ratio, religio, humanitas. Miscelanea dedykowane profesorowi Zbigniewowi Drozdowiczowi*, Wydawnictwo Naukowe Wydziału Nauk Społecznych, Poznań 2015, s. 229-236.

Badacze, starając się uchwycić (płynne) linie tej ewolucji na obecnym etapie, zwykle konstatują, że religijność decentralizuje się i demokratyzuje, a inną stroną tego zjawiska jest kryzys tradycyjnego autorytetu religijnego; że duchowość religijna komercjalizuje się i przyjmuje postać eklektyczną i hybrydyczną; że faktem staje się różnorodność religijna i pluralizm religijno-duchowościowy; że w wyobrażeniu Boga blednie jego transcendencja, a uwyraźnia się immanencja; że w życiu religijnym traci na wartości to, co racjonalne i logiczne, a rośnie znaczenie irracjonalności, uczuciowości i empatyczności; że w religii/religijności coraz większą rolę odgrywa szczególny rodzaju indywidualizmu i subiektywizmu, czemu zdaje się towarzyszyć nowe pojmowanie wspólnotowości.

Popkultura — jak wiele na to wskazuje — zawiera w sobie swoiste *glutinum mundi*, zdolność łączenia ludzi we wspólnoty, ale wspólnoty o charakterze głównie uczuciowym, w „nowe plemiona". Jak ujął to Michel Maffesoli: „jesteśmy świadkami — w najmocniejszym sensie tych wyrażeń — stopniowego zastępowania zracjonalizowanego społeczeństwa przez życie społeczne o dominancie empatycznej"[26], budowanej na podstawie tego, co afektywne, emocjonalne, nieracjonalne i nieświadome. Kultura popularna ma moc przyciągania nie tylko dlatego, że oferuje zabawę/rozrywkę, ale także dlatego, że wychodzi naprzeciw wielkim potrzebom opowiadania i mitu, radzenia sobie z tragicznością (śmierć) i trudnościami życia (choroba, cierpienie...), nadziei na lepsze życie[27].

Religijno-duchowe opowieści kultury popularnej charakteryzują się m.in. tym, że są opowiadane różnymi językami, i to językami audio-wizualnymi — oferta popkultury jest pod tym względem pluralistyczna, tak że wielu ludzi, szczególnie młodych, jest w stanie odnaleźć w niej swój własny język, ale i go współtworzyć. Różne języki religijno-duchowe kultury popularnej, jakkolwiek je oceniać, zdaje się łączyć — inaczej niż w językach religii/religijności wysokiej, wzniosłych i abstrakcyjnych — niejaka przystępność, familiarność i prostota: o sprawach duchowych mówi się tu zwykle z pomocą czytelnych obrazów, klarownych symboli, przemawiających do serca motywów mitologicznych, narracyjności, fabularności, cielesności, wydarzeniowości, konfliktowości, emocjonalności, z pomocą płynnych opowieści, amorficznych, nierealnych, niesamowitych, fantastycznych... Jak ujął to Jarema Drozdowicz, zjawisko nowej religijności

[26] M. Maffesoli, *Czas plemion. Schyłek indywidualizmu w społeczeństwach ponowoczesnych*, przeł. M. Bucholc, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2008, s. 35.

[27] Por. W.J. Burszta, *Zasłuchani w te same opowieści. Z Wojciechem J. Bursztą rozmawiają D. Pycińska i M. Żyła*, „Znak" 2010, nr 3, s. 19. Zob.: J. Majewski, *Religia, media, mitologia*, Słowo/obraz terytoria, Gdańsk 2010, s. 73-95.

> […] polega […] bardziej na wytworzeniu wspólnego języka, który przemawia do ludzi w sposób bardziej bezpośredni, daje poczucie familiarności, niesie popularną symbolikę, a jednocześnie proponuje wartości dające namiastkę transcendencji. Poprzez ten zabieg narracja religijnego dyskursu jest dziś zależna bezpośrednio od porządku popkultury, gdyż to ten porządek wyznacza kurs globalnego rozumienia, czym jest kultura jako taka. Powiązanie to jest odbierane przez wielu jako naturalna kolej rzeczy, a przynajmniej jako bardziej naturalne aniżeli anachroniczne teologiczne dysputy toczone za murami Watykanu.[28]

Trudno nie zgodzić się ze stwierdzeniem, że dysputy w państwie kościelnym często grzeszą anachronizmem, można jednak pytać — przynajmniej z teologicznego punktu widzenia — czy zjawisko nowej religijności proponuje wyłącznie takie wartości, które dają jedynie namiastkę transcendencji.

Locus theologicus

Już w 1988 r. Andrew M. Greeley, katolicki duchowny i socjolog z USA[29], w studium *God and Popular Culture* postulował religijną rehabilitację kultury popularnej, często radykalnie wówczas krytykowanej w Kościołach i przez elity jako wrogiej religii i duchowości. Nie wahał się uznać tej kultury za „przestrzeń, gdzie można spotkać Boga", czyli za tzw. *locus theologicus*[30]. Kościelne i teologiczne znaczenie tego pojęcia trudno przecenić.

Loci theologici — „źródła teologiczne" — wskazują na

> […] takie miejsca, które teolog odwiedza, bo wie, że właśnie tam biją źródła teologii. Tam znajduje teologiczną inspirację, źródło pytań i odpowiedzi, problemy i klucze do ich rozwiązania, racje i argumenty dla swojego i kościelnego rozumienia wiary, potwierdzenie swoich poszukiwań albo ich

[28] J. Drozdowicz, *op. cit.*, s. 232. Por. B. Dziadzia, *Naznaczeni popkulturą. Media elektroniczne i przemiany prowincji*, Wydawnictwo Naukowe Katedra, Gdańsk 2014, s. 169.

[29] Greeley jest autorem także popularnych powieści, z których część została przetłumaczona na język polski: *Grzechy kardynalne*, przeł. P. Kuś, Katowice 2001; *Wrześniowe anioły*, przeł. W. Bielak, Katowice 2002; *Pan tańca*, przeł. E. Poraj, Katowice 2002; *Piekłowstąpienie*, przeł. E. Poraj-Kuczewska, Katowice 2006.

[30] A.M. Greeley, *God in Popular Culture*, Thomas Moore Press, Chicago 1988, s. 9. Por. C.M. Nanko-Fernández, *Lo Cotidiano as Locus Theologicus*, [w:] O.O. Espín (ed.), The Wiley Blackwell Companion to Latino/a Theology, Wiley, Malden — Oxford 2015, s. 28-30. Koncepcję Greeleya prezentuje Quentin J. Schultze, *Christianity and the Mass Media in America: Toward a Democratic Accommodation*, Michigan State University Press, East Lansing 2003, s. 212-216.

> zaprzeczenie. Tam nade wszystko szuka śladów [...] Boga. W „miejscach teologicznych" teolog znajduje „budulec" dla teologii.[31]

Do źródeł teologicznych zalicza się m.in. symbole wiary, liturgie, nauczanie soborów, nauczanie papieży, nauczanie tzw. ojców Kościoła, prawo kościelne, sztukę sakralną czy nauczanie teologów. Okazuje się, że należy do nich również popkultura.

Kultura popularna jest *locus theologicus* — twierdził Greeley — ponieważ umożliwia ludziom „doświadczać Boga i opowiadać o Bogu czy, ujmując rzecz bardziej abstrakcyjnie, uczyć się o Bogu i uczyć innych o Nim"[32]. Patrząc na kulturę popularną jako *loci theologici* — uważał autor *God and Popular Culture* – nawet najbardziej popkulturowe narracje mogą być „językami", które „zasługują" na to, by posługiwały się nimi i wykorzystywały je w swoich narracjach teologia i oficjalny Kościół, papieże, biskupi i sobory, ponieważ religia jest aktywnością najpierw wyobrażeniową, a dopiero potem racjonalno-intelektualną. Język teologii i język nauczania Kościoła nie muszą należeć wyłącznie do świata kultury wysokiej. Takie ujęcie zdaje się sugerować oficjalny *Katechizm Kościoła katolickiego* , którego język niewątpliwie nie należy do sfery kultury popularnej: „Broniąc zdolności rozumu ludzkiego do poznania Boga, Kościół wyraża swoją ufność w możliwość mówienia o Bogu wszystkim

---

[31] J. Majewski, *Wprowadzenie do teologii dogmatycznej*, [w:] E. Adamiak, A. Czaja, J. Majewski (red.), *Dogmatyka*, t. I, Biblioteka „Więzi", Warszawa 2005, s. 66. Na temat *loci theologici* zob.: S.C. Napiórkowski, *Jak uprawiać teologię*, TUM Wydawnictwo Wrocławskiej Księgarni Archidiecezjalnej, Wrocław 1998, s. 37-48; J. Szymik, *W poszukiwaniu teologicznej głębi literatury. Literatura piękna jako locus theologicus*, Wydawnictwo Księgarnia św. Jacka, Katowice 1994, s. 14-33.

[32] A.M. Greeley, *God in Popular Culture*, s. 9. W podobnym kierunku zdaje się zmierzać koncepcja polskiego teologa o. Stanisława C. Napiórkowskiego: do *loci theologici* zalicza on nie tylko *loci* „wysoko-kulturowe", jak symbole wiary, liturgie, nauczanie soborów czy papieży, ale także literaturę piękną, człowieka, doświadczenia osób i wspólnot chrześcijańskich. Pisze, powołując się na tzw. zasadę inkulturacji: „Adresat teologii jako jej źródło. Teologię tworzy odbiorca teologii. Dobra teologia musi być dla człowieka i to nie dla człowieka w ogólności — ponieważ taka nie istnieje, ale dla konkretnego człowieka, przeżywającego swoją własną historię zbawienia w określonym kontekście historycznym, politycznym, ekonomicznym, społecznym, kulturowym. [...] Adresaci teologii stanowią jej źródło w podwójny sposób: współokreślając tematykę i decydując o typie teologii. [...] Nie tylko ludzie różnych kultur formułują specyficzne pytania pod adresem teologii, ale także ludzie tej samej kultury zgłaszają zapotrzebowania na różne tematy, w zależności od etapu indywidualnego rozwoju czy przeżywanych wydarzeń (wojny, cierpienia, krzywdy, zagrożeń, przemian). [...] Adresaci teologii decydują o jej typie swoją kulturą i duchowymi potrzebami. [...] Zasada inkulturacji apeluje o próby wprowadzenia do teologii również świata pojęć właściwych danej kulturze. Adresaci teologii mogą ją kształtować również przez ujawnianie swoich duchowych potrzeb" [podkreślanie w oryginale]" (S.C. Napiórkowski, *op. cit.*, s. 44-45).

ludziom i z w s z y s t k i m i ludźmi [wyróżnienie — P.C, J.M.]" (nr 39)[33]. Wszystkim i z wszystkimi — zatem chodzi tu także o język mieszkańców kultury popularnej. Ten sam *Katechizm* podkreśla ponadto, idąc za wielką tradycją teologii, że

> Ponieważ nasze poznanie Boga jest ograniczone, ograniczeniom podlega również nasz język, którym mówimy o Bogu. [...] Słowa ludzkie pozostają z a w s z e n i e a d e k w a t n e [wyróżnienie — P.C, J.M.] wobec tajemnicy Boga. (Nr 42)[34]

Dotyczy to każdego języka, nie tylko języka kultury popularnej, lecz również także języka kultury wysokiej, dogmatów Kościoła, liturgii, pism najczcigodniejszych ojców i doktorów/doktorek Kościoła, czy nauczania papieży.

Greeley uważał, że postulat religijnego dowartościowania kultury popularnej ma korzenie w historycznej „słabości" Kościoła katolickiego do tego, co popularne w kulturze. Z jednaj strony wysoką tradycję rezerwowano dla dogmatów, dokumentów soborów i papieży czy do twórczości teologów, z drugiej zaś dla tradycji popularnej rezerwowano m.in. sztukę, muzykę, architekturę, formy pobożności, opowieści, kazania, żywoty świętych, *exempla*, opowieści o dobrych i złych czynach itd. Klasycznym przykładem jest tu *Biblia pauperum*, „Biblia biedaków", zbiór popularnych przedstawień wydarzeń z życia Chrystusa i innych postaci Pisma Świętego, przeznaczonych dla *illiterati*, tych, którzy nie znali liter, niewykształconych, a więc dla ówczesnej absolutnej większości chrześcijan.

Tradycję popularną znajdujemy w płynnych, amorficznych, iluzorycznych, nierealnych, emocjonalnych, niesamowitych, fantastycznych, sensacyjnych, budzących grozę — powiedzielibyśmy: tabloidowych (*sic!*) — kazaniach, żywotach i opowieściach, którymi duchowni karmili siebie i wiernych świeckich. Już kaznodzieje średniowiecza — pisze badaczka starych podań Teresa Kruszewska-Michałowska — przemawiali

> [...] do wiernych ich językiem. „Umysły proste" chłonęły najchętniej konkretne obrazy, „wyjęte z życia" opowiastki, opowiadania fantastyczne lub bajki pełne ludowej mądrości. Poczęto więc z kazalnicy rozprzestrzeniać fabulistykę, dodając do starych niejednokrotnie świeckich, a nawet dość frywolnych wątków nowe motywy. Cały ten materiał, przesycony elementami ludowej wyobraźni, przechodzi z kolei do ustnych podań, ulegając licznym

[33] *Katechizm Kościoła katolickiego*, Pallottinum, Poznań 1994, s. 24. Papież Paweł VI w *Evangelii nuntiandi* pisał: „Królestwo głoszone w Ewangelii wprowadzają w życie ludzie, którzy przynależą do swojej określonej kultury i w budowaniu tego Królestwa muszą korzystać z pewnych elementów kultury i kultur ludzkich" *http://www.opoka.org.pl/biblioteka/W/WP/pawel_vi/adhortacje/evangelii_nuntiandi.html* (dostęp 20 października 2014 r.).

[34] *Katechizm Kościoła katolickiego*, s. 24-25.

> modyfikacjom i przekształceniom. Poprzez zabawienie, rozrywanie słuchaczy (recreatio) pragnęli kaznodzieje osiągnąć swój cel zasadniczy, jakim było utwierdzenie w wierze chrześcijańskiej.[35]

Badacze wskazują, że źródła współczesnych tabloidów, stanowiących w jakiejś mierze logo popkultury, tkwią właśnie w starej religijnej tradycji popularnej[36]. Można powiedzieć, że z historycznego punktu widzenia kultura popularna ma genetyczny związek z kulturą chrześcijańską, nawet jeśli dziś w niektórych nurtach potrafi płynąć pod jej prąd.

Greeley, mając na uwadze historyczną predylekcję Kościoła katolickiego do tego, co popularne, pisał:

> Z czterech religii Księgi — judaizmu, protestantyzmu, katolicyzmu i islamu — katolicyzm ma najbardziej bogato rozwiniętą tradycję popularną, albowiem najmniej boi się wyobrażeniowego wymiaru religii. Innymi słowy, katolicyzm jest najbardziej sakramentalną z tych czterech religii, spośród nich to on najpewniej dostrzeże transcendencję w przedmiotach, wydarzeniach, ludzie stworzenia. To on najpewniej nie będzie się bał, że zbruka Boga, gdy posłuży się stworzeniem do tego, by Go opisać.[37]

Zakończenie

Dzisiaj w świecie Zachodu podstawowe doświadczenia ludzi dokonują się i są przeżywane w świecie kultury popularnej. W tym świecie dzieją się codzienne i odświętne ludzkie sprawy, małe i wielkie, piękne i brzydkie, wesołe i smutne, szczęśliwe i tragiczne, jednostkowe i społeczne, świeckie i religijne. Tu ludzie się rodzą i umierają, pracują i bawią, cierpią i przeżywają szczęście, śmieją się i płaczą, kochają i nienawidzą, uczestniczą w liturgii i się modlą. W kulturze popularnej przeżywają swoją religijność, podlegającą nieustannym procesom transformacji.

W obliczu obecnej transformacji religii i religijności trudno się dziwić, że władze religijne i teologowie, i w ogóle elity, sami (świadomie lub nie) pozo-

---

[35] T. Kruszewska-Michałowska, *„Różne historyje". Studium z dziejów nowelistyki staropolskiej*, Zakład Narodowy im. Ossolińskich, Wydawnictwo Polskiej Akademii Nauk, Wrocław — Warszawa — Kraków 1965, s. 115.

[36] J. Hajduk-Nijakowska, *Kulturowe źródła tabloidyzacji przekazów medialnych*, „Oblicza Komunikacji" 2010, nr. 3, s. 9-21 (tytuł tomu: *Tabloidyzacja języka i kultury*).

[37] A.M. Greeley, *The Catholic Imagination*, University of California Press, Berkeley — Los Angeles — London 2000, s. 77. Por. R.M. Payne, *Roman Catholicism*, [w:] J.C. Lyden, E.M. Mazur (eds.), The Routledge Companion on Religion and Popular Culture, Routledge, New York 2015, s. 419-439.

stający w rozlicznych więziach z popkulturą, liczą straty i zyski. Czas transformacji religii jest czasem kryzysu, który rodzi niepewność i lęki. Obecny kryzys, jak zwykle kryzysy religii w przeszłości, wiąże się z nieustannymi ogromnymi zmianami dokonującymi się w obszarze komunikacji i technologii medialnych, które dzisiaj są źródłem kultury jako popkultury. Przypomniała o tym Dorota Zdunkiewicz-Jedynak w artykule *Między wieżą Babel i Dniem Pięćdziesiątnicy*. Jego zakończenie niech zwieńczy także niniejsze rozważania:

> Właściwie i mowa, i pismo, i druk stały się źródłem kryzysu jednej formy duchowości i legły u podstaw nowej. Monoteizm — jak się uważa — nie byłby możliwy bez pisma alfabetycznego, a zwycięstwo chrześcijaństwa nad pogaństwem bywa wiązane z odejściem chrześcijan od zwojów ku kodeksom, dzięki drukowi możliwe stało się wreszcie szybkie rozpowszechnienie w Europie reformacyjnych idei Lutra. I dziś przemiany w technologii komunikacji wywołują zamęt w sferze słowa i mają szansę wpłynąć na kształt sytuacji religijnej współczesnego człowieka [...].[38]

Józef Majewski, Patrycja Cybulska

The Birth of the Pop Religion. Religion in the Age of Popular Culture

Abstract

The article discusses religion and religiosity in the age of popular culture. The author proposes that instead of condemning the culture, we should try to understand both the relationship between religion and pop culture and the culture itself. He argues that in the age of popular culture, religiosity takes the form of pop religion. The author suggests that, from a religious point of view, the culture may be seen as a theological locus (*locus theologicus*), a theological place in which one may encounter God. Andrew M. Greeley, a sociologist and a Catholic priest, claimed that „popular culture provides an opportunity to experience God and to tell stories of God, ... to learn about God and to teach about God."

Keywords: religion, pop religion, pop culture, crisis, theological loci.

[38] D. Zdunkiewicz-Jedynak, *op. cit.*, s. 83.