

KULTURA 50 Media 2022 TEOLOGIA

ISSN 2081-89-71

KWARTALNIK
NAUKOWY
WYDZIAŁU
TEOLOGICZNEGO
UKSW W WARSZAWIE



KULTURA Media TEOLOGIA

NUMER 50/2022

TEMAT NUMERU:

W KRĘGU ZAGADNIEŃ TEOLOGII,
KOMUNIKOWANIA I KULTURY MEDIALNEJ

KULTURA – MEDIA – TEOLOGIA

KWARTALNIK NAUKOWY WYDZIAŁU TEOLOGICZNEGO UKSW W WARSZAWIE

ISSN 2081-8971

- WYDAWCA:** Wydział Teologiczny Uniwersytetu Kardynała Stefana Wyszyńskiego
w Warszawie, ul. Dewajtis 5, 01-815 Warszawa
- REDAKCJA:** ks. dr hab. Rafał Leśniczak, prof. UKSW (redaktor naczelny)
ks. dr Waldemar Bartocha (zastępca redaktora naczelnego)
dr Marta Jarosz (sekretarz redakcji)
dr Dagmara Jaszewska
dr Mateusz Kot
ks. dr hab. Waldemar Linke, prof. UKSW
dr hab. Małgorzata Laskowska, prof. UKSW
dr Marek Robak
- Rada naukowa:** ks. prof. dr hab. Stanisław Dziekoński (UKSW)
ks. prof. dr hab. Witold Kawecki (UKSW)
prof. dr hab. Jan Stanisław Wojciechowski (UJ)
prof. dr hab. Rafał Habielski (UW)
ks. dr hab. Krzysztof Stępnia, prof. UKSW
ks. dr hab. Jarosław Woźniak (KUL)
ks. dr hab. Mieczysław Różański, prof. UWM Olsztyn
dr hab. Mariola Marczak, prof. UWM Olsztyn
dr hab. Anna Czajka-Cunico, prof. UKSW
dr hab. Damian Guzek, prof. UŚ
prof. dr Michał Maśłowski (Université Paris IV – Sorbonne)
Prof. Andrius Vaišnys (Uniwersytet Wileński – Litwa)
Doc. Mgr. Katarína Fichnová, PhD. – Uniwersytet Konstantyna Filozofa w Nitrze
(Słowacja)
Prof. Dr. Alexander Fedorov, Ed.D., (Państwowy Uniwersytet Ekonomiczny
w Rostowie, Rosja)
Prof. Imre Szijártó, Ph.D. (Uniwersytet Károly'a Eszterházy'ego w Egerze,
Węgry)
Prof. Paul A. Soukup, S.J. (Santa Clara University, USA)
Prof. Daniel Arasa (Pontificia Università della Santa Croce, Włochy)
Prof. Norberto González Gaitano (Pontificia Università della Santa Croce, Włochy)
prof. HSE dr hab. Victor Khroul (National Research University – Higher School
of Economics, Rosja)
- Korekta:** dr Marta Jarosz oraz Zespół
- Skład:** Stanisław Tuchołka • www.panbook.pl
- Logo:** dr hab. Andrzej Adamski, prof. WSiIZ;
na okładce: <https://pixabay.com/pl/photos/pole-ukraina-natura-niebo-4326422/>
- Adres redakcji:** „Kultura–Media–Teologia”, ul. Dewajtis 5, 01-815 Warszawa
- Kontakt:** e-mail: kmt.uksw@gmail.com; <http://www.kmt.uksw.edu.pl>

Redakcja zastrzega sobie prawo skracania i redagowania tekstów oraz zmiany tytułów.
Materiałów niezamówionych nie odsyłamy. **Wersję pierwotną (referencyjną) wydawanego
czasopisma stanowi publikacja online dostępna na stronie kmt.uksw.edu.pl**

SPIS TREŚCI

ARTYKUŁY I ROZPRAWY

Agnieszka Barczyk-Sitkowska

SPOSOBY WYKORZYSTANIA SERIALU PRZEZ MARKI – UWAGI WSTĘPNE 7

Olga Dąbrowska-Cendrowska, Katarzyna Gajlewicz-Korab

ZDROWIE I PRACA W CZASIE PANDEMII. PORADNICTWO W POLSKIEJ
KOBIECEJ PRASIE DRUKOWANEJ 22

Krzysztof Grzegorzewski

JAN KARSKI W TWÓRCZOŚCI TELEWIZYJNEJ MICHAŁA FAJBUSIEWICZA 43

Janusz Łastowiecki

„TERENY ZASTRZEŻONE DLA POEZJI”, CZYLI ORYGINALNE
SŁUCHOWISKA POETYCKIE I ICH OBECNOŚĆ W RADIU (PRÓBA
DEFINICJI, PRZYKŁADY WYBRANYCH REALIZACJI TEGO NURTU) 63

Dominika Marzec

POWRÓT DO TRADYCJI? O KULTURZE KULINARNEJ Z PERSPEKTYWY
NOWYCH MEDIÓW 82

Wojciech Mueller

ZA CENĘ KAPŁAŃSKIEJ KRWI KS. STANISŁAWA STREICHA. „ZBRODNIA
LUBOŃSKA” W ŚWIELE DOKUMENTÓW PROCESU BEATYFIKACYJNEGO 106

Andrzej P. Perzyński

WAŻNY IMPULS W DIALOGU CHRZEŚCIJAŃSKO-ŻYDOWSKIM.
WATYKAŃSKI DOKUMENT „DARY I WEZWANIE BOŻE...” – PRÓBA OCENY 130

Maciej Radej

PIONIER FRANCUSKIEGO KAZNODZIEJSTWA RADIOWEGO –
PIERRE LHANDÉ SJ (1877–1957) 150

Michał Rams-Ługowski

JACQUES LACAN JAKO TEORETYK KOMUNIKOWANIA 166

Przemysław Szews

KOMUNIKACJA I ROLA PR W KRYZYSIE – STRATEGIE I REAKCJE BRANŻY FITNESS	197
--	-----

Marta Zając

W PERSPEKTYWIE TEOLOGII KULTURY PAULA TILLICHA: O TROSCE (I POWADZE) W JĘZYKU	220
--	-----

RECENZJE

Bogumiła Fiołek-Lubczyńska

ARTUR MAMCARZ-PLISIECKI: <i>FILOZOFIA I RETORYKA FILMU.</i> <i>PERSPEKTYWA REALIZMU FILOZOFICZNEGO</i> , POLSKIE TOWARZYSTWO TOMASZA Z AKWINU, LUBLIN 2019, SS. 352.	237
---	-----

Agnieszka Barczyk-Sitkowska

Uniwersytet Łódzki

Sposoby wykorzystania serialu przez marki – uwagi wstępne

Ways of using the series by brands – introductory remarks

ABSTRAKT

Serial to jeden z gatunków, który bywa wykorzystywany przez marki w komunikacji z odbiorcami. Celem artykułu jest scharakteryzowanie głównych typów relacji między marką i serialem: wykorzystywanie gotowego serialu, serial reklamowy oraz *branded content* w formie serialu. Tekst powstał na podstawie przeglądu literatury przedmiotu, analizy kilku polskich seriali zrealizowanych dla marek lub we współpracy z markami oraz rozmowy z Krzysztofem Landsbergiem (Prime Film Production).

SŁOWA KLUCZOWE:

advertainment, branded content, lokowanie produktu, marka, serial.

ABSTRACT

The series is one of the genres that are sometimes used by brands in communication with their recipients. The aim of this article is to characterize the main types of relationship between the brand and the series: using a prepared series, an advertising series and branded content as a series. The text is based on a review of literature, an analysis of several Polish series produced for brands or in cooperation with brands, and an interview with Krzysztof Landsberg (Prime Film Production).

KEYWORDS:

advertainment, brand, branded content, product placement, series.

*Entertainment and advertising are not just intersecting.
They have fused¹.*

WPROWADZENIE

W reklamie nie chodzi już o to, by reklamować – to tytuł opublikowanego w 2010 roku wywiadu, który przeprowadziła z prof. Michaeliem Fleischerem Lucyna Róg.

¹ C.A. Russell, *Advertainment: Fusing Advertising and Entertainment*, University of Michigan, Yaffe Center 2007, s. 19, <https://dra.american.edu/islandora/object/auislandora%3A72162/datastream/PDF/view> (dostęp: 3.03.2022).

W czasie tej rozmowy kierownik Zakładu Projektowania Komunikacji Uniwersytetu Wrocławskiego, w którym narodził się pomysł zorganizowania Festiwalu Najgorszej Reklamy „Chamlety”², wypowiadał się m.in. na temat przyszłości branży reklamowej:

„Moim zdaniem niedługo w Polsce będzie podobnie jak wszędzie na świecie. Reklama stanie się wyłącznie rozrywką, a firmy będą traktować tworzenie jej jak rodzaj konkursu na to, kto zrobi jeszcze śmieszniejszą, jeszcze bardziej zabawną. W reklamie nie będzie już chodzić o produkty, a o pokazanie, na jakim poziomie kreatywności jest firma”³.

Słowa te stanowiły główną inspirację i zarazem punkt wyjścia do przygotowania tego artykułu.

W literaturze przedmiotu analizę związków między reklamą i rozrywką odnaleźć można m.in. w pracach poświęconych *advertainment* (reklamorozrywce). Grzegorz Ptaszek omawia różne ujęcia reklamorozrywki (odwołuje się do prac autorstwa Cristel A. Russel, Margaret Craig-Lees i Jane Scott, Susan B. Kretchmer oraz Artura Cholińskiego), a także odróżnia ją od lokowania produktu⁴. Margaret Craig-Lees i Jane Scott obie te formy umieszczają w obrębie *brandcastingu*⁵, tj. – jak pisze wspomniany wcześniej polski badacz – „takiej formy działania reklamowego/promocyjnego, w której marka stanowi element różnych przekazów medialnych”⁶.

Warto zwrócić uwagę, że termin *advertainment* pojawia się niejednokrotnie obok takich pojęć jak *branded entertainment* oraz *branded content*. Dla przykładu można wskazać choćby tekst, którego fragment stanowi motto tego artykułu⁷. Jak piszą Joaquín de Aguilera-Moyano, Miguel Baños-González i Francisco Javier Ramírez-Perdiguero:

² G. Habrajska, *Chamlety – czyli czy istnieją obiektywne wyznaczniki oceny reklamy?*, [w:] G. Habrajska (red.), *Odmiany komunikacji bezpośredniej i medialnej*, Łódź 2015, s. 87.

³ L. Róg, *W reklamie nie chodzi już o to, by reklamować*, 2.12.2010, <https://wroclaw.wyborcza.pl/wroclaw/7,35771,8758106,w-reklamie-nie-chodzi-juz-o-to-by-reklamowac.html> (dostęp: 25.02.2022).

⁴ G. Ptaszek, *Rozrywka w służbie reklamy (advertainment), czyli jak uśpić czujność konsumenta*, „Naukowy Przegląd Dziennikarski” 2015, nr 4, s. 66–68.

⁵ M. Craig-Lees, J. Scott (2008), *What is and isn't product placement?*, <https://silo.tips/download/what-is-and-isn-t-product-placement-margaret-craig-lees-aut-university-jane-scot> (dostęp: 11.03.2022).

⁶ G. Ptaszek, dz. cyt., s. 67.

⁷ C.A. Russell, dz. cyt.

„Branded content refers to the content generated by and around a brand; this content can be informative, educational and entertaining. Branded content encompasses content marketing and branded entertainment (Pulizzi, 2011; Rahim and Clemens, 2012; Duncan, 2013; Lopresti, 2013). Content marketing is branded content when the content is informational or educational and is mostly developed online. Branded entertainment is the way branded content adopts when its content is entertainment, whatever its form, and can be distributed across multiple channels and platforms”⁸. (Branded content odnosi się do treści generowanych przez markę i wokół niej; ta treść może mieć charakter informacyjny, edukacyjny i rozrywkowy. Branded content obejmuje content marketing i branded entertainment. Content marketing odpowiada branded content, gdy treść ma charakter informacyjny lub edukacyjny i jest w większości rozwijana online. Branded entertainment to forma, jaką przybiera branded content, gdy treść jest rozrywką, niezależnie od jej formy i może być rozpowszechniana na wielu kanałach i platformach).

Branded content przyciąga uwagę zarówno badaczy, jak i praktyków. Uwagi na temat takich treści można zatem odnaleźć również w prasie branżowej. Wskazywano tam m.in. na wielość sposobów włączania marki w przekaz⁹ oraz różne formy *branded content*, takie jak: *sponsored*, *partnered* czy *originated content*¹⁰.

De Aguilera-Moyano, Baños-González i Ramírez-Perdiguero wskazują, że dla przywołanych do tej pory pojęć w literaturze marketingowej można odnaleźć wspólny termin – *hybrid messages* (jego autorem jest Siva K. Balasubramanian). Autorzy dodają, że:

„Since Balasubramanian identified hybrid messages, the number of tools included in this category has kept on growing: product placement, brand placement, advertiser-sponsored programmes, advergaming, custom publishing, advertainment and, of course, content marketing, branded content and branded entertainment”¹¹. (Odkąd Balasubramanian zidentyfikował przekazy hybrydowe, liczba narzędzi zawartych w tej kategorii stale rośnie: lokowanie produktu, lokowanie marki, programy sponsorowane przez reklamodawców, advergaming, custom publishing, advertainment i oczywiście content marketing, branded content i branded entertainment).

⁸ J. De Aguilera-Moyano, M. Baños-González, F. J. Ramírez-Perdiguero, *Branded Entertainment: Entertainment content as marketing communication tool. A study of its current situation in Spain*, „Revista Latina de Comunicación Social” 2015, nr 70, s. 523.

⁹ A. Popławska, *Branded content jawnie*, „Marketing w Praktyce” 2017, nr 8, s. 27.

¹⁰ O. Cygan, *Niesamowite historie wspierające sprzedaż*, „Marketing w Praktyce” 2012, nr 8, s. 14.

¹¹ J. De Aguilera-Moyano, M. Baños-González, F. J. Ramírez-Perdiguero, dz. cyt., s. 523.

Branded content przyciąga uwagę zarówno badaczy, jak i praktyków. Uwagi na temat takich treści można zatem odnaleźć również w prasie branżowej. Wskazywano tam m.in. na wielość sposobów włączania marki w przekaz oraz różne formy *branded content*, takie jak: *sponsored, partnered* czy *originated content*.

Istotą przekazów hybrydowych – w przeciwieństwie do tradycyjnej reklamy – jest zespolenie w jednym komunikacie treści dotyczących marki oraz wątków o innym („niekomercyjnym”) charakterze¹².

Przywołane pojęcia kreślą obszar, jakiego dotyczyć będą prowadzone w tekście rozważania. Wzrost negatywnego nastawienia odbiorców do tradycyjnych przekazów reklamowych oraz łączące się z tym świadome ich pomijanie (np. zmiana stacji telewizyjnej w czasie przerwy reklamowej przerywającej oglądanie ulubionego serialu lub wykupienie płatnego dostępu do interesujących jednostkę treści) zmuszają marki do poszukiwania nowych sposobów komunikowania o sobie. Jednym z możliwych do wykorzystania rozwiązań jest właśnie łączenie treści dotyczących marki z zawartością rozrywkową, co można obserwować na przykładzie seriali realizowanych dla marek lub we współpracy z markami/z ich udziałem. Jak pisze Wiesław Godzic, znawca gatunków telewizyjnych:

„W badaniach nad serialem podkreśla się jego podstawowe cechy: występowanie powtórzeń (stałość postaci, miejsc) i jednocześnie wprowadzania różnic w stosunku do elementów już znanych widzowi. Oddziaływanie serialu wiąże się z zapewnieniem przyjemności, ale także z możliwością kontrolowania dyskursu społecznego”¹³.

Rozciągnięcie opowieści w czasie i sukcesywne odsłanianie jej poszczególnych fragmentów ma budzić zainteresowanie widza oraz zachęcać go do śledzenia losów bohaterów.

¹² Tamże, s. 522.

¹³ W. Godzic, *Telewizja i jej gatunki po „Wielkim Bracie”*, Kraków 2004, s. 39.

Niniejszy artykuł ma charakter przeglądowy i stanowi efekt wstępnego rozeznania w literaturze przedmiotu. Jego celem jest wskazanie różnych sposobów wykorzystania gatunku, jakim jest serial do komunikowania o marce. Jako punkt wyjścia przyjęte zostały różnice pomiędzy lokowaniem produktu i reklamoryzywką – do której należy m.in. serial reklamowy¹⁴ – wskazane przez Margaret Craig-Lees i Jane Scott¹⁵. Przegląd wybranych polskich produkcji wpisujących się w poruszaną tematykę skłania do postawienia pytania, czy wykorzystanie gotowego serialu i tworzenie serialu reklamowego to jedyne typy związków między marką i omawianym gatunkiem. Sytuację utrudnia różnorodność przekazów określanych jako „seriale reklamowe”, o czym można się przekonać, wpisując to hasło w przeglądarce internetowej (np. obok produkcji pt. *Dom pełen zmian* pojawia się seria spotów marki Plus, w której występuje kabaret Mumio). Rozmowa z Krzysztofem Landsbergiem (11.03.2022), jednym z pomysłodawców projektów dla marek takich jak: Tyskie (*Piąty stadion*), BNP Paribas (*Dwoje we troje*), IKEA (*Dom pełen zmian* i *Dom pełen życia*) czy Coca-Cola (*Storyline*), skłania do zastanowienia się, czy obok wspomnianych dwóch sposobów nie należałoby jeszcze umieścić *branded content* w formie serialu. W dalszej części tekstu scharakteryzowane zostaną poszczególne typy relacji.

WYKORZYSTANIE GOTOWEGO SERIALU

Seriale – podobnie jak filmy czy programy telewizyjne, np. *talent show* – bywają wykorzystywane w komunikacji marek. O znacznym zainteresowaniu badaczy lokowaniem produktów świadczyć może wielość publikacji mu poświęconych¹⁶. Z uwagi na bogatą literaturę, ten typ relacji między serialem i marką zostanie jedynie zasygnalizowany.

Simon i David Hudson, do których odwołują się M. Craig-Lees i J. Scott, w swojej pracy rozróżniają dwa pojęcia: *pure product placement* i *branded entertainment*. Jak piszą:

¹⁴ G. Ptaszek, dz. cyt., s. 70.

¹⁵ M. Craig-Lees, J. Scott, dz. cyt.

¹⁶ Por. F. Guo, G. Ye, L. Hudders, W. Lv, M. Li, V.G. Duffy, *Product Placement in Mass Media: A Review and Bibliometric Analysis*, „Journal of Advertising” 2019, 48(2), s. 215–231.

„At one end of the continuum with no brand integration, there is passive product placement, such as the prominent depiction of the Coca Cola name in the program *American Idol*. Such placements are less effective than other types of placement (Gupta and Lord 1998). At the other end of the continuum, the product is integrated into the storyline for the program or film. An episode of the CTC drama *The Eleventh Hour*, for example, featured Nicorettes woven into a story about a character trying to stop smoking. Making brands intrinsic elements of plot lines like this, distinguishes branded entertainment from the traditional use of product placement”¹⁷. (Na jednym końcu kontinuum bez brand integration znajduje się pasywne lokowanie produktu, takie jak widoczne przedstawienie nazwy Coca Coli w programie *American Idol*. Takie lokowania są mniej skuteczne niż inne rodzaje lokowań. Na drugim końcu kontinuum produkt jest zintegrowany z fabułą programu lub filmu. Na przykład odcinek dramatu CTC *The Eleventh Hour* zawierał markę Nicorettes wplecioną w historię o postaci próbującej rzucić palenie. Czynienie marek nieodłącznymi elementami wątków fabularnych, jak w tym przypadku, odróżnia branded entertainment od tradycyjnego wykorzystania lokowania produktu).

Na potrzeby artykułu przyjęto tradycyjne podejście do lokowania produktu. Craig-Lees i Scott opisują je następująco: „the storyline is developed independently of the needs of the product or brand, and the product or brand takes advantage of the existing program content and may or may not be paid for”¹⁸. Podobnie reguluje to polski ustawodawca:

„lokowaniem produktu jest przekaz handlowy polegający na przedstawieniu lub nawiązywaniu do towaru, usługi lub ich znaku towarowego w taki sposób, że stanowią one element samej audycji w zamian za opłatę lub podobne wynagrodzenie, a także w postaci nieodpłatnego udostępnienia towaru lub usługi”¹⁹.

Ten typ relacji między marką i serialem polega na wykorzystaniu gotowego przekazu audiowizualnego, pod względem gatunkowym klasyfikowanego jako serial, i umieszczeniu w nim konkretnego produktu bądź elementów

¹⁷ S. Hudson, D. Hudson, *Branded Entertainment: A New Advertising Technique or Product Placement in Disguise?*, „Journal of Marketing Management” 2006, nr 22, s. 493–494.

¹⁸ tłum. „fabuła jest opracowywana niezależnie od potrzeb produktu lub marki, a produkt lub marka wykorzystuje zawartość istniejącego programu i może, ale nie musi być opłacany” (M. Craig-Lees, J. Scott, dz. cyt.)

¹⁹ Ustawa z dnia 25 marca 2011 r. o zmianie ustawy o radiofonii i telewizji oraz niektórych innych ustaw (Dz.U. 2011 nr 85 poz. 459).

wskazujących na daną markę. Przekaz taki nie jest własnością marki, a zatem mogą się w nim pojawić różne produkty lub marki, co zresztą często ma miejsce. Ilościowe potwierdzenie tej tendencji można odnaleźć w prowadzonej od 2015 roku internetowej bazie: <https://productplacementblog.com/>, której twórcą jest Sergey Kamolins. Dla przykładu, jak wynika z informacji zgromadzonych w przywoływanym źródle, w wyreżyserowanym przez Michaela Bay'a filmie pt. *Transformers: Dark of the Moon* (2011) można zauważyć aż 58 lokowań, np. Nokia, Nike, Lenovo²⁰.

Ten typ relacji między marką i serialem polega na wykorzystaniu gotowego przekazu audiowizualnego, pod względem gatunkowym klasyfikowanego jako serial, i umieszczeniu w nim konkretnego produktu bądź elementów wskazujących na daną markę. Przekaz taki nie jest własnością marki, a zatem mogą się w nim pojawić różne produkty lub marki, co zresztą często ma miejsce.

W przypadku omawianej relacji marka korzysta z istniejącego/opracowywanego tekstu kultury masowej, ale nie wpływa na niego w znaczący sposób, a zatem nie można tu mówić o przekształcaniu czy adaptowaniu wzorca gatunkowego serialu, co może być istotne w przypadku pozostałych typów związków. Serial ten istnieje bowiem niezależnie, a funkcja reklamowa – przynajmniej w intencji twórców – nie jest zapewne jego funkcją zasadniczą. Zdaniem Craig-Lees i Scott, celem jest przede wszystkim rozrywka²¹. Dla scenariusza i ogólnego odbioru produkcji prawdopodobnie nie ma większego znaczenia, czy w domu jednego z bohaterów

²⁰ Product Placement Blog, *Transformers: Dark of the Moon (2011) Movie Product Placement (Page 1 of 4)*, <https://productplacementblog.com/tag/transformers-dark-of-the-moon-2011/> (dostęp: 18.03.2022).

²¹ M. Craig-Lees, J. Scott, dz. cyt.

stoi butelka Kropli Beskidu czy Nałęczowianki. Istotniejszy – dla widzów, jak i dla marki – staje się sposób prezentacji przedmiotu lokowania. Z perspektywy widowni może on być bardziej lub mniej udany, a czasem wręcz kompletnie nienaturalny, co dobrze oddają słowa Jacka Zajączkowskiego: „Oglądając polskie seriale, zastanawiam się, czy patrzę na reklamę w serialu, czy serial w reklamie”²². Z kolei markę prawdopodobnie najbardziej interesuje czas prezentacji oraz związany z użyciem środków filmowych sposób ekspozycji (np. element planu ogólnego czy zbliżenie na produkt).

SERIAL REKLAMOWY

Seriale reklamowe wcale nie są nowym zjawiskiem, gdyż powstają już od kilkudziesięciu lat. Jak piszą autorzy pracy pt. *Storytelling – narracja w reklamie i biznesie*:

„Reklamowy fenomen – spoty ułożone w formę serialu – narodził się w latach osiemdziesiątych i rozwinął w pełni w latach dziewięćdziesiątych. Inspiracji dostarczył styl i tonacja filmów długometrażowych oraz różne formaty telewizyjne, w tym dramaty, opery mydlane i sitcomy”²³.

Sygnalizowana przez nazwę tej formy przykazu hybrydyczność sugeruje współwystępowanie w takich produkcjach elementów charakterystycznych dla serialu i typowych dla reklamy. Podane przez autorów przykłady – NESCAFÉ Gold Blend i Renault Clio – zdają się to potwierdzać. W obu przypadkach odbiorca ma do czynienia ze zbiorem spotów, gdyż cała historia podzielona została na odcinki. Podobnie jak w serialach, w kolejnych odcinkach powracają ci sami bohaterowie, co prowadzić ma do ich łatwego rozpoznawania oraz do przyzwyczajania widowni. Istotne wydają się też podobieństwa dotyczące procesu odbioru:

„Znakiem rozpoznawczym serialu reklamowego jest to, że produkt i cena pozostają na drugim planie, a najistotniejsza jest historia, która ma bawić i angażować

²² J. Zajączkowski, *Product placement w serialach. Polska vs. Zachód*, 15.08.2014, <https://spidersweb.pl/rozrywka/2014/08/15/product-placement-serialach-polska-vs-zachod> (dostęp: 18.03.2022).

²³ K. Fog, Ch. Budtz, P. Munch, S. Blanchette, *Storytelling – narracja w reklamie i biznesie*, tłum. J. Wasilewski, B. Brach, Warszawa 2011, s. 154.

emocjonalnie. Dokładnie tak, jak widzowie angażują się w seriale telewizyjne i produkcje kinowe”²⁴.

Jednocześnie w przywołanych przykładach pojawiają się także elementy charakterystyczne dla przekazów reklamowych, takie jak np. ujęcia typu *packshot* (zaważalne w serialu NESCAFE Gold Blend) czy hasło reklamowe (obecne w serialu Renault Clio – „A certain flair”).

Zdaniem Ptaszka nowszym wariantem serialu reklamowego (nazywanego też miniserialem) jest miniseria²⁵. Różnica pomiędzy tymi formami dotyczy przede wszystkim narracji, która w tym pierwszym przypadku wyraźnie łączy poszczególne odcinki (opowieść bowiem rozwija się w czasie, a jej ostateczne rozwiązanie przynosi dopiero zakończenie), w tym drugim zaś domyka się w każdym pojedynczym epizodzie, zaś głównym spoiwem pomiędzy poszczególnymi odcinkami są powracający w nich bohaterowie²⁶. Biorąc pod uwagę to rozróżnienie, warto przeanalizować np. składający się z 8 materiałów cykl pt. *Bracia Komersowie*, przygotowany dla Poczty Polskiej. W poszczególnych odcinkach pojawiają się ci sami główni bohaterowie – Eugeniusz i Eryk, którzy zajmują się handlem online. Za każdym razem mierzą się oni z inną sytuacją związaną z ich pracą, a z pomocą zawsze przychodzi Poczta Polska²⁷. Relacje fabularne pomiędzy kolejnymi materiałami wydają się dość luźne. Poszczególne problemy rozwiązywane zostają w obrębie danego odcinka. Głównym łącznikiem są tytułowi bohaterowie oraz powtarzające się (prawie zawsze) miejsce akcji. Jednak w ostatnim odcinku pojawiają się drugoplanowe postacie, które widz miał okazję poznać wcześniej, wyraźnie nawiązuje się również do sytuacji przedstawionych w poprzednich materiałach.

Jako przykład miniserii sam Ptaszek podaje cykl filmów krótkometrażowych pt. *The Hire*, które na początku XXI wieku zostały zrealizowane dla marki BMW²⁸. Wśród opisanych przez Craig-Lees i Scott różnic między lokowaniem produktu i *advertainment* wskazany został m.in. cel przekazu, jakim dla reklamorozryw-

²⁴ K. Fog, Ch. Budtz, P. Munch, S. Blanchette, dz. cyt., s. 155.

²⁵ G. Ptaszek, dz. cyt., s. 70.

²⁶ Tamże.

²⁷ Poczta Polska, *Bracia Komersowie w kampanii Poczty Polskiej: już kilkaset tysięcy odsłon*, 22.09.2014, <https://media.poczta-polska.pl/pr/287560/bracia-komersowie-w-kampanii-poczty-polskiej-juz-kilket-tysiecy-odslon> (dostęp: 19.03.2022).

²⁸ G. Ptaszek, dz. cyt., s. 72.

ki jest reklama²⁹. Wydaje się, że w tym przypadku sprawa jest nieco bardziej skomplikowana. Różnice między *The Hire* i np. serialem przygotowanym dla NESCAFE Gold Blend czy cyklem *Bracia Komersowie* dotyczą też budowy samego przekazu (m.in. długości poszczególnych odcinków, obecności lub braku napisów końcowych) oraz sposobów prezentowania marki. Wszystkie te elementy mogą stanowić punkt wyjścia do opracowania wzorca gatunkowego serialu reklamowego. Na tym etapie zasadne wydaje się zatem rozróżnienie serialu reklamowego i *branded content* w formie serialu.

BRANDED CONTENT W FORMIE SERIALU

W 2021 roku TVN wyemitował „pierwszy pełnometrażowy serial branded content na polskim rynku telewizyjnym”³⁰. Mowa tu o *Recepturze* w reżyserii Tomasa Szafrąńskiego. Zanim powstał pełnometrażowy projekt zrealizowany z marką E. Wedel, polscy widzowie przez ostatnie lata mogli oglądać szereg produkcji, które bywają nazywane serialami *branded content* lub też serialami dedykowanymi³¹. Jak tłumaczy Krzysztof Landsberg, „w takich przekazach cały świat przedstawiony jest zaprojektowany zgodnie z potrzebami marki i dopasowany do jej strategii”³². Firma Prime Film Production, w której Rafał Kolikow oraz Krzysztof Landsberg tworzą i produkują m.in. serie dedykowane, ma na swoim koncie kilka tego typu godnych uwagi projektów. Pierwszy z nich, zapoczątkowany w 2012 roku *Piąty stadion*, to rozgrywająca się jednym z warszawskich pubów opowieść o miłośnikach piłki nożnej, zrealizowana we współpracy z marką Tyskie³³. Choć w serialu tym pojawia się dobrze znany współczesnemu odbiorcy napis „Audycja zawiera lokowanie produktu”, trudno byłoby go zaklasyfikować jako tradycyjny *product placement*. Na różnicę – z perspektywy procesu produkcyjnego – wskazuje Landsberg, mówiąc: „Taki serial to coś innego niż lokowanie produktu. Całość musi być zaprojektowana tak, by odpowiadać potrzebom marki. Może się to

²⁹ M. Craig-Lees, J. Scott, dz. cyt.

³⁰ Biuro Reklamy TVN Media, *TVN – RECEPTURA – WEDEL*, <https://www.tvnmedia.pl/oferta/niestandardy/lokowanie-produktu/tvn-receptura-wedel> (dostęp: 10.03.2022).

³¹ A. Barczyk-Sitkowska, rozmowa z Krzysztofem Landsbergiem, 11.03.2022.

³² Tamże.

³³ tw, „*Piąty stadion*” – Karolak i Adamczyk w serialu promują Tyskie (wideo), 11.04.2012, <https://www.wirtualnemedi.pl/artykul/piaty-stadion-karolak-i-adamczyk-w-serialu-promuja-tyskie-wideo> (dostęp: 20.03.2022).

odbywać w konsultacji z marką, ale nie ma ona wpływu na treść. Gdy marka taki wpływ ma, to robi reklamę”³⁴. Jednocześnie w swojej wypowiedzi jeden z pomysłodawców serialu odróżnia takie produkcje od przekazów reklamowych. Oprócz innego podejścia w zakresie realizacji, którego pełne poznanie wymaga przeprowadzenia pogłębionych wywiadów z twórcami, analiza serialu *Piąty stadion* pozwala także zaobserwować pewne różnice w obrębie samego przekazu, takie jak np. obecność czołówki i napisów końcowych czy brak klasycznych ujęć typu *pack-shot*. Obserwacje te znajdują potwierdzenie także w innych serialach, np. *Dwoje we troje* czy *Koty i zaloty*. Określenie szerszej listy wyznaczników gatunkowych tego typu przekazów wymaga jednak zapoznania się z większą liczbą tytułów i nieograniczania się do seriali Prime Film Production.

Przekazy *branded content* powinny dostarczać odbiorcom jakąś wartość³⁵. W ten sposób stają się one elementem swoistej transakcji, która opiera się na dobrowolnej decyzji widza i obustronnej korzyści. Jak pokazał przegląd literatury, *branded content* może się łączyć nie tylko z walorami rozrywkowymi, ale także informowaniem czy edukowaniem. Warto zatem sprawdzić, czy wśród seriali przygotowanych we współpracy z markami nie znajdują się też takie, które mogą pełnić również inne funkcje niż dostarczanie odbiorcy rozrywki. Ciekawym przykładem wydaje się realizowany w latach 2013–2015 wspólny projekt Narodowego Banku Polskiego i Telewizji Polskiej pt. *Spokojnie, to tylko ekonomia!* Zamieszczony na stronie filmpolski.pl opis wspomnianego serialu sugeruje jego edukacyjną rolę:

„Jolanta Fraszyńska i Tomasz Karolak wcielają się w role typowych Polaków, którzy na własnej skórze mogą się przekonać, jak bardzo przydatna jest w życiu wiedza ekonomiczna. W serialu nie brakuje zabawnych sytuacji oraz błyskotliwych dialogów. A wszystko po to, by podnosić świadomość ekonomiczną widzów, zwłaszcza młodszego pokolenia”³⁶.

³⁴ A. Barczyk-Sitkowska, rozmowa z Krzysztofem Landsbergiem, 11.03.2022.

³⁵ B. Asmussen, S. Wider, R. Williams, N. Stevenson, E. Whitehead, A. Canter, *Defining branded content for the digital age. The industry experts' views on branded content as a new marketing communications concept*. A collaborative research project commissioned by the BCMA and conducted by Oxford Brookes University and Ipsos MORI. Published in June 2016, https://brandedentertainment.de/wp-content/uploads/2017/02/BCMA-Research-Report_FINAL.pdf (dostęp: 24.03.2022).

³⁶ FilmPolski.pl, *Spokojnie, to tylko ekonomia!*, <https://filmpolski.pl/fp/index.php?film=1232824> (dostęp: 20.02.2022).

Analiza przykładowego odcinka wskazuje na współwystępowanie edukacji i rozrywki; aby to zweryfikować, konieczne jest jednak dokładniejsze przeanalizowanie tego serialu.

Product placement doczekał się już wielu opracowań, a przyjęcie jego tradycyjnego rozumienia umieszcza w polu zainteresowania seriale, które pod wpływem lokowania nie zmieniają w znaczący sposób swojego kształtu.

PODSUMOWANIE

Przedstawiona w niniejszym artykule charakterystyka trzech sposobów wykorzystania w komunikacji marki gatunku, jakim jest serial, wynika z przyjęcia określonych definicji takich pojęć jak: *product placement*, *advertainment* i *branded content*. Wstępne rozeznanie tego obszaru, obejmujące przegląd literatury przedmiotu, zapoznanie się z przykładowymi produkcjami oraz rozmowę z Krzysztofem Landsbergiem, pokazało, że istnieje wiele różnic pomiędzy omawianymi sposobami wykorzystywania seriali. Różnice te można zaobserwować w kilku obszarach: samego przekazu (dotyczą np. długości materiału), pełnionych funkcji, prezentacji marki oraz jej możliwości decyzyjnych, ale również w zakresie aspektów produkcyjnych (ich poznanie wymaga kontaktu z ekipami realizacyjnymi). Biorąc pod uwagę powyższe czynniki, na tym etapie tak można podsumować istotę poszczególnych relacji:

- wykorzystanie gotowego serialu – prezentowanie marki w przekazie serialowym (mającym swoją nadrzędną funkcję, np. rozrywkową), którego nie jest ona właścicielem (a zatem mogą się np. pojawić także inne lokowania);
- serial reklamowy/seria reklamowa – cykl spotów, których narracja może zamykać się w obrębie poszczególnych epizodów (seria) lub rozwijać w kolejnych spotach (serial), z serialu czerpie m.in. podział na odcinki oraz stałych

bohaterów, na reklamę zaś wskazywać mogą takie elementy jak hasło reklamowe czy *packshot*;

- *branded content* w formie serialu – dedykowany konkretnej marce serial, który nie jest tradycyjnym lokowaniem produktu ani też ciągiem spotów reklamowych, jego celem jest – jak podsumowuje Landsberg – „wyjaśnianie i uwiarygodnienie świata marki poprzez rozrywkę”³⁷.

Inaczej wygląda sytuacja seriali reklamowych oraz *branded content* w formie serialu.

Wydaje się, że w tych przypadkach możliwe jest określenie konkretnych wyznaczników gatunkowych tworzących ich wzorce. Wymaga to jednak zgromadzenia większej liczby produkcji, a następnie przeanalizowania ich treści oraz struktury.

Jak widać, serial to gatunek, który może być wykorzystywany przez marki na różne sposoby. *Product placement* doczekał się już wielu opracowań, a przyjęcie jego tradycyjnego rozumienia umieszcza w polu zainteresowania seriale, które pod wpływem lokowania nie zmieniają w znaczący sposób swojego kształtu. Inaczej wygląda sytuacja seriali reklamowych oraz *branded content* w formie serialu. Wydaje się, że w tych przypadkach możliwe jest określenie konkretnych wyznaczników gatunkowych tworzących ich wzorce. Wymaga to jednak zgromadzenia większej liczby produkcji, a następnie przeanalizowania ich treści oraz struktury. Ponadto, należałoby się zastanowić, czy podejściu genologicznemu nie powinno towarzyszyć bliższe poznanie perspektywy twórców (np. poprzez wywiady), gdyż istnieje prawdopodobieństwo, że nie wszystkie wyznaczniki można wyodrębnić na podstawie oglądu samych przekazów (w jakimś stopniu potwierdza to rozmowa z Landsbergiem).

³⁷ K. Landsberg, korespondencja elektroniczna, 1.04.2022.

BIBLIOGRAFIA

- Asmussen B., Wider S., Williams R., Stevenson N., Whitehead E., Canter A., *Defining branded content for the digital age. The industry experts' views on branded content as a new marketing communications concept*. A collaborative research project commissioned by the BCMA and conducted by Oxford Brookes University and Ipsos MORI. Published in June 2016, https://brandedentertainment.de/wp-content/uploads/2017/02/BCMA-Research-Report_FINAL.pdf (dostęp: 24.03.2022).
- Barczyk-Sitkowska A., rozmowa z Krzysztofem Landsbergiem, 11.03.2022.
- Biuro Reklamy TVN Media, TVN – RECEPTURA – WEDEL, <https://www.tvnmedia.pl/oferta/niestandardy/lokowanie-produktu/tvn-receptura-wedel> (dostęp: 10.03.2022).
- Craig-Lees M., Scott J. (2008), *What is and isn't product placement?*, <https://silo.tips/download/what-is-and-isn-t-product-placement-margaret-craig-lees-aut-university-jane-scot> (dostęp: 11.03.2022).
- Cygan O. (2012), *Niesamowite historie wspierające sprzedaż*, „Marketing w Praktyce”, nr 8, s. 13–16.
- De Aguilera-Moyano J., Baños-González M., Ramírez-Perdiguero F.J. (2015), *Branded Entertainment: Entertainment content as marketing communication tool. A study of its current situation in Spain*, „Revista Latina de Comunicación Social”, 70, s. 519–538.
- FilmPolski.pl, *Spokojnie, to tylko ekonomia!*, <https://filmpolski.pl/fp/index.php?film=1232824> (dostęp: 20.02.2022).
- Fog K., Budtz Ch., Munch P., Blanchette S. (2011), *Storytelling – narracja w reklamie i biznesie*, tłum. J. Wasilewski, B. Brach, Warszawa: Saatchi&Saatchi.
- Godzic W. (2004), *Telewizja i jej gatunki po „Wielkim Bracie”*, Kraków: Universitas.
- Guo F., Ye G., Hudders L., Lv W., Li M., Duffy V.G. (2019), *Product Placement in Mass Media: A Review and Bibliometric Analysis*, „Journal of Advertising”, 48(2), s. 215–231.
- Habrajska G. (2015), *Chamlety – czyli czy istnieją obiektywne wyznaczniki oceny reklamy?*, [w:] G. Habrajska (red.), *Odmiany komunikacji bezpośredniej i medialnej*, Łódź: Primum Verbum, s. 87–110.
- Hudson S., Hudson D. (2006), *Branded Entertainment: A New Advertising Technique or Product Placement in Disguise?*, „Journal of Marketing Management”, 22, s. 489–504.
- Landsberg K., korespondencja elektroniczna, 1.04.2022.
- Poczta Polska (2014), *Bracia Komersowie w kampanii Poczty Polskiej: już kilkaset tysięcy odsłon*, <https://media.poczta-polska.pl/pr/287560/bracia-komersowie-w-kampanii-poczty-polskiej-juz-kilaset-tysiecy-odslon> (dostęp: 19.03.2022).
- Popławska A. (2017), *Branded content jawnie*, „Marketing w Praktyce”, nr 8, s. 27–28.
- Product Placement Blog, *Transformers: Dark of the Moon (2011) Movie Product Placement (Page 1 of 4)*, <https://productplacementblog.com/tag/transformers-dark-of-the-moon-2011/> (dostęp: 18.03.2022).
- Ptaszek G. (2015), *Rozrywka w służbie reklamy (advertainment), czyli jak uśpić czujność konsumenta*, „Naukowy Przegląd Dziennikarski”, nr 4, s. 62–79.

- Róg L. (2010), *W reklamie nie chodzi już o to, by reklamować*, <https://wroclaw.wyborcza.pl/wroclaw/7,35771,8758106,w-reklamie-nie-chodzi-juz-o-to-by-reklamowac.html> (dostęp: 25.02.2022).
- Russell C.A. (2007), *Advertainment: Fusing Advertising and Entertainment*, University of Michigan, Yaffe Center, <https://dra.american.edu/islandora/object/auislandora%3A72162/datastream/PDF/view> (dostęp: 3.03.2022).
- tw (2012), „*Piąty stadion*” – Karolak i Adamczyk w serialu promują Tyskie (*wideo*), <https://www.wirtualnemedi.pl/arttykul/piaty-stadion-karolak-i-adamczyk-w-serialu-promuja-tyskie-wideo> (dostęp: 20.03.2022).
- Ustawa z dnia 25 marca 2011 r. o zmianie ustawy o radiofonii i telewizji oraz niektórych innych ustaw (Dz.U. 2011 nr 85 poz. 459).
- Zajączkowski J. (2014), *Product placement w serialach. Polska vs. Zachód*, <https://spiderweb.pl/rozrywka/2014/08/15/product-placement-serialach-polska-vs-zachod> (dostęp: 18.03.2022).

Biogram

Dr Agnieszka Barczyk-Sitkowska – absolwentka dziennikarstwa i komunikacji społecznej oraz kulturoznawstwa (specjalność: filmoznawstwo) Uniwersytetu Łódzkiego. Obecnie pracownik KDiKS UŁ. Zainteresowania naukowe: telewizja i jej gatunki, montaż filmowy, reklama audiowizualna, badania reklamy.
ORCID 0000-0002-1149-2317

Olga Dąbrowska-Cendrowska¹, Katarzyna Gajlewicz-Korab²

¹Uniwersytet Jana Kochanowskiego w Kielcach

²Uniwersytet Warszawski

Zdrowie i praca w czasie pandemii. Poradnictwo w polskiej kobiecej prasie drukowanej

**Health and work in times of pandemic.
Guidance in the Polish women's printed press**

ABSTRAKT

Poradnictwo w mediach nie jest zjawiskiem nowym. Znaczna część książek to poradniki. Rubryki o charakterze poradnikowym zawsze istniały w prasie kobiecej. Pogłębiająca się segmentacja rynku prasowego sprawiła, że wydawcy magazynów kobiecych zaczęli wprowadzać na rynek tytuły niemal w całości poświęcone poradnictwu. Taka ewolucja wielu czasopism kobiecych wynikała z tego, że treści poradnikowe cieszyły się popularnością wśród czytelniczek. Kobiety chętnie kupowały takie czasopisma.

Sytuacje kryzysowe zawsze wzmacniały zapotrzebowanie na treści o poradnikowe.

Tak też było w czasie pandemii COVID-19.

Artykuł, bazując na ofercie adresowanej do masowego, żeńskiego odbiorcy, stanowi próbę odpowiedzi na pytania: jakie treści dotyczące pandemii poruszała prasa kobieca, w jaki sposób doradzała, kto doradzał, inaczej rzecz ujmując, jakie funkcje pełniło poradnictwo w magazynach adresowanych do kobiet w czasie pandemii.

SŁOWA KLUCZOWE:

prasa kobieca, COVID 19, poradnictwo prasowe, celebryci, zdrowie

ABSTRACT

Guidance in the media is not a new phenomenon. A large proportion of books are guides. Advice columns have always existed in the women's press. As the press market segmentation deepened, publishers of women's magazines started to launch titles almost entirely devoted to guidance. Such an evolution of many women's magazines resulted from the fact that the advisory content was popular among readers. Women were eager to buy such magazines. Crisis situations have always increased the demand for guidance content. This was also the case during the COVID-19 pandemic. The article is based on the offer addressed to a mass, female audience and attempts to answer the following questions: what content concerning the pandemic was covered by women's press, how it advised, who advised, in other words, what functions did the guidance provide in magazines addressed to women during the pandemic.

KEYWORDS:

women's press, COVID 19, press guidance, celebrities, health,

WSTĘP

We współczesnym społeczeństwie, które badacze często określają przymiotnikiem medialne¹, to właśnie media są głównym nośnikiem poradnikowych treści. Nasycenie mediami, czyli saturacja oraz aplikacyjność, stały się powszechnymi zjawiskami, których człowiek już nie zauważa². Żyje zanurzony w zmediatyzowanej przestrzeni³. Używa aplikacji, aby dotrzeć do celu, ustalić dietę, sprawdzić prognozę pogody, uporządkować harmonogram dnia. Media ustalają hierarchię ważności informacji, dyktują najnowsze trendy w modzie, promują style życia. Media, używając metafor medialnych, są dla odbiorcy „oknem”, „lustrem”, „filtrem albo selekcjonerem”, „forum lub platformą” „upowszechniaczem”, „rozmówcą” oraz „drogowskazem, przewodnikiem”⁴. Podążając za brytyjskim medioznawcą Denisem McQuailem, można stwierdzić, że są poradnikiem i doradcą.

Media ustalają hierarchię ważności informacji,
dyktują najnowsze trendy w modzie,
promują style życia. Media, używając metafor
medialnych, są dla odbiorcy „oknem”, „lustrem”,
„filtrem albo selekcjonerem”, „forum lub
platformą” „upowszechniaczem”, „rozmówcą”
oraz „drogowskazem, przewodnikiem”.

¹ S. Michalczyk, *Spółeczeństwo medialne. Studia z teorii komunikowania masowego*, Wydawca „Śląsk”, Katowice 2008, s. 16–22; T. Goban-Klas, *Spółeczeństwo masowe, informacyjne, sieciowe czy medialne?* „Ethos” 2011, nr 1, s. 25–39.

² K. Kopecka-Piech, *Aplikacje mobilne: innowacyjność, sytuacyjność i personalizacja komunikacji marketingowej i wizerunkowej*, „Nowe Media”, 2013, nr 4, s. 11–30; też, *Wymiary i skutki saturacji medialnej w przestrzeniach otwartych i zamkniętych na przykładzie analiza centrum handlowego Sky Tower i projektu P. I. W. O.*, „Studia Medioznawcze” 2015, nr 4, s. 51–63.

³ F. Krotz, *Mediatization: A Concept With Which to Grasp Media and Societal Change*, w: Lundby K (red), *Mediatization: Concept, Changes, Consequences*, Peter Lang, New York, 2009, s. 24–25.

⁴ D. McQuail, *Mass Communication Theory*, Sage, London, 2005, s. 70–71.

Wybór mediów determinują cechy demograficzne i społeczne. Pierwszą z nich, jak wskazują badania, jest wiek, który ma najsilniejszy wpływ na to z jakich mediów korzystają ich użytkownicy. Im młodszy użytkownik tym, częściej wybiera internet i nowe technologie informacyjno-komunikacyjne. Starsi konsumenci mediów preferują telewizję i prasę⁵. Drugą cechą determinującą wybór mediów jest płeć. Badania naukowe i analizy rynku mediów wskazują, że kobiety „chętnie sięgają zarówno po dzienniki, jak i czasopisma. Czytają dość dużo i uważnie, starannie wybierają tytuły, które mogą je zainteresować. Kobiety rządzą na rynku prasowym. Czytelniczek jest znacznie więcej niż czytelników, nic więc dziwnego, że oferta wydawnicza dla pań jest znacznie większa niż dla panów. Szeroko pojmowana prasa kobieca to dziś najważniejszy segment rynku prasowego”⁶. Szeroką gamę magazynów kobiecych różnicuje ich grupa docelowa i konkurencja na rynku. Te dwa czynniki, zdaniem redaktorów naczelnych, determinują „zakres tematyczny, strukturę, makietę, dobór ilustracji i czcionek, a przede wszystkim jego USP (unique sales point), czyli takie ujęcie tematów, które odróżnia magazyn od bezpośredniej konkurencji”⁷. Magazyny kobiece reprezentujące różne grupy typologiczne prezentują te same tematy, ale w inny, charakterystyczny dla swojego profilu, sposób.

Badacze twierdzą, że „żyjemy w erze koniunktury na poradnictwo”⁸ dla oznaczenia której pojawiło się angielskie wyrażenie *counselling boom*. Człowiek, żyjący w symbiozie z mediami traktuje media, w tym także periodyczne media masowe, jako podstawowe źródło porad i wskazówek dotyczących zarówno praktycznego wymiaru codziennego życia, jak i sfery osobistej związanej z relacjami interpersonalnymi. Rola i wpływ poradnictwa nabiera znaczenia w sytuacjach kryzysowych, a taką z pewnością dla wielu członków społeczeństwa jest pandemia wywołana wirusem SARS-CoV-2⁹.

⁵ Zob. m.in.: *Diagnoza społeczna 2011. Warunki i jakość życia Polaków. Raport*, (red.), J. Czapiński, T. Panek, Warszawa 2011; *Diagnoza społeczna 2013. Warunki i jakość życia Polaków. Raport*, (red.), J. Czapiński, T. Panek, Warszawa 2014; *Diagnoza społeczna 2015. Warunki i jakość życia Polaków*, (red.), J. Czapiński, T. Panek, Warszawa 2015; *Internauci 2015. Komunikat z badań CBOS*, [w:] http://www.cbos.pl/SPISKOM.POL/2015/K_090_15.PDF [dostęp: 15.03.2022].

⁶ D. Materek, K. Szymkiewicz, *Prasa jest kobietą*, „Nasz Kolporter” 2021, nr 3, s. 6.

⁷ Tamże, s. 9.

⁸ A. Kargulowa, *O teorii i praktyce poradnictwa*, PWN, Warszawa 2010, s. 9.

⁹ D. Harvey, *Anti-Capitalist Politics in the Time of COVID-19*, Jacobin, 20 March 2020, <https://jacobinmag.com/2020/03/david-harvey-coronavirus-political-economy-disruptions>, [w:] Ch. Fuchs, *Everyday Life and Everyday Communication in Coronavirus Capitalism*; *Communication, Capitalism & Critique*, nr 18 (1), s. 376.

Tematyka dotycząca COVID-19 była często poruszana w mediach, gdyż to one stały się podstawowym źródłem informacji o pandemii. Te zagadnienia podejmowano także w prasie kobiecej, która jest ważnym komponentem polskiego systemu medialnego. Artykuł stanowi kontynuację badań autorek nad tematyką dotyczącą COVID 19 poruszaną w okresie pandemii w drukowanej prasie kobiecej w Polsce¹⁰. Analiza dostępnej literatury przedmiotu jasno pokazuje, że tematyka związana z pandemią, a dokładnie ze sposobami komunikowania o COVID-19 przez prasę kobiecą powinna być kontynuowana. Badacze tego sektora zajmowali się, historią i cechami formalnymi poszczególnych magazynów¹¹, wewnętrzną subsegmentacją¹², kwestiami dotyczącymi własności¹³, definiowaniem prasy kobiecej, typologią¹⁴ oraz wpływem nowych technologii informacyjno-komunikacyjnych na ofertę prasową¹⁵. COVID-19 wpisuje się zatem w badania nad

¹⁰ Wyniki analizy ilościowej zostały przedstawione na łamach artykułu: O. Dąbrowska-Cendrowska, K. Gajlewicz-Korab, *COVID-19 in Polish Women's Press – preliminary research*, „Media Biznes Kultura” 2021, nr 2, s. 155–168.

¹¹ Z. Sokół, *Prasa kobieca w Polsce w latach 1945–1995*, Wydawnictwo Wyższej Szkoły Pedagogicznej, Rzeszów 1995; K. Gajlewicz-Korab, *Francuska prasa drukowana. Narodziny, rozwój, era cyfrowa*, Wydawnictwo Aspra JR, Warszawa 2018, s. 171–175; 201–205.

¹² Zob. m.in.: E. Zierkiewicz, *Prasa kobieca versus pisma feministyczne. Między „dobrowolnym” zniewoleniem a „wymuszoną” emancypacją?* w: E. Zierkiewicz, I. Kowalczyk (red.), *Kobiety w kulturze popularnej*, Wydawnictwo Konsola, Wrocław 2002; O. Dąbrowska-Cendrowska, *W stronę sprofilowanego odbiorcy mediów*, „Rocznik Bibliologiczno-Prasoznawczy” 2012, nr 15, s. 71–86.

¹³ Zob. m.in.: O. Dąbrowska-Cendrowska, *Press offer of concerns with foreign capital on the Polish printing media market. Diagnosis after 25 years of publishing*, w: M. Kaczmarczyk, D. Rott, M. Boczkowska, M. Koszembar-Wiklik (red.), *Społeczne i historyczne konteksty funkcjonowania mediów*, Sosnowiec-Praga 2015, s. 121–134; M. Adamik-Szysiak, *Grupa Bauer Media w Polsce. Działalność i kierunek rozwoju*, w: L. Pokrzycka (red.), *Inwestycje koncernów na polskim rynku medialnym. Wybrane zagadnienia*, Wydawnictwo Uniwersytetu Marii Curie-Skłodowskiej, Lublin 2012, s. 51–96.

¹⁴ A-O. Irimescu, *Women's Magazines. Editorial Practices nad Cultural Recommendations*, „Journal of Media Research” 2015, nr 8, s. 41–53; M. I. Menéndez, *Tipología de la prensa femenina. Una propuesta de clacificación*, „Estudios sobre de Mensaje Periodístico” 2013, nr 1, s. 191–206; R. Filas, *Polskie czasopisma w XXI wieku – rozwój czy kryzys*, „Zeszyty Prasoznawcze” 2007, nr 1–2, s. 7–41;

¹⁵ C. Royal, *Introducing Women to the Internet: Digital Discourse in Women's Magazines*, „Southwestern Mass Communication Journal” 2008, nr 24, s. 15–29; B. Ytre-Arne, *I Want to Hold It in my Hands: Readers' Experiences of the Phenomenological Differences between Women's Magazines Online and in Print*, „Media, Culture & Society” 2011, nr 33, s. 467–477; J. Zarem, *All Digital Magazines: New Opportunity or Last Hurrah?*, „Folio Magazine” 2009, nr 3, s. 12–19.

zawartością tematyczną czasopism kobiecych, na którą wpływa rzeczywistość społeczna¹⁶.

W związku z powyższym przedmiotem badań, podobnie jak w poprzednim artykule, uczyniono tematykę związaną z koronawirusem w prasie kobiecej w 2020 roku w Polsce. Skoncentrowano się na „covidowym poradnictwie”. Starano się odpowiedzieć na pytania: jakie treści dotyczące pandemii poruszała prasa kobieca, w jaki sposób doradzała, kto doradzał, inaczej rzecz ujmując, jakie funkcje pełniło poradnictwo w magazynach adresowanych do kobiet w czasie pandemii.

Należy pamiętać, że magazyny kobiece, podejmując tematykę związaną z koronawirusem, towarzyszą kobietom w ich codzienności i pomagają zmagać się ze skutkami ubocznymi pandemii, wychodząc poza sam obszar medycyny klinicznej i laboratoryjnej.

Hipotezą badawczą było założenie, że każdy subsegment prasy drukowanej dla kobiet w Polsce zareagował na pandemię poprzez publikowanie dużej liczby materiałów poradnikowych na jej temat [H1]. Po drugie, sposób ujęcia tematyki pandemicznej odzwierciedla potrzeby czytelniczek poszczególnych tytułów [H2a]. Kobiety w Polsce mają różne preferencje, a co za tym idzie, oczekują od prasy różnych treści: jedne grupy wolą czysto informacyjne materiały, inne poradnicze czy wzorowane na życiu innych kobiet [H2b]. Polskie magazyny kobiece zareagowały na to zapotrzebowanie w formie i treści odpowiadającej czytelniczkom odpowiednich subsegmentów drukowanej prasy kobiecej.

PORADNICTWO W PRASIE – WZAJEMNE RELACJE

Media były nośnikiem poradnictwa niemal od samego początku swojego istnienia. Pojawienie się prasy wysokonakładowej, adresowanej do masowego odbiorcy zwiększyło możliwości w zakresie przekazywania porad. O poradnictwie

¹⁶ Zob. m.in.: K. Wodniak, *Współczesna prasa kobieca a sprawy książki*, Wydawca SBP, Warszawa 20004; E. Zierkiewicz, *Prasa jako medium edukacyjne. Kulturowe reprezentacje raka piersi w czasopiśmie kobiecych*, Wydawnictwo Impuls, Kraków 2013; M. Dajnowicz, „Zwierciadło” – platforma polityczna Ligi Kobiet w okresie PRL (1957–1961, 1982–1987), „Rocznik Historii Prasy Polskiej”, 2017, nr 3, s. 67–90; Ch. Reynolds, S. LoRusso, *The Women’s Magazines Diet: Frames and Sources in Nutrition and Fitness Articles*, „Journal of Magazines and New Media Research” 2016, nr 1, s. 4–21; O. Dąbrowska-Cendrowska O., *Guidance in Mass Media – Analysis of the Selected Examples*, „Respectus Philologicus” 2018, nr 33, s. 17–26; U. Ćwik, *Zagadnienie praw kobiet na łamach „Kobiety i Życia (1970–1989)”*, „Czasopismo Naukowe Instytutu Studiów Kobiecych” 2016, nr 1, s. 66–83.

prasowym, jako o świadomie zorientowanym na wspomaganie można mówić dopiero od momentu pojawienia się w tytułach prasowych specjalnych kącików porad, odpowiedzi na pytania czytelników lub całych periodyków, w tytule lub podtytule których redakcja zamieszczała słowo poradnik, rada, porady np. „Poradnik Domowy”, „Dobre Rady”, „Claudia. Radzi. Pomaga, Informuje”. Ten rodzaj poradnictwa do końca XX wieku nierozzerwalnie kojarzył się z prasą kobiecą. Jednak postępujące procesy segmentacji i profilowania oferty wydawniczej przez duże koncerny medialne doprowadziły do powstania licznych tytułów poradnikowych skoncentrowanych na jednej wiodącej tematyce np. motoryzacyjnej, prawnej, kulinarnej, wędkarskiej itp. Na współczesnym rynku prasowym funkcjonują periodyki dotyczące niemal każdej dziedziny życia.

Poradnictwo jest formą pomocy lub działaniem społecznym polegającym na przekazywaniu informacji, porad, rad itp. jednej jednostce będącej w sytuacji problemowej czyli radzącemu się przez drugą osobę będącą doradcą, ekspertem. Poradnictwo może być też traktowane jako relacja, interakcja międzyosobowa o charakterze pomocowym, jak również jako działalność zorganizowanych instytucji.

Poradnictwo jest formą pomocy lub działaniem społecznym polegającym na przekazywaniu informacji, porad, rad itp. jednej jednostce będącej w sytuacji problemowej czyli radzącemu się przez drugą osobę będącą doradcą, ekspertem. Poradnictwo może być też traktowane jako relacja, interakcja międzyosobowa o charakterze pomocowym, jak również jako działalność zorganizowanych instytucji¹⁷.

¹⁷ Autorki nie badały poradnictwa w wybranych magazynach kobiecych w ostatnim rozumieniu.

Po raz pierwszy na polskim gruncie poradnictwo zapośredniczone zauważyła Olga Czerniakowska, mówiąc o poradnictwie pośrednim¹⁸. Poradnictwo zapośredniczone rozumie się najczęściej jako taki rodzaj poradnictwa, które jest kierowane do odbiorcy masowego lub do określonej grupy odbiorców¹⁹. Ten rodzaj poradnictwa opiera się na dwóch głównych filarach: mediach i poradnictwie. Badacze tego zjawiska społeczno podkreślają, że powstał „w punkcie przecięcia się działań poradniczych i medialnych”²⁰.

Poradnictwo i media mają decydujący wpływ na pojawienie się i przebieg poradnictwa zapośredniczonego, na budowanie relacji poradniczej, jak również na styl pomagania, i na poradnikowe funkcje pełnione przez media. Widać wyraźnie, że omawiany typ poradnictwa spełnia wszystkie wymagania stawiane przed pomaganiem. Mianowicie, jest osoba pomagająca, jest uczestnik lub uczestnicy spotkania ponadto nawiązuje się między nimi swoistego rodzaju relacja o zabarwieniu poradniczym. Należy podkreślić, że zaistniała sytuacja jest zależna od polityki i logiki mediów. Ten rodzaj pomagania musi zyskać oglądalność, słuchalność, wysokie wyniki ze sprzedaży egzemplarzowej, czy odpowiednią ilość kliknięć. Musi więc być atrakcyjny dla odbiorcy na tyle, aby skłonić go do wyboru tej, a nie innej oferty medialnej. Mówiąc kolokwialnie, nie może nudzić, musi być atrakcyjny, zabarwiony emocjonalnie, praktyczny. Odwołując się do teorii „uses and gratifications” musi przynosić korzyści i zabawić.

METODOLOGIA BADAŃ

W badaniach wykorzystano metodę analizy zawartości oraz analizę systemową. Dodatkowo, zastosowano elementy *case study approach*²¹ w odniesieniu do opisu specyfiki polskiej prasy kobiecej oraz pandemii w Polsce. Analizę zawartości ro-

¹⁸ O. Czerniakowska, *Poradnictwo jako wzmacnianie środowiska wychowawczego*. Warszawa: Instytut Wydawniczy CRZZ, 1977, s. 170.

¹⁹ D. Zielińska-Pękał, *O poradnictwie zapośredniczonym*, w: M. Kondracka, A. Łysak (red.), *Edukacja, wychowanie, poradnictwo w kulturze popularnej*, Wrocław: Wydawnictwo Uniwersytetu Wrocławskiego 2009, s. 8.

²⁰ D. Zielińska-Pękał, *Poradnictwo zapośredniczone – teoria i praktyka*, w: D. Zielińska-Pękał (red.), *Refleksje o poradnictwie debiutujących doradców*. Zielona Góra: Wydawnictwo Uniwersytetu Zielonogórskiego 2009, s. 19.

²¹ R.K. Yin, *Case Study Research. Design and Methods*, Sange Publications Inc, Los Angeles 2017, s. 16.

zumiano jako technikę służącą obiektywnemu, systematycznemu i ilościowemu opisowi jawnej zawartości komunikacji²². Miała ona zarówno jakościowy, jak i ilościowy charakter²³. Po zdefiniowaniu problematyki badań, sformułowano cele badawcze i podstawiono hipotezę dotyczącą determinującego wpływu pandemii COVID-19 na tematykę podejmowaną na łamach prasy kobiecej uzależnionej od potencjalnego adresata/czytelnika/odbiorcy. Następnie opracowano klucz kategoryzacyjny według kryteriów zaproponowanych przez Walerego Pisarka i Bernarda Berelsona²⁴.

Wysokonakładowe magazyny kobiece to szeroki sektor rynku prasowego, który niemal w całości należy do wydawców z zagranicznym kapitałem. W związku z powyższym posłużono się analizą systemową, dzięki której wyłoniono trzy tytuły. Przystępując do badań wstępnych (pilotażowych) mających potwierdzić lub zanegować celowość dalszych analiz zawartości prasy po kątem COVID-19, określono korpus badawczy. Posługując się podziałem prasy kobiecej zaproponowanym przez Z. Sokół wybrano po jednym wiodącym czasopiśmie z każdej z trzech wymienionych przez nią „półek”²⁵. Kluczem wyboru była najlepsza pozycja pod względem sprzedaży egzemplarzowej w 2018 r. Posługiwano się danymi za ten rok, gdyż w momencie zbierania danych empirycznych były to ostatnie, pełne wyniki opublikowane przez ZKDP²⁶. Przedstawicielami były: „najniższej półki” – „Przyjaciółka” (Bauer Media), „średniej półki” – „Kobieta i Życie” (Bauer Media), „najwyższej półki” – „Twój Styl” (Bauer Media). Trzy wymienione wyżej

²² B. Berelson, *Content analysis in Communication Research*, Free Press, Glencoe 1952, s. 18.

²³ Ze względów formalnych na łamach tego artykułu zdecydowano się przedstawić już tylko wyniki analizy jakościowej dotyczącej poradnictwa, a jedynie przypisem nawiązać do ilościowego charakteru badań.

²⁴ W. Pisarek, *Analiza zawartości prasy*, Ośrodek Badań Prasoznawczych RSW „Prasa-Książka-Ruch”, Kraków 1983, s. 103.

²⁵ Z. Sokół podzieliła prasę kobiecą na tzw. trzy półki: „najniższa półka” (m.in.: „Tina”, „Przyjaciółka”, „Pani Domu”), „średnia półka” (m.in.: „Claudia”, „Świat Kobiety”, „Olivia”) oraz „najwyższa półka” (m.in.: „Twój Styl”, „Pani”, „Elle”). Autorki tego artykułu posługują się dalej określeniem subsegment.

²⁶ Magazyny do badań zostały wybrane na podstawie kompletnych zestawień opublikowanych przez Związek Kontroli Dystrybucji Prasy. Porównując je z wynikami ze sprzedaży egzemplarzowej w 2020 r. widać wyraźnie, że mimo malejących wyników wybrane magazyny zachowały pozycję lidera w swoich grupach typologicznych. Należy jednak zaznaczyć, że za lata 2019–2021 brak rocznych, porównywalnych zestawień. Dane publikowane przez serwisy branżowe dotyczą zazwyczaj wyników kwartalnych.

czasopisma reprezentują magazyny ogólnotematyczne, czyli takie, które poruszały szerokie spektrum tematów znajdujących się w kręgu kobiecych zainteresowań. Cezurę czasową wyznaczyły dwie daty. Pierwsza to 30 stycznia 2020 r. tego dnia WHO ogłosiło stan zagrożenia dla zdrowia publicznego o zasięgu międzynarodowym w wyniku rozprzestrzeniającej się epidemii wirusa COVID-19²⁷. Druga to 21 grudnia 2020 r. czyli dzień zatwierdzenia przez Komisję Europejską możliwości wprowadzenia na rynek europejski dwóch szczepionek, rozpoczynając tym samym nowy etap w walce z pandemią²⁸. Należy podkreślić, że jest to także pełny rocznik w przypadku każdego periodyku. Korpus badawczy stworzyło łącznie 48 wydań trzech magazynów (12 „Twój Styl” - miesięcznik, 12 „Kobiety i Życia” – miesięcznik, 24 „Przyjaciółka” – dwutygodnik). Zebrany materiał poddano analizie pod kątem 5 kategorii tj.: częstotliwość ukazywania się, tematyka, wydźwięk, aktor, materiał dziennikarski. W tym artykule skupiamy się na analizie tematyki poradniczej.

TEMATYKA PORADNICTWA

Warto przypomnieć, że największą liczbę tekstów dotyczących COVID-19 opublikowano w „Twoim Stylu” (38), potem w dwutygodniku „Przyjaciółka” (31) i miesięczniku „Kobieta i Życie” (26). Badania pokazały, że tematyka dotycząca pandemii COVID-19 w zakresie publikowanych treści, nie różni się w znaczącym stopniu w poszczególnych subsegmentach drukowanej prasy kobiecej. Występuje kilka kategorii tematycznych w każdym z omawianych tytułów, których obecność wynika ze specyfiki pandemii (np. zdrowie). Opisane poniżej kategorie spełniają funkcję poradnikową. Co istotne, analiza materiału wykazała, że poradnictwo występuje w każdej grupie tematycznej i dotyczy każdego tytułu [H1].

KATEGORIE TEMATYCZNE

Zdrowie należało do kategorii, która była najliczniejszą, ale także pokazywaną bardzo szeroko pod względem merytorycznym. Badaczki celowo wyłączyły z niej poradnictwo dotyczące zdrowia psychicznego, jest ono przedmiotem osobnych

²⁷ WHO publishes interactive timeline of its response, <https://www.who.int/emergencies/diseases/novel-coronavirus-2019/events-as-they-happen> [dostęp: 15.03.2022].

²⁸ European Commission authorises first safe and effective vaccine against COVID-19, https://ec.europa.eu/commission/presscorner/detail/en/ip_20_2466 [dostęp: 15.03.2022].

rozważań. Najniższa „półka” prasy drukowanej, reprezentowana przez tytuł „Przyjaciółka” bardzo szeroko opisywała pandemię COVID w kontekście zdrowia. Poradnictwo tam zawarte dotyczyło zagadnień związanych z podstawowymi pojęciami takimi jak leczenie, szczególnie w warunkach domowych. Autorzy pokazywali rodzaje duszności powodowane przez wirusa, radzili jak sobie z nimi radzić w warunkach domowych, jak zachowywać się w przypadku nasilonych objawów. „Przyjaciółka” radzi im wprost:

Nie czekaj w nadziei, że dolegliwości te same ustąpią. Postaraj się uzyskać chociaż teleporadę, a jeśli czujesz się bardzo źle lub stan Twój gwałtownie się pogarsza, dzwoń na pogotowie²⁹.

Bardzo istotna dla tytułu była profilaktyka zdrowia, a jej odzwierciedleniem była seria artykułów dotyczących skuteczności noszenia maseczek. W tej kategorii znalazły się także porady dotyczące wykonywania testów. W prawie każdym numerze redakcja podawała podstawowe dane na temat pandemii; od faktów i mitów na temat choroby, umiejętnościach zrobienia i skuteczności domowych testów aż do praktycznych informacji, takich jak telefony na pogotowie, do sa-nepidu itd. (ważne telefony były podawane np. w numerze „Przyjaciółki” z 2–15 kwietnia 2020 roku). [H2].

Bardzo podobne treści można odnaleźć w „Kobiecie i Życiu”, reprezentującym średnią „półkę” tego segmentu prasy. Różnica polegała na tym, że treści te były zdecydowanie bardziej rozbudowane i dotyczyły szczegółowych zagadnień, takich jak szycie maseczek krok po kroku, fakty i mity na temat COVID-19 ujęte w doprecyzowanej formie z komentarzem autorytetu dr n med. Pawła Grzesiowskiego (odpowiada on krótko na pytania dotycząc noszenia maseczek, suplementów diety i higieny). Ciekawostką był fakt podejmowania tematyki szczepień na gripę w numerze z października 2020 roku, w momencie, kiedy nie była to treść występująca w tym czasie w innych mediach. Dodatkowo, pismo radziło czytelniczkom jak nie pomylić wirusa z innymi chorobami i pokazywało, w jaki sposób korzystać z pomocy medycznej w tym okresie, np. wizyta u stomatologa, numer z lipca 2020:

Dr Marcin Łyżwa, stomatolog, w odpowiedzi na list czytelniczki: *Po ogłoszeniu stanu epidemiologicznego w Polsce z pomocy dentysty mogą skorzystać tylko*

²⁹ Czy to może być zapalenie płuc?, „Przyjaciółka”, 2020, nr 18, s. 17.

w tzw. pilnych przypadkach. (...) Powinna Pani zadzwonić do gabinetu. Stomatolog po przeprowadzeniu wywiadu oceni, czy konieczna jest wizyta³⁰.

Najmniej miejsca na treści dotyczące zdrowia poświęcił ekskluzywny miesięcznik „Twój Styl”. Co istotne, poradnictwo zdrowotne nie należało do wiodącej tematyki poruszanej przez periodyk. Nie dziwi zatem fakt, że redakcja na swoich łamach nie podejmowała treści podstawowych, ponieważ, można przypuszczać odnosząc się do grupy docelowej, że są one świadome i bez problemu odnajdą najważniejsze informacje albo są już w ich posiadaniu. Treści dotyczące poradnictwa w kontekście zdrowia dotyczyły zatem tematyki teleporad i szczegółowego opisu, jak się do nich przygotować. Pewnym *novum* dotyczącym COVIDU-19 były treści traktujące o jakości snu w pandemii, co nie było w ogóle podejmowane przez wcześniejsze tytuły. Do czytelniczki „Twojego Stylu” – osób otwartych na świat i jego problemy - skierowano tekst podejmujący walkę z różnego rodzaju zabobonami na temat pandemii. Różnica w stosunku do dwóch pozostałych pism polegała na tym, że tutaj słowo *mit* zastąpiono określeniem *zabobon* (mającym bardziej negatywne konotacje): *Pamiętacie Kaszpirowskiego? Maga, który z ekranu telewizyjnego uzdrawiał ciała i dusze? W naszym nowoczesnym świecie wciąż dobrze mają się zabobony*.(...)³¹.

Trzeba zwrócić uwagę na pewnego rodzaju kategorię związaną ze zdrowiem, ale ujętą w kontekście społecznym, jakim była chętnie podejmowana przez media niezinstytucjonalizowana akcja wspierania medyków w walce z pandemią. Każdy tytuł bardzo często podejmował ten wątek, najczęściej przez pokazywanie przykładów poprzez wywiady, reportaże czy artykuły w rodzaju *human stories*. Dobrym przykładem był cykl artykułów w „Twoim Stylu” wspierających naukowców (w tym głównie lekarzy) oraz personel medyczny, który bezpośrednio współpracował w walce z pandemią. Co ważne, właśnie ten tytuł, w przeciwieństwie do innych, starał się uhonorować kobiety. Jest to cecha charakterystyczna tego pisma, które walczy o prawa kobiet, na przykład egzemplifikując kobiety w roli naukowczyń. Wątkiem łączącym zdrowie i pracę był artykuł z „Twojego Stylu” pokazujący firmy, które wspierały medyków finansowo poprzez dary czy pomoc

³⁰ *Czy można umówić się do stomatologa*, „Kobieta i Życie”, 2020, nr 7, s. 23; Zob. też. *Koronawirus. Rozwiewamy częste wątpliwości*, „Kobieta i Życie” nr 5, s. 60.

³¹ A. Stanisławska, *Prawda czy fałsz?*, „Twój Styl”, 2020, nr 5.

bezpośrednią. Można tę akcję odczytać jako przykład darmowej reklamy dla uhonorowania tych firm.

W analizie ilościowej wyróżniono kategorię praca³², która najczęściej realizowano doradzając w zakresie prawa pracy. Zatem w analizie jakościowej do tej kategorii zaliczono wszystkie zmiany w pracy wywołane przez pandemię (praca zdalna, opieka nad dziećmi w czasie zajęć online, prawo do różnych świadczeń itp.). Kategorię praca definiowano wiążąc ją z ekonomicznymi aspektami życia (zależnymi od stabilności rynku pracy). „Przyjaciółka” radziła czytelniczkom jak rozłożyć raty kredytu w sytuacji obniżonych dochodów oraz w jaki sposób nie dać się oszukać na różnego rodzaju nowe usługi powstałe w dobie pandemii. „Kobieta i Życie” służyła poradnictwem z zakresu zasiłków oraz kupowania w sieci (w listopadowym numerze miesięcznika prawnik Michał Łapok doradzał jak dokonać reklamacji i zwrotu w sieci oraz bezpiecznie zapłacić za zakupy). Tematyka zakupów w sieci, w kontekście prawnym i finansowym była także poruszana, dość szeroko w „Twoim Stylu”, ale w tym przypadku z szerszym marketingowym nastawieniem, pokazując konkretne miejsca w sieci, gdzie był odpowiedni stosunek ceny do jakości produktów.

Tym, z czym musiało zmierzyć się społeczeństwo w czasie pandemii, było zdrowie psychiczne³³. Problematyka ta nie mogła nie znaleźć się w analizowanych tytułach kobiecych. Na łamach „Przyjaciółki”, „Kobiety i Życia” i „Twojego Stylu” podejmowane były praktycznie te same aspekty analizowanej problematyki. Należały do nich lęk spowodowany izolacją, lęk przed zarażeniem, co będzie się działo w przyszłości. Pisma kobiece zastanawiały się nad elementami izolacji w kontekście relacji ze współlokatorami (partnerzy, dzieci) i ten aspekt wydawał się być najczęściej podejmowany.

Także inne aspekty stanowiły treść poszczególnych tytułów. Pisma niższej i średniej „półki” podejmowały tematykę higieny rąk, diety i naturalnych metod

³² O. Dąbrowska-Cendrowska, K. Gajlewicz-Korab K., *COVID-19 in Polish Women's Press – preliminary research*, „Media Biznes Kultura” 2021, nr 2, s. 162.

³³ J. Pyżalski, *Zdrowie psychiczne i dobrostan młodych ludzi w czasie pandemii COVID-19 – przegląd najistotniejszych problemów. Dziecko krzywdzone. Teoria, badania, praktyka*, t. 20, 2: *Ochrona dzieci przed krzywdzeniem w czasie pandemii COVID-19*, Fundacja Dajemy Dzieciom Siłę, 2021, s. 93; E. Golberstein, H. Wen, B. F. Miller, *Coronavirus disease 2019(COVID-19) and mental health for children and adolescents*. „Journal of the American Medical Association Pediatrics”, 2020, nr 174, s. 819–820.

ochrony zdrowia. Na łamach wszystkich periodyków podejmowano tematykę podróży. Szczególnie okres wakacyjny, kiedy restrykcje dotyczące podróżowania zostały poluzowane, sprzyjał artykułom dotyczącym bezpiecznej podróży w dobie pandemii. Dominowały artykuły dotyczące miejsc, które można zwiedzić w Polsce. Należy tu wyróżnić „Twój Styl”, który pokazywał przykłady wielu znanych osób opowiadających, że czas pandemii spędzają poza domem, w odosobnieniu, na przykład na działkach czy podróżując kamperami.

Innym wnioskiem z badań jest to, że pandemia wymusiła na społeczeństwie korzystanie z nowych technologii, szczególnie tematy z mobilnego internetu. Jak pisze Jacek Mikucki, nowe technologie zaczynają ułatwiać życie nie tylko młodym, ale także coraz więcej z nich jest dedykowane seniorom³⁴, którzy do tej pory głównie odbierali prasę drukowaną. Jak wynika z analizy profilu czytelniczek trzech pism, na konwergencję z nowymi mediami najbardziej przygotowane są odbiorczynie „Twojego Stylu”, to im pismo opowiadało o możliwościach życia kulturalnego w internecie jak sztuki teatralne czy wirtualne muzea:

*Bez biletów i kolejki. Online. Tak dziś możemy zwiedzać muzea i galerie. Rijksmuseum w Amsterdamie zaprasza na wycieczki z przewodnikiem w smartfonie, nowojorskie MoMa – na lekcję sztuki współczesnej, a warszawskie Muzeum Narodowe przeniosło do sieci swoje muzealne wtorki. Warto!*³⁵

Czytelniczki „Kobiety i Życia” oraz „Przyjaciółki” należą do kobiet posiadających mniejsze kompetencje komputerowe, na co wskazuje wiek i miejsce zamieszkania (te grupy są często skorelowane z tymi, w których występuje wykluczenie cyfrowe). Stąd w pismach dużo miejsca poświęca się podstawowej wiedzy dotyczącej korzystania z sieci w czasie pandemii, takiej jak załatwienie sprawy w urzędzie, u lekarza czy zrobienie zakupów. W „Przyjaciółce” polecano podstawowe aplikacje na telefon umożliwiające załatwienie podstawowych spraw życia codziennego. Wydaje się to ciekawy zabieg, aby pisma drukowane, szczególnie w dobie digitalizacji, opisując i promując działania w sieci, nawiązywały do myśli, że przyszłością prasy w Polsce, jak wynika z badań Jolanty Kępy-Mętrak, jest internet³⁶.

³⁴ J. Mikucki, *Koncepcja smart city a COVID-19. Wykorzystanie nowych mediów w obliczu pandemii*, „Media Biznes Kultura”, 2021, nr 2, s. 89.

³⁵ Saniuk, G., *Kierunek zwiedzania, Twój Styl*, 09.2020

³⁶ J. Kępa-Mętrak, *Jaka będzie prasa po pandemii? Próba diagnozy wstępnej (stan na styczeń 2021)*, „Media Biznes Kultura” 2021, nr 2, s.180.

TEMATYKA PORADNICTWA – AUTORYTETY

Kategoria autorytetu medialnego była już szeroko opisywana w literaturze przedmiotu, w rozmaitych kontekstach, pokazując nie tylko kryzys współczesnych autorytetów, ale także mylenie pojęcia autorytet z pojęciem idol³⁷. W kontekście badania poradnictwa dotyczącego COVID-19 w prasie kobiecej w Polsce można było wyróżnić dwie kategorie osób, które doradzały czytelnikom w tym czasie.

Pierwszą kategorią ludzi doradzających były zinstytucjonalizowane autorytety, nazwane tak na potrzeby powyższych badań. Ich wypowiedzi były zamieszczane w prasie kobiecej, niezależnie od subsegmentu. Jest to zachowanie charakterystyczne dla prasy drukowanej, dla której posługiwanie się w poradnictwie autorytetami wynikało z tradycji. W tym kontekście autorytet oznacza osobę z wykształceniem i doświadczeniem pretendującym do wypowiadania się na dany temat. W związku z problematyką badań byli to głównie lekarze. Można zaobserwować, że im wyższa „półka” prasy kobiecej, tym wyższy autorytet doradzał w sprawach medycznych. W „Przyjaciółce” wielu porad udzielała lek. med. Joanna Pietroń z Centrum Medycznego Damiana, w „Kobiecie i Życiu” był to dr n. med. Paweł Grzesiowski, uznany ekspert Naczelnej Rady Lekarskiej ds. walki z COVID-19, podczas gdy w „Twoim Stylu” było wielu lekarzy, którzy doradzali tylko w swoich dziedzinach. Właśnie ten ostatni tytuł charakteryzował się dużo szerszym doбором autorytetów. Wybierano nie tylko lekarzy praktykujących, ale takich, którzy obok praktyki zajmowali się naukową stroną COVID-19 (np. tekst o pracy i wynikach badań dr Maroli Fotin-Mleczek, lekarki, mikrobiolożki; czerwiec, 2020³⁸). Analiza pokazała, że czytelnicy tytułów prasowych niższych „półek” nie wymagają rad potwierdzonych dużym autorytetem, wydaje się zatem, że ważniejsza jest sama porada, lub/i magazyn w roli doradcy niż osoba doradzająca. Dodatkowo, rady tam zamieszczane są bardzo prosto skonstruowane, pisane językiem nie-naukowym, jest to zapewne celowy zabieg z uwagi na charakter odbiorcy.

³⁷ M.in.: M. Mołęda-Zdziech, *Czas celebrytów. Mediatyzacja życia publicznego*, Warszawa 2013; Merton, R. *Teoria socjologiczna i struktura społeczna*, Warszawa 2002; M. Drożdż, *Medialne autorytety i idole*, „Biuletyn Edukacji Medialnej”, 2008, nr 1, s. 62–79; J. G. Blumler, M. Gurevitch, *The Crisis of Public Communication*. London 1995; J. van Dijck, D Alinejad, *Social Media and Trust in Scientific Expertise: Debating the Covid-19 Pandemic in The Netherlands*, „Social Media + Society”, 2020, October, doi: 10.1177/2056305120981057 [dostęp: 15.03.2022].

³⁸ A. Litorowicz-Siegert, *Cząstka nadziei*, „Twój Styl”, 2020, nr 6.

Drugą grupą autorytetów byli ludzie, którzy zdobyli popularność w innych dziedzinach, na przykład w rozrywce i wypowiadają się na tematy wychodzące poza ich kompetencje. Etyczny aspekt tego zjawiska powinien stanowić przedmiot osobnych rozważań, szczególnie rozstrzygnięcie dylematu, kto nadał tym osobom statut autorytetu: media, oni sami czy odbiorcy, a być może wszystkie grupy, o czym pisał między innymi Zygmunt Bauman³⁹. Grupa ta stała się szczególnie kompetentna w poradnictwie dotyczącym zdrowia psychicznego i relacji rodzinnych. Duża część wywiadów z gwiazdami show-biznesu miała elementy tych funkcji, a w niektórych przypadkach, tak jak w czasopiśmie „Kobieta i Życie” Bożena Dykiel ma swój stały kącik porad (odpowiedzi na listy czytelniczek w każdym numerze). Pod tym względem „Twój Styl” w najmniejszym stopniu opierał się na doradztwie osób bez kompetencji w tym kierunku, chociaż w numerze z czerwca 2020 fakty i mity na temat pandemii obalali twórcy bloga *Crazy Nauka*, o których wykształceniu na blogu wiele nie wiadomo (stąd trudno czytelnikowi weryfikować fakt, czy jest to prawdziwy ekspert czy nie). Wśród tej grupy znajdują się także historie zwykłych ludzi, jak na przykład historia kobiety opisującej walkę z Covid-19 w piśmie „Przyjaciółka”⁴⁰. Chociaż w tekście nie było użytych słów bezpośrednio doradczających, to jednak tekst miał bardzo duży sugestywny charakter. Dla wielu czytelniczek mógł stanowić inspirację (niekoniecznie dobrą, ponieważ bohaterka korzystała z rad osób bez kompetencji, np. rada bratowej) [H2b].

PODSUMOWANIE

Czytelniczki mają do dyspozycji różnorodne magazyny kobiece dostępne na polskim rynku prasowym. Wybierają te z nich, które zaspokajają ich potrzeby czytelnicze. Badania wskazują, że kobiety często kupują kilka tytułów w miesiącu. Redakcje poszczególnych magazynów „zależne” od „czytelniczek-przyjaciółek” starają się „ich nie zawieść” wyglądem formalnym magazynów, a zwłaszcza publikowanymi treściami. Prasa kobieca, mimo że nie informuje o bieżących wydarzeniach z kraju i ze świata, czyli nie realizuje funkcji informacyjnej *sensu stricto*, stara się i zawsze starała się towarzyszyć czytelniczkom w ich codziennych

³⁹ Z. Bauman, *Jane Fonda i nadmiar autorytetów* [w:] M. Halawa, P. Wróbel (red.), *Bauman o popkulturze: Wypisy*, Warszawa 2008, s. 132–144,

⁴⁰ K. Raczyński, *Pokonałam wirusa. Wróciłam do życia*, „Przyjaciółka”, 2020, nr 12.

problemach. W związku z powyższym będąc „empatyczną przyjaciółką” doradzała, rozwiewała wątpliwości i tłumaczyła nową pandemiczną rzeczywistość.

Z badań wynika, że kategorią najczęściej poruszaną było zdrowie. Nie może to dziwić, skoro to kobiety dbają o zdrowie swoich najbliższych i swoje. Decydują, jakie mikro- i makroelementy suplementować, jakie kuracje stosować, aby być zdrowym i w pełni sił fizycznych i psychicznych. Analizowane magazyny podejmowały zatem tematy dotyczące maseczek, izolacji, szczepień, a co za tym idzie informowały i doradzały. Należy przypuszczać, że niwelowały poczucie lęku, który wywoływała pandemia, restrykcje, brak kontaktu z bliskimi oraz informacyjny chaos. Pandemia dotykała bezpośrednio kwestii związanych ze zdrowiem psychicznym. Ten aspekt szerzej omawiał „Twój Styl”, dla którego te zagadnienia zawsze były istotne.

Z badań wynika, że kategorią najczęściej poruszaną było zdrowie. Nie może to dziwić, skoro to kobiety dbają o zdrowie swoich najbliższych i swoje. Decydują jakie mikro i makroelementy suplementować, jakie kuracje stosować, aby być zdrowym i w pełni sił fizycznych i psychicznych. Analizowane magazyny podejmowały zatem tematy dotyczące maseczek, izolacji, szczepień, a co za tym idzie informowały i doradzały.

Wspomniane kwarantanny, izolacje oraz nauczanie online sprawiły, że na łamach badanych tytułów rozbudowano poradnictwo dotyczące pracy podczas pandemii. Wątpliwości rozwiewali specjaliści, prawnicy i doradcy zawodowi czyli autorytety w swoich dziedzinach. Ten fakt nie może dziwić, dlatego, że prasa kobieca szczególnie magazyny należące do najniższej i średniej „półki” bazujące na poradnikowej formule chętnie korzystają ze wsparcia różnych autorytetów. Co w artykułach potwierdzają stopnie, tytuły oraz różnego typu instytucje, z którymi eksperci-autorytety są związane.

Poradnictwo w prasie kobiecej w czasie pandemii pełniło zatem dwie zasadnicze funkcje. Po pierwsze, informacyjną. Porady były tak skonstruowane, w postaci prostych instruktaży ułatwiających codzienne życie. Po drugie, poradnictwo prasowe pełniło także funkcje terapeutyczną. Dotykając tematyki zdrowia psychicznego, problemów psychicznych i emocjonalnych wynikających z braku kontaktu z najbliższymi. Tę funkcję realizowano poprzez wywiady ze znanymi i cenionymi ludźmi oraz opisując przypadki zwykłych ludzi. Z tej pierwszej grupy czytelniczki mogły brać wzór. Dzięki *human stories* oswajały swoje lęki, nie czuły się samotne. Mogły identyfikować się z innymi kobietami przeżywającymi podobnie tę sytuację.

Poradnictwo w prasie kobiecej w czasie pandemii pełniło zatem dwie zasadnicze funkcje. Po pierwsze, informacyjną. Porady były tak skonstruowane, w postaci prostych instruktaży ułatwiających codzienne życie. Po drugie, poradnictwo prasowe pełniło także funkcje terapeutyczną. Dotykając tematyki zdrowia psychicznego, problemów psychicznych i emocjonalnych wynikających z braku kontaktu z najbliższymi.

BIBLIOGRAFIA

- Adamik-Szysiał M., *Grupa Bauer Media w Polsce. Działalność i kierunek rozwoju*, w: L. Pokrzycka (red.), *Inwestycje koncernów na polskim rynku medialnym. Wybrane zagadnienia*, Wydawnictwo Uniwersytetu Marii Curie-Skłodowskiej, Lublin 2012.
- Bauman, Z., *Jane Fonda i nadmiar autorytetów* [w:] M. Halawa, P. Wróbel (red.), *Bauman o popkulturze: Wypisy*, Warszawa 2008.
- Berelson B., *Content analysis in Communication Research*, Glencoe 1952.
- Blumler, J. G., Gurevitch, M., *The Crisis of Public Communication*. London 1995.

- Candotto F., *La stampa al femminile*, w: A. Tafuri, (red.), *Analisi e gestione della comunicazione*, Trieste 2010.
- Czerniakowa O., *Poradnictwo jako wzmacnianie środowiska wychowawczego*, Instytut Wydawniczy CRZZ, Warszawa 1977.
- Ćwik U., *Zagadnienie praw kobiet na łamach „Kobiety i Życia (1970–1989), „Czasopismo Naukowe Instytutu Studiów Kobietych”* 2016, nr 1, s. 66–83.
- Dajnowicz M., *„Zwierciadło” – platforma polityczna Ligi Kobiet w okresie PRL (1957–1961, 1982–1987)*, „Rocznik Historii Prasy Polskiej”, 2017, nr 3, s. 67–90.
- Dąbrowska-Cendrowska O., Gajlewicz-Korab K., *COVID-19 in Polish Women’s Press – preliminary research*, „Media Biznes Kultura” 2021, nr 2, s. 155–168.
- Dąbrowska-Cendrowska O., *Guidance in Mass Media – Analysis of the Selected Examples*, „Respectus Philologicus” 2018, nr 33, s. 17–26.
- Dąbrowska-Cendrowska O., *Press offer of concerns with foreign capital on the Polish printing media market. Diagnosis after 25 years of publishing*, w: M. Kaczmarczyk, D. Rott, M. Boczkowska, M. Koszembar-Wiklik (red.), *Społeczne i historyczne konteksty funkcjonowania mediów*, Sosnowiec-Praga 2015.
- Dąbrowska-Cendrowska O., *W stronę sprofilowanego odbiorcy mediów*, „Rocznik Bibliologiczno-Prasoznawczy” 2012, nr 15, s. 71–86.
- Diagnoza społeczna 2011. Warunki i jakość życia Polaków. Raport*, (red.), J. Czapiński, T. Panek, Warszawa 2011.
- Diagnoza społeczna 2013. Warunki i jakość życia Polaków. Raport*, (red.), J. Czapiński, T. Panek, Warszawa 2014.
- Diagnoza społeczna 2015. Warunki i jakość życia Polaków*, (red.), J. Czapiński, T. Panek, Warszawa 2015.
- Drożdż, M. *Medialne autorytety i idole*, „Biuletyn Edukacji Medialnej”, 2008, nr 1, s. 62–79.
- Dz. U. 2020, poz. 374, [w:] <http://isap.sejm.gov.pl/isap.nsf/download.xsp/WDU20200000374/T/D20200374L.pdf> [dostęp: 15.03.2022].
- Dz. U. 2020, poz. 433, 441, [w:] <http://isap.sejm.gov.pl/isap.nsf/download.xsp/WDU20200000433/O/D20200433.pdf> [dostęp: 15.03.2022].
- Encyklopedia wiedzy o prasie*, (red.), J. Maślanki, Ossolineum, Kraków 1976.
- European Commission authorises first safe and effective vaccine against COVID-19, https://ec.europa.eu/commission/presscorner/detail/en/ip_20_2466 [dostęp: 15.03.2022].
- Filas R., *Polskie czasopisma w XXI wieku – rozwój czy kryzys*, „Zeszyty Prasoznawcze” 2007, nr 1–2, s. 7–41.
- Fuchs Ch., *Everyday Life and Everyday Communication in Coronavirus Capitalism; “Communication, Capitalism & Critique”* 2020, nr 18, s. 375–399.
- Gajlewicz-Korab K., *Francuska prasa drukowana. Narodziny, rozwój, era cyfrowa*, Wydawnictwo Aspra JR, Warszawa 2018.
- Goban-Klas T., *Społeczeństwo masowe, informacyjne, sieciowe czy medialne?* „Ethos” 2011, nr 1, 25–39.

- Golberstein, E., Wen, H., Miller, B. F., *Coronavirus disease 2019(COVID-19) and mental health for children and adolescents*. „Journal of the American Medical Association Pediatrics”, 2020, nr 174, s. 819–820.
- Harvey D., *Anti-Capitalist Politics in the Time of COVID-19*, Jacobin, 20 March 2020, <https://jacobinmag.com/2020/03/david-harvey-coronavirus-political-economy-disruptions>, w: Ch. Fuchs, (red.), *Everyday Life and Everyday Communication in Coronavirus Capitalism; Communication, Capitalism & Critique*, nr 18 (1).
- Hermes J., *Reading Women's Magazines. An Analysis of Everyday Media Use*, Cambridge 1995.
- Internauci 2015. Komunikat z badań CBOS, s. 2, [w:] http://www.cbos.pl/SPISKOM.POL/2015/K_090_15.PDF [dostęp: 15.03.2022].
- Irimescu A-O., *Women's Magazines. Editorial Practices and Cultural Recommendations*, „Journal of Media Research” 2015, nr 8, s. 41–53.
- J van Dijck, D Alinejad, *Social Media and Trust in Scientific Expertise: Debating the Covid-19 Pandemic in The Netherlands*, “Social Media + Society”, 2020, October, doi: 10.1177/2056305120981057 [dostęp: 15.03.2022].
- Kargulowa A., *O teorii i praktyce poradnictwa*, PWN, Warszawa 2010.
- Kavita K., Chang S. P., Wenjing X., *Online Women's Magazines: Differences in Perceptions between Print and Online Magazines among Female Readers*, „Advances in Journalism and Communication” 2016, nr 4, s. 31–42.
- Walker Ruff A., *The Relationship of Women's Magazines and Their Websites: A Comparative Analysis of Print and WebContent. Theses and Dissertations*, 2012, [w:] <http://scholarworks.uark.edu/etd/546> [dostęp: 15.03.2022].
- Kępa-Mętrak, J., *Jaka będzie prasa po pandemii? Próba diagnozy wstępnej (stan na styczeń 2021)*, „Media Biznes Kultura” 2021, nr 2.
- Kopecka-Piech K., *Aplikacje mobilne: innowacyjność, sytuacyjność i personalizacja komunikacji marketingowej i wizerunkowej*, „Nowe Media”, 2013, nr 4, s. 11–30.
- Kopecka-Piech K., *Wymiary i skutki saturacji medialnej w przestrzeniach otwartych i zamkniętych na przykładzie analiza centrum handlowego Sky Tower i projektu P. I. W. O.* „Studia Medioznawcze” 2015, nr 4, s. 51–63.
- Krotz F., *Mediatization: A Concept With Which to Grasp Media and Societal Change*. In: Ed. Lundby K., *Mediatization: Concept, Changes, Consequences*, Peter Lang, New York, 2009, s. 21–40.
- Molęda-Zdziech M., *Czas celebrytów. Mediatyzacja życia publicznego*, Warszawa 2013.
- Materk D., Szymkiewicz K., *Prasa jest kobietą*, „Nasz Kolporter” 2021, nr 3.
- McQuail D., *Mass Communication Theory*, Sage, London, 2005.
- Menéndez M. I., *Tipología de la prensa femenina. Una propuesta de clasificación*, „Estudios sobre de Mensaje Periodístico” 2013, nr 1, s. 191–206.
- Merton, R. *Teoria socjologiczna i struktura społeczna*, Warszawa 2002.
- Michalczyk S., *Społeczeństwo medialne. Studia z teorii komunikowania masowego*, Wydawca „Śląsk”, Katowice 2008.

- Mikucki, J., *Koncepcja smart city a COVID-19. Wykorzystanie nowych mediów w obliczu pandemii*. „Media Biznes Kultura”, 2021, nr 2, s. 75–95.
- Pisarek W., *Analiza zawartości prasy*, Ośrodek Badań Prasoznawczych RSW „Prasa-Książka-Ruch”, Kraków 1983.
- Pyżalski, J., *Zdrowie psychiczne i dobrostan młodych ludzi w czasie pandemii COVID-19 – przegląd najistotniejszych problemów. Dziecko krzywdzone. Teoria, badania, praktyka*, t. 20, 2: Ochrona dzieci przed krzywdzeniem w czasie pandemii COVID-19, Fundacja Dajemy Dzieciom Siłę, 2021.
- Reynolds Ch., LoRusso S., *The Women’s Magazines Diet: Frames and Sources in Nutrition and Fitness Articles*, „Journal of Magazines and New Media Research” 2016, nr 1, s. 4–21.
- Roche E., Sécaïl C., *La presse magazine comme objet de recherche*, w: C. Blandin, (red.), *Manuel d’analyse de la presse magazine*, Paris 2018.
- Royal C., *Introducing Women to the Internet: Digital Discourse in Women’s Magazines*, „Southwestern Mass Communication Journal” 2008, nr 24, s. 15–29.
- Słownik terminologii medialnej*, red. W. Pisarek, Universitas, Kraków 2006.
- Sokół Z., *Prasa kobieca w Polsce w latach 1945–1995*, Wydawnictwo Wyższej Szkoły Pedagogicznej, Rzeszów 1995.
- WHO publishes interactive timeline of its response, <https://www.who.int/emergencies/diseases/novel-coronavirus-2019/events-as-they-happen> [dostęp: 15.03.2022].
- Wodniak K., *Współczesna prasa kobieca a sprawy książki*, Wydawca SBP, Warszawa 2004.
- World Health Organization. 2020 Jan 31. Novel Coronavirus (2019-nCoV) Situation Report - 11 URL: https://www.who.int/docs/default-source/coronaviruse/situation-reports/20200131-sitrep-11-ncov.pdf?sfvrsn=de7c0f7_4 [dostęp: 15.03.2022].
- Yin R. K., *Case Study Research. Design and Methods*, Sange Publications Inc Los Angeles 2017.
- Ytre-Arne B., *I Want to Hold It in my Hands: Readers’ Experiences of the Phenomenological Differences between Women’s Magazines Online and in Print*, „Media, Culture & Society” 2011, nr 33, s. 467–477.
- Zarem J., *All Digital Magazines: New Opportunity or Last Hurrah?* „Folio Magazine” 2009, nr 3, s. 12–19.
- Zaworska-Nikoniuk D., *Wzory kobiecości w prasie dla kobiet w XXI w.*, Wydawnictwo Adam Marszałek, Toruń, 2008.
- Zhao Y., Cheng S., Yu X., Xu H., *Chinese Public’s Attention to the COVID-19 Epidemic on Social Media: Observational Descriptive Study*, „Journal of Medical Internet Research” 2020, vol. 22, nr 5, s. 1–13.
- Zielińska-Pękał D., *Poradnictwo zapośredniczone – teoria i praktyka*, w: D. Zielińska-Pękał (red.), *Refleksje o poradnictwie debutujących doradców*. Zielona Góra: Wydawnictwo Uniwersytet Zielonogórski 2009.
- Zielińska-Pękał D., *O poradnictwie zapośredniczonym*, w: M. Kondracka, A. Łysak (red.), *Edukacja, wychowanie, poradnictwo w kulturze popularnej*, Wydawnictwo Uniwersytetu Wrocławskiego, Wrocław 2009.

Zierkiewicz E., *Prasa jako medium edukacyjne. Kulturowe reprezentacje raka piersi w czasopiśmie kobiecych*, Wydawnictwo Impuls, Kraków 2013.

Zierkiewicz E., *Prasa kobieca versus pisma feministyczne. Między „dobrowolnym” zniewoleniem a „wymuszoną” emancypacją?* w: E. Zierkiewicz, I. Kowalczyk, (red.), *Kobiety w kulturze popularnej*, Wydawnictwo Konsola, Wrocław 2002.

Biogram

Olga Dąbrowska-Cendrowska – dr hab. w dziedzinie nauk społecznych w dyscyplinie nauki o komunikacji społecznej i mediach, medioznawczyni. Zainteresowania naukowe: współczesny polski system medialny, ze szczególnym uwzględnieniem mediów adresowanych do kobiet, konwergencja treści, poradnictwo medialne, mediatyzacja poradnictwa.
ORCID 0000-0002-7527-3789

Katarzyna Gajlewicz-Korab – dr hab. w dziedzinie nauk społecznych w dyscyplinie nauki o komunikacji społecznej i mediach, medioznawczyni. Zainteresowania naukowe: systemy medialne na świecie, polski system medialny, szczególnie czasopiśmiennictwo, konwergencja mediów, digitalizacja prasy, tabloidyzacja mediów, kultury medialne.
ORCID 0000-0002-4900-2854

Krzysztof Grzegorzewski

Uniwersytet Łódzki

**Jan Karski w twórczości telewizyjnej
Michała Fajbusiewicza****Jan Karski in Michał Fajbusiewicz's television works****ABSTRAKT**

Proponowany Czytelnikowi artykuł jest charakterystyką twórczości telewizyjnej Michała Fajbusiewicza, poświęconej prof. Janowi Karskiemu. Autor dokonuje próby uporządkowania pojęć reportażu i filmu dokumentalnego z perspektywy dostępnych polskich opracowań genologicznych (analizie podlegają programy dla polskich widzów), a następnie omawia cztery prace Michała Fajbusiewicza. Celem jest odpowiedź na pytanie: w jaki sposób i za pośrednictwem jakich gatunków telewizyjnych opowiedziano widzom historię profesora. Michał Fajbusiewicz jest pierwszym dziennikarzem, który przywrócił postać i dzieło profesora Karskiego polskiej widowni telewizyjnej: jego dokumenty telewizyjne mają charakter prekursorski. Ich autor opowiedział historię Jana Karskiego w języku telewizyjnym, przystępnym dla milionów widzów.

SŁOWA KLUCZOWE:

Jan Karski, Michał Fajbusiewicz, dziennikarstwo telewizyjne, reportaż telewizyjny, film dokumentalny

ABSTRACT

The article offers a characteristic of Michał Fajbusiewicz's television work, devoted to prof. Jan Karski. The author attempts to organize the concepts of reportage and documentary film from the perspective of available polish genological studies (programs for polish viewers are here analyzed), and then describes four works by Michał Fajbusiewicz. The aim is to answer the question: how and which TV genres were used to tell the professor's story to the viewers. Michał Fajbusiewicz is the first journalist to restore the character and work of Professor Karski to the polish television audience: his television documentaries are pioneering. Their author told the story of Jan Karski in a television language accessible to millions of viewers.

KEYWORDS:

Jan Karski, Michał Fajbusiewicz, TV-journalism, TV reportage, TV documentary

WPROWADZENIE

Telewizyjna twórczość dziennikarska Michała M. Fajbusiewicza wciąż nie doczekała się kompleksowego opracowania. Stanowi ona istotną część dorobku

programowego Telewizji Polskiej – przede wszystkim z powodu jej wielotematyczności i dużej liczby zachowanych materiałów. Łączną liczbę reportaży i filmów dokumentalnych zrealizowanych przez Fajbusiewicza ocenia się na blisko 200 pozycji; ponadto ich autor prowadził jednocześnie magazyny telewizyjne (z najpopularniejszym „Magazynem Kryminalnym 997” na czele), przygotowywał materiały do programu lokalnego i programów ogólnopolskich TVP, realizował liczne programy podróżnicze. Do czasu publikacji wciąż pozostaje aktywny, współtworząc programy o tematyce kryminalnej („Akta Fajbusiewicza”) i rozmowy publicystyczne z pisarzami literatury kryminalnej („Rozmowy o zbrodni”) przygotowywane przez A+E Productions dla telewizji Crime+Investigation Polsat.

Pełne scharakteryzowanie twórczości Michała Fajbusiewicza i próby jej analizy (np. dostępnymi narzędziami retorycznej analizy tekstu¹) wymagałyby przygotowania kilku odrębnych dysertacji. Tekst, który proponuję Czytelnikowi, ma na celu scharakteryzowanie tych jedynie reportaży i filmów dokumentalnych, które autor poświęcił postaci dla polskiej historii niezwykle zasłużonej: prof. Janowi Karskiemu. Jest to szczególnie zasadne dlatego, że M. Fajbusiewicz jako jedyny zrealizował dokumenty filmowe² za życia profesora i z jego udziałem; jest też pierwszym reportażystą, który przywrócił tę postać świadomości polskiego widza. Przed publikacją w 1996 r. filmu dokumentalnego *Moja misja* – najważniejszej, a zarazem, jak wspomina autor, najbardziej kosztownej i największej jego produkcji – w Polsce nie było niemal żadnych przekazów audiowizualnych (jak np. reportaży radiowych czy telewizyjnych)³. Istniały pojedyncze ogłoszone drukiem publikacje samego Karskiego⁴ i jedna książka poświęcona jego działalności⁵. Obecnie istnieją już polskie wydania książek Jana Karskiego (m.in. najbardziej

¹ J. Z. Lichański, *Retoryka a/i media: próba określenia pól wspólnych*, [w:] B. Bogotębska, M. Worsowicz (red.), *Styl – dyskurs – media*, Łódź 2010, s. 383–396.

² Pojęcie przywołuję za Mirosławem Salskim; autor rozumie je bardzo szeroko, jako wszelkie formy udokumentowane przy pomocy kamery i zapisane na nośniku fizycznym. W obrębie tego pojęcia umieszcza on także takie gatunki, jak reportaż (i jego odmiany) oraz film dokumentalny. Zob. M. Salski, *Telewizyjny dokument filmowy*, Szczecin 2019.

³ Zob. M. Fajbusiewicz, M. Omilianowicz, *Fajbus. 997 przypadków z życia*, Warszawa 2019, s. 230–249.

⁴ Zob. J. Karski, *Wielkie mocarstwa wobec Polski: 1919–1945 od Wersalu do Jałty*, Warszawa 1992; tegoż: *Tajna dyplomacja Churchilla i Roosevelta w sprawie Polski: 1940–1945*, Lublin 1995.

⁵ Jerzy Korczak, *Misja ostatniej nadziei*, Warszawa 1992.

znana *The story of a secret state*⁶); zaś najważniejszym źródłem wiedzy o profesorze jest jego biografia *Jan Karski – jedno życie* autorstwa Waldemara Piaseckiego⁷. Można założyć, że zainteresowanie współczesnego polskiego odbiorcy postacią i misją Jana Karskiego zawdzięczamy właśnie twórczości telewizyjnej Michała Fajbusiewicza.

Liczni badacze gatunków telewizyjnych uważają reportaż za gatunek trudny do zdefiniowania, a przede wszystkim do odróżnienia go od filmu dokumentalnego. Bezsporny pozostaje fakt, że film dokumentalny wywodzi się z gatunków kinowych, zaś reportaż – z gatunków dziennikarskich, przede wszystkim drukowanych i radiowych.

REPORTAŻ A FILM DOKUMENTALNY

Liczni badacze gatunków telewizyjnych uważają reportaż za gatunek trudny do zdefiniowania, a przede wszystkim do odróżnienia go od filmu dokumentalnego. Bezsporny pozostaje fakt, że film dokumentalny wywodzi się z gatunków kinowych, zaś reportaż – z gatunków dziennikarskich, przede wszystkim drukowanych i radiowych⁸. Mikołaj Jazdoń twierdzi jednak, że „reportaż jest filmem dokumentalnym, ponieważ należy do rodzaju filmowego określanego właśnie mianem

⁶ J. Karski, *Tajne państwo: opowieść o polskim Podziemiu*, przeł. Waldemar Piasecki, Warszawa 1999.

⁷ W. Piasecki, *Jan Karski. Jedno życie*, t. I, Kraków 2015; t. II, Kraków 2017. Pierwotnie zaplanowano także tom III, jednak do tej pory autor go nie ukończył (informacja z rozmowy z red. Piotrem Mocniakiem z Wydawnictwa Insignis, w dn. 13 IV 2022 r.).

⁸ Na taki rodowód reportażu telewizyjnego wskazywał już w swoim opracowaniu Wiesław Stradomski. Zob. W. Stradomski, *Reportaż telewizyjny*, Warszawa 1969.

filmu dokumentalnego. W jego ramach mieści się szerokie spektrum różnych gatunków i podgatunków. Jednym z nich jest reportaż rozumiany jako filmowa relacja z wydarzenia.”⁹ Podobne stanowisko zajęła Ewelina Nurczyńska-Fidelska, która umieściła reportaż wśród gatunków filmowych, powołując się na tradycję badań filmoznaucznych¹⁰.

Przekonującą próbę uporządkowania gatunków telewizyjnych – w tym problem zdefiniowania reportażu i filmu dokumentalnego – podjął Jerzy Uszyński. Badacz podzielił istniejące gatunki telewizyjne na pięć rodzajów: rejestracje (inspirowane żywiołem obserwacji), narracje (opowieści), widowiska (nacechowane interakcją), wreszcie przekazy retoryczne (oparte głównie na argumentacji) i perswazyjne¹¹. Należy jednak podkreślić, że proponowana taksonomia dotyczy wszystkich – nie tylko dziennikarskich – gatunków telewizyjnych¹². Po wtóre, jak każdy model idealny, nie umożliwia ona ścisłej klasyfikacji:

Zbudowane wyżej modele trzeba traktować zresztą jako pewne typy idealne rodzajów. To tak jakby stanowiły one pięć współrzędnych, którymi można mierzyć poszczególne gatunki. Cały system można zresztą przedstawić w sposób jeszcze bardziej plastyczny. To tak jakby istniała przestrzeń zorientowana przez pięć punktów centralnych, wokół których rozciągają się stosowne pola grawitacyjne. W tej przestrzeni znajdują się poszczególne gatunki, które przypominają krople płynu przyciągane z różną siłą przez centra grawitacyjne i zakrzywione w ich kierunku¹³

W tym metaforycznym „polu grawitacyjnym” film dokumentalny autor umieścił w kategorii rejestracji i zdefiniował jako „pojedynczą opowieść niefikcyjną o domkniętej strukturze dramaturgicznej lub strukturze wywodu logicznego. Przynależy [film dokumentalny] do grupy rekonstrukcji, gdyż posługuje się formami filmowego czasu przeszłego (...)”¹⁴. Jako wywodzący się z gatunków

⁹ M. Jazdoń, *Reportaż a film dokumentalny*, „Magazyn Filmowy. SFP”, nr 6, https://www.sfp.org.pl/_vault/_files/2017/jazdon_skrot.pdf [dostęp: 13 IV 2022].

¹⁰ E. Nurczyńska-Fidelska, *Rodzaje i gatunki filmowe*, [w:] B. W. Lewicki (red.), *Kino i telewizja*, Warszawa 1984, s. 128–149.

¹¹ J. Uszyński, *Telewizyjny pejzaż genologiczny*, Warszawa 2004, s. 46–55.

¹² W swojej typologii Uszyński uwzględnia na równi z dziennikarskimi gatunki fabularne, rozrywkowe i perswazyjne, do których zalicza reklamy, przekazy promocyjne i autopromocyjne.

¹³ Ibidem, s. 53.

¹⁴ Ibidem, s. 82.

kinowych, film dokumentalny *in ipso facto* jest formą bardziej artystyczną niż dziennikarską. Stąd też na ogół (bo nie zawsze) brak w nim reportera wyeksponowanego i podejmującego szereg dziennikarskich działań na oczach widzów.

Reportaż zaklasyfikowany został do **rejestracji**, niemniej jego żywioł argumentacyjny (wynikający zapewne z bezpośredniej lub pośredniej obecności reportera i wyeksponowania jego roli) nakazuje przesunąć go w stronę przekazów retorycznych¹⁵. Ma to zapewne związek z faktem, że reportaż – mimo powinowactwa z filmem dokumentalnym – ma w sobie wiele z newsa czy felietonu filmowego¹⁶, wreszcie często zbliża się do publicystyki (por. reportaż problemowy). Uszyński definiuje ten gatunek jako „dziennikarskie sprawozdanie z prawdziwych wydarzeń, wzbogacone o opis tła, środowiska, charakterystykę postaci, a także wrażenia i opinie samego reportera, w których zawiera się (choć niekoniecznie wprost) jego stosunek do przedstawianej rzeczywistości”¹⁷. Reporter, poza jej relacjonowaniem, rości sobie prawo do wpływania na nią (interwencji), zawsze ją w jakiejś mierze wartościuje i ocenia. Dlatego właśnie jednym z wyznaczników, które pozwalają odróżnić reportaż od filmu dokumentalnego, jest (zazwyczaj!) manifestująca się w różny sposób obecność i rola reportera. Im bardziej zaś dochodzi on do głosu, tym bardziej objawia się widzom jako *homo rhetoricus*¹⁸ – retoryczność reportażu¹⁹ jest *de facto* przesądzona. Odstępstwo od tych reguł jest dowodem na konwergencję gatunkową tych dwóch form telewizyjnych; nie musi uniemożliwiać ich rozróżnienia.

Ciekawym przyczynkiem do dyskusji w sprawie jest proponowane przez Mirosława Salskiego pojęcie „telewizyjnego dokumentu filmowego”, rozumianego

¹⁵ J. Uszyński rozumie retorykę przede wszystkim jako sztukę argumentacji. W istocie bardziej adekwatne byłyby tu określenia „neoretoryka” lub „nowa retoryka”, odnoszące się do budowania aparatu argumentacyjnego tekstu, który przesądza o jego racjonalności. Nurt neoretoryczny zapoczątkował Chaim Perelman. Zob. Ch. Perelman, *Imperium retoryki. Retoryka i argumentacja*, przeł. M. Chomicz, Warszawa 2004.

¹⁶ J. Uszyński, op. cit., s. 99.

¹⁷ Ibidem, s. 99–100.

¹⁸ K. Grzegorzewski, *Homo rhetoricus w telewizyjnym dziennikarstwie politycznym (programy z lat 2005–2007)*, Łódź 2014.

¹⁹ O retoryczności reportażu i sposobie jego retorycznej analizy pisała Bogumiła Fiołek-Lubczyńska. Zob. B. Fiołek-Lubczyńska, *Retoryczna perspektywa badawcza reportażu telewizyjnego – uwagi teoretyczne*, [w:] A. Barańska-Szmitko (red.), *Metody badania komunikacji i mediów*, Łódź 2021, s. 55–67.

z jednej strony jako „forma telewizyjna (...) mająca walor dokumentu (...) zarejestrowana na «nośniku filmowym», który dziś jednak nie jest już taśmą filmową, a dyskiem optycznym, cyfrową płytą pamięci lub, w wydaniu uboższym, taśmą magnetyczną”²⁰. Ujmując rzecz jeszcze prościej, można go opisać jako „wszelkie (głównie dziennikarskie) formy realizowane poza telewizyjnym studium (lub ich odpowiedniki realizowane wozem transmisyjnym), które jednak z telewizyjnego studia (nie wdając się w techniczne szczegóły) są emitowane”²¹. Zwraca uwagę duża pojemność tego pojęcia, w obrębie którego autor umieszcza zresztą film dokumentalny i reportaż (dzieląc ten ostatni na podgatunki ze względu na funkcję: informacyjny, śledczy, interwencyjny, problemowy, wcieleniowy, prowokację dziennikarską, etc.)²². W ujęciu Salskiego w zasadzie potwierdzona została dziennikarska proveniencja reportażu i dominująca w nim rola reportera – to za sprawą charakteru jego działań można wyodrębnić poszczególne odmiany tego gatunku. Pisząc o telewizyjnym filmie dokumentalnym, autor eksponuje jego „telewizyjność” (powstały z myślą o emisji w telewizji), ale z drugiej strony „szlify reżyserskie”, jakie zdobywa jego realizator – potwierdzając tym samym filmowe pochodzenie tej formy i jej filmowy charakter²³.

Na potrzeby niniejszych rozważań istotne wydaje się jeszcze jedno, **formalno-prawne**, rozróżnienie, na które wskazuje sam Michał Fajbusiewicz²⁴. Reportaże w TVP były klasyfikowane jako publicystyka i traktowane jako bieżąca wypowiedź dziennikarska. Nie znaczy to, że nie mogły być doceniane i nagradzane; niektóre z nich przetrwały także próbę czasu. Ich produkcja trwała jednak stosunkowo krótko (na ogół dzień lub kilka dni), cechowała się stosunkowo niskim budżetem, a od ich emisji nie wypłacano reporterowi tantiem. Film dokumentalny był księgowany jako produkcja artystyczna (taka jak gatunki fabularne): proces jego

²⁰ M. Salski, *Telewizyjny dokument filmowy*, Szczecin 2019, s. 7. Notabene: sposób rejestracji od czasu powstania eseju Salskiego jeszcze się rozwinął: rejestracji video można dokonać na półprzewodnikowej pamięci bądź wprost przesyłać do chmury (wirtualnych zasobów internetowych) za pomocą łącza satelitarnego lub internetu, z pominięciem nośnika fizycznego. Taśmę magnetyczną, zapisaną nawet w domenie cyfrowej (DV Cam, MiniDV) uważa się obecnie za przestarzałą.

²¹ Ibidem, s. 7.

²² Ibidem, s. 41–65.

²³ Ibidem, s. 77.

²⁴ Informacje z rozmowy i wymiany korespondencji z M. Fajbusiewiczem z dn. 30 III 2020 r. (w archiwum autora).

produkcji był czasochłonny (niekiedy kilka miesięcy), kosztowny, a wynagrodzenie dla jego autora mogło równoważyć lub nawet znacznie przekraczać miesięczną pensję na stanowisku redaktora-publicysty. Za każdą emisję należało autorowi płacić tantiemy. Stąd też – jak wspomina dziennikarz – TVP niechętnie księgowała formy wypowiedzi dziennikarskiej jako filmy dokumentalne ze względu na oszczędności finansowe.

Plastyczną ilustracją problemu są zasady przydzielania taśmy filmowej w Telewizji Polskiej w latach 80. (w większości ośrodków regionalnych nie było jeszcze kamer elektronicznych do terenowej rejestracji i operatorzy musieli posługiwać się ciężką kamerą filmową na taśmę o szerokości 16 mm). Dla programów informacyjnych stosunek wykorzystanej (w gotowym materiale) do zużytej taśmy wynosił 1:2, dla programów publicystycznych (w tym reportaży) – 1:3, zaś dla form artystycznych – aż 1:5, co umożliwiało nakręcenie większej ilości obrazów, wykonanie dodatkowych ujęć, możliwość zagrania większej ilości dubli, etc.; dotyczyło to także filmów dokumentalnych.²⁵ Pojawienie się kamer elektronicznych z zapisem magnetycznym wyeliminowało ten problem na przełomie lat 80. i 90. XX w., niemniej przywołane zasady sprzed lat także świadczą o wyraźnym ograniczeniu dwóch omawianych gatunków.

REPORTERSKOŚĆ TWÓRCZOŚCI MICHAŁA FAJBUSIEWICZA

Michał Fajbusiewicz jest znany polskim widzom przede wszystkim jako autor i prowadzący „Magazynu Kryminalnego 997” – programu zaliczanego do publicystyki, w którym prezentowano nierozwiązane sprawy kryminalne (głównie zabójstwa). Dzięki widzom udało się schwycić i osadzić licznych sprawców, a także rozwiązać wiele bulwersujących zagadek kryminalnych. Magazyn pełnił przy tym rolę prewencyjną i ostrzegawczą, promując ostrożne i rozważne zachowania wśród widzów w konfrontacji ze stale przeobrażającą się i rozwijającą się przestępczością. Duża popularność „MK 997” sprawiła, że jego autor do dziś jest kojarzony niemal wyłącznie z tematyką policyjną i kryminalną, zapomina się natomiast o jego pozostałej bogatej, wielotematycznej twórczości.

²⁵ Informacje z rozmowy z red. Michałem Fajbusiewiczem z dn. 21 VI 2019 r. (nagranie w archiwum autora). Fajbusiewicz w latach 80. swoje materiały reporterskie realizował przede wszystkim na taśmie filmowej (dotyczyło to także rekonstrukcji zdarzeń w programie „997”).

Podstawą twórczości telewizyjnej Michała Fajbusiewicza od początku był reportaż. Dziennikarz rozpoczął pracę w łódzkim ośrodku Telewizji Polskiej w 1982 r., przedstawiając podczas rozmowy kwalifikacyjnej kilkanaście pomysłów na reportaże, które potem konsekwentnie realizował.²⁶ Pierwszy okres pracy Fajbusiewicza w telewizji zaowocował reportażami społecznymi i kryminalnymi, jak *Nabici w butelkę* (nie zachowany), *Dziura*, *W środku Polski*²⁷. Od 1983 do 1985 r. dziennikarz tworzył cykliczny program „Stan Krytyczny”, piętnując patologie społeczne, jak narkomania, prostytutka czy przestępczość wśród młodzieży (oglądane po latach, stanowią ciekawy dowód wychowawczej pasji autora, który z wykształcenia jest pedagogiem). Program był niechętnie widziany przez władze PRL, które w propagandowej wizji ustroju socjalistycznego państwa nie przewidywały dyskusji o problemach czy „ciemnych stronach” PRL-owskiej rzeczywistości. Emitowano go więc na antenie ogólnopolskiej w bardzo późnych godzinach (na ogół około północy), a gdy Fajbusiewicz naraził się politycznie, skorzystano z okazji, by zdjąć cykl z anteny.

Autor tworzył reportaże na potrzeby powstałego w 1985 r. „Expressu Reporterów – Gorącej Linii”, stworzonego przez Andrzeja Królikowskiego. Efektem tej współpracy był m. in. wstrząsający reportaż o dzieciobójstwie *Rozwiązanie*. Bieżąca produkcja reporterska była także podstawą cykli programów kryminalnych tworzonych na potrzeby anten ogólnopolskich i lokalnej anteny w Łodzi: „Dajcie znak życia”, „Ktokolwiek wie...”, „Magazyn Kryminalny” w latach 90. XX w. – i prowadzonych przez samego Fajbusiewicza.

Osobną częścią twórczości – wymagającą odrębnego, monograficznego opracowania – jest wspomniany już „Magazyn Kryminalny 997”. Program ten – klasyfikowany przez telewizję jako magazyn publicystyczny – był w istocie magazynem

²⁶ Informacje pochodzą z rozmowy z red. Zbigniewem Zalińskim, który zdecydował o zatrudnieniu M. Fajbusiewicza w OTV Łódź. Rozmowa ze Zbigniewem Zalińskim w dn. 29 X 2021 r. (nagranie w archiwum autora).

²⁷ Z powodu tego reportażu z 1985 r. – pokazującego przestępstwa gospodarcze jednego z lokalnych partyjnych dygnitarzy – Michał Fajbusiewicz został wyrzucony z telewizji. Wrócił do realizacji programów dopiero w październiku 1986 r., rozpoczynając cykl „997” – nie miał jednak zgody na pokazywanie swojego wizerunku. Dlatego właśnie w okresie PRL program prowadził ppłk. Jan Płócienniczak (okazał się na tyle wyrazisty i sprawny, że w pozostał prowadzącym do listopada 1990 r., tj. do przejścia na emeryturę; otrzymał także nagrodę Wiktora w kategorii osobowość telewizyjna). Informacje z rozmowy z red. Fajbusiewiczem z 21 VI 2019 r. (nagranie w archiwum autora).

policyjnym, którego celem było zaangażowanie widzów w proces wykrywania sprawców przestępstw (głównie zabójstw). Jako taki, jest klasyfikowany przez J. Uszyńskiego jako forma retoryczna²⁸ – uzasadnia to rozpatrywanie jego struktury i zawartości w kategoriach retorycznych. W tym miejscu jednak wypada o nim wspomnieć dlatego, że występujące weń rekonstrukcje zdarzeń (nazywane zresztą przez autora „dokumentem inscenizowanym”) także odznaczają się reporterstwą. Powstawały bowiem nie tylko na bazie informacji z dochodzeń policyjnych, ale także w wyniku działań reporterskich Michała Fajbusiewicza, który osobiście realizował zdjęcia aż do końca lat 90.²⁹, starannie je reżyserując, prowadząc wywiady dziennikarskie z ofiarami, rodzinami ofiar, a nawet przestępcami (często „wkładane” do rekonstrukcji w „997”). Dopiero w pierwszej dekadzie XXI w., gdy program był już nadawany co tydzień, a jego unowocześniona formuła wymagała większego zaangażowania, na plan zdjęciowy jeździli współpracownicy.

Zasadniczą część dorobku Michała Fajbusiewicza to jednak reportaże i programy dokumentalne. Wstępna analiza zachowanych materiałów pozwala zaklasyfikować je tematycznie:

- a) reportaże społeczno-kryminalne (m. in. *Rozwiązanie, Wizja lokalna*);
- b) obserwacje społeczne (m. in. *Nie musisz, nie buduj, Jest miasteczko, Ryzyko zawodowe*);
- c) reportaże podróżnicze (powstające przede wszystkim na potrzeby cyklu „Z Dwójką dookoła świata”);
- d) reportaże kulturalne (m. in. *Negro Spirituals, 10 dni z Collegium Musicum*);
- e) reportaże sylwetkowe (m. in. *Szpader, Malarz ekranu, Wspomnienie „Koniaka na biegunach*”);
- f) reportaże historyczno-sylwetkowe (tu właśnie wypada zaliczyć reportaże z udziałem Jana Karskiego, ale także reportaże o tematyce żydowskiej, jak *Kenda Bar Gera, czy Człowiek, którego nie było na Liście Schindlera*).

Wśród filmów dokumentalnych należy wymienić *Moją Misję* (prezentującą życiorys i misję kurierską Jana Karskiego) oraz *Mściciela* (o Albercie Sługockim, żołnierzu armii amerykańskiej, walczącym z komunistami). Sam autor nie

²⁸ J. Uszyński, op. cit., s. 141.

²⁹ Dowodem takiej działalności są zachowane w archiwum M. Fajbusiewicza kasety (VHS, Betacam SP) z surowymi materiałami do programu. Kopie cyfrowe w archiwum autora opracowania.

klasyfikował nigdy swojej twórczości, zaś – jak twierdzi – o powstaniu wielu jego reportaży decydował przypadek. Ich wielotematyczność jest świadectwem otwartości i ciekawości świata Michała Fajbusiewicza.

JAN KARSKI W TWÓRCZOŚCI MICHAŁA FAJBUSIEWICZA

Do powstania dokumentów filmowych o prof. Janie Karskim także doszło przypadkowo. Michał Fajbusiewicz – znany już w Polsce jako autor magazynu „997” – pojechał w 1996 r. z ekipą TVP Łódź do USA, gdzie miał zrealizować reportaż o policji nowojorskiej³⁰. Poznał tam Waldemara Piaseckiego³¹ – dziennikarza i pisarza, sekretarza, a także przyjaciela prof. Jana Karskiego. Dzięki namowom Piaseckiego, a także licznym jego kontaktom i zaangażowaniu, zaczęły powstawać pierwsze materiały telewizyjne w Polsce na temat profesora.

W 1996 r. Jan Karski został zaproszony do Łodzi, którą opuścił przed II Wojną Światową i do której nigdy dotąd nie wracał. Uhonorowano go tytułem doktora honoris causa Uniwersytetu Łódzkiego. Wtedy także udało się zrealizować wiele zdjęć z profesorem, wspominającym i zwiedzającym Łódź, uczestniczącym w szeregu spotkań, goszczącym także w łódzkich mediach (Radio Łódź, TVP Łódź, „Dziennik Łódzki”, „Gazeta Wyborcza Łódź”). M. Fajbusiewicz i jego ekipa telewizyjna (w tym ceniony łódzki operator, Adam Kaczanowski) podróżowali wraz z prof. Karskim po kilku krajach świata. Zdjęcia kręcono w USA (Nowy Jork, Georgetown), Izraelu, Palestynie, a także w Londynie i Paryżu. Dzięki kontaktom i wydatnej pomocy logistycznej ze strony Waldemara Piaseckiego, zarejestrowano wiele wypowiedzi różnych znanych osobistości: polityków, duchownych, pisarzy, historyków, świadków historii. Pomoc Piaseckiego okazała się szczególnie cenna w Izraelu, gdzie udało się porozmawiać m. in. z ówczesnym przewodniczącym Knesetu Szewachem Weissem i rabinem Lau. Za pośrednictwem W. Piaseckiego, ale i samego profesora Karskiego, autor dotarł również do licznych ważnych Polaków żydowskiego pochodzenia, którzy przeżyli Holokaust; byli oni bohaterami kilku innych powstałych w owym czasie reportaży. Bez wątpienia okres, w którym Michał Fajbusiewicz pracował z Janem Karskim, był chyba najbardziej owocny w jego twórczości reporterskiej.

³⁰ Reportaż ukazał się w 1996 r. w dwóch częściach pod tytułem *Policja nowojorska*. Owocem wyprawy do USA był także podróżniczy reportaż *Nowy Jork – pępek świata*.

³¹ Z Piaseckim skontaktował Fajbusiewicza Adam Kaczanowski, operator TVP Łódź.

Profesor Karski przyjechał do Łodzi ponownie w maju 2000 r. (dwa miesiące przed śmiercią). 16 maja 2000 r. wraz z Markiem Edelmanem, Jerzym Dejmkiem i Romanem Polańskim otrzymał tytuł Honorowego Obywatela Miasta Łodzi. W ciągu kilku dni pobytu w rodzinnym mieście Karski udzielił licznych wywiadów (w tym łódzkiej „Gazecie Wyborczej”, Radiu Łódź i TVP Łódź – Michałowi Fajbusiewiczowi), odwiedził także gabinet, który zrekonstruowano dla niego w Muzeum Miasta Łodzi przy ul. Ogrodowej. Zachowały się interesujące, do dziś nieopublikowane wypowiedzi, jakie Karski w tym właśnie gabinecie wygłaszał na temat historii Polski okresu II wojny światowej i czasów powojennych.

W 1996 r. Jan Karski został zaproszony do Łodzi, którą opuścił przed II Wojną Światową i do której nigdy dotąd nie wracał; uhonorowano go tytułem doktora honoris causa Uniwersytetu Łódzkiego. Wtedy także udało się zrealizować wiele zdjęć z profesorem, wspominającym i zwiedzającym Łódź, uczestniczącym w szeregu spotkań, goszczącym także w łódzkich mediach (Radio Łódź, TVP Łódź, „Dziennik Łódzki”, „Gazeta Wyborcza Łódź”).

Łącznie zarejestrowano czterdzieści dwie kasety systemu Betacam SP (o nominalnej długości 30 minut³²), których treść została potem szczegółowo opisana przez asystentkę Michała Fajbusiewicza, Joannę Przybył. Spośród tych roboczych nagrań do dziś pozostało dwadzieścia kaset, których zawartość udało się zdigitalizować³³. Jak stwierdza autor, blisko 70% materiału z prof. Janem Karskim nigdy

³² Faktyczna długość kamerowej kasety systemu Betacam SP wynosiła około 36–37 minut.

³³ Dokumentacja Joanny Przybył oraz cyfrowe kopie nagrań kaset znajdują się w archiwum autora niniejszego opracowania. Pozostałe kasety zaginęły lub ich zawartość mogła

nie wykorzystał – mogą więc one być przedmiotem jakiegoś innego, być może historycznego lub medioznawczego opracowania. Ostatecznie telewizyjne TVP 1 i TVP Łódź mogli obejrzeć kilka dokumentów filmowych, które warto w skrócie scharakteryzować.

1. *Moja misja* (reż. M. Fajbusiewicz, W. Piasecki, 1996) – jest najważniejszym w tej części twórczości dziełem Michała Fajbusiewicza przy udziale Waldemara Piaseckiego. Z formalno-prawnego punktu widzenia jest to film dokumentalny o długości 74 minut, wyprodukowany dla Programu 1 Telewizji Polskiej. Jego treścią jest przede wszystkim życie i działalność Jana Karskiego³⁴, zaś punktem kulminacyjnym, najdokładniej w filmie przedstawionym, jest jego misja kurierska mająca na celu poinformowanie aliantów zachodnich o zagładzie Żydów. Karski przewiózł dokumentację przygotowaną przez polskich Żydów oraz swoją relację z Getta Warszawskiego i obozu koncentracyjnego w Izbicy. Film przedstawia także fakty biograficzne z powojennego życia profesora w USA: jego pracę wykładowcy na Uniwersytecie w Georgetown, związek z Polą Nireńską-Karską (którą poznał jeszcze przed wojną). Zamyka go sekwencja zdjęć z Jerozolimy, Góry Masada, Bazyliki Narodzenia Pańskiego, w Alei Sprawiedliwych Wśród Narodów Świata w Instytucie Yad Vashem, wreszcie – w Dolinie Zabitych Wspólnot.

Narracja w filmie prowadzona jest dwojako: z jednej strony przez lektora z offu (Tomasza Boruszcza)³⁵, z drugiej – przez prof. Karskiego, którego liczne wypowiedzi równoważą narrację lektorską, dynamizują tekst (Karski był bowiem znakomitym mówcą). Jest to szczególnie istotne z uwagi na fakt, że *Moja misja* jest jedynym filmem polskim powstałym za życia profesora i przy jego wydatnym udziale. Narrację uzupełniają wypowiedzi licznych polityków, świadków historii, historyków, osób związanych z Karskim, wreszcie ocalałych z zagłady Żydów. Od strony pozawerbalnej zwracają uwagę liczne plenery krajów, w których Michał Fajbusiewicz realizował film, archiwalne zdjęcia, nagrania z licznych instytucji (muzea, Yad Vashem, Bazylika Narodzenia Pańskiego; w Łodzi lokalizacje związane z dzieciństwem i młodością profesora, a także Cmentarz Żydowski). Wielość zdjęć i odwiedzonych miejsc nadaje przekazowi atrakcyjności i plastyczności.

zostać skasowana, ustępując miejsca innym roboczym nagraniom (kasety robocze były wielokrotnie nagrywane).

³⁴ Z urodzenia: Jana Kozińskiego (nazwisko „Karski” było pseudonimem, profesor po wojnie przyjął je na stałe).

³⁵ Tekst redagowali wspólnie Michał Fajbusiewicz i Waldemar Piasecki.

Autorzy filmu – Michał Fajbusiewicz i Waldemar Piasecki – nie ujawniają się; ich obecność manifestuje się jedynie w tekście lektorskim. Ich występowanie i rolę w filmie zdradzają dopiero zachowane kasety z surowym materiałem. Oprawę muzyczną – w postaci różnorodnej, dopasowanej stylistycznie i gatunkowo muzyki – przygotowała Jolanta Grzybowska³⁶.

Moja misja (reż. M. Fajbusiewicz, W. Piasecki, 1996) – jest najważniejszym w tej części twórczości dziełem Michała Fajbusiewicza przy udziale Waldemara Piaseckiego. Z formalno-prawnego punktu widzenia jest to film dokumentalny o długości 74 minut, wyprodukowany dla Programu 1 Telewizji Polskiej. Jego treścią jest przede wszystkim życie i działalność Jana Karskiego, zaś punktem kulminacyjnym, najdokładniej w filmie przedstawionym, jest jego misja kurierska mająca na celu poinformowanie aliantów zachodnich o zagładzie Żydów.

Moja misja jest najbardziej znanym – poza „997” – dziełem Michała Fajbusiewicza, do dziś nietracącym na znaczeniu. Dzięki temu dokumentowi udało się przywrócić postać i rolę Jana Karskiego świadomości polskich odbiorców. W konsekwencji Karski ponownie zaistniał w polskiej przestrzeni medialnej i politycznej (o czym świadczy m. in. przyznanie mu tytułu Honorowego Obywatela Miasta Łodzi), a także w łódzkiej przestrzeni miejskiej: M. Fajbusiewicz doprowadził do

³⁶ Retoryczną analizę filmu dokumentalnego *Moja misja* Czytelnik znajdzie tutaj: K. Grzegorzewski, *Od pomysłu do realizacji. Retoryczna analiza filmu dokumentalnego w reżyserii Michała Fajbusiewicza i Waldemara Piaseckiego pt. Moja misja*, [w:] A. Barańska-Szmitko (red.), *Metody badania komunikacji i mediów*, Łódź 2021, s. 68–89.

nazwania jednej z ulic w Łodzi imieniem Karskiego (obecnie jest to jedna z ulic wokół łódzkiej Manufaktury), a także zaaranżowanie gabinetu profesora w Muzeum Miasta Łodzi. Muzeum przygotowało nawet projekt o charakterze edukacyjnym w postaci DVD-romu *Jan Karski – powrót bohatera*, zawierający cztery dziesięciominutowe reportaże zrealizowane przez Fajbusiewicza³⁷.

2. *Profesor Jan Karski* (1996) – jest to reportaż przygotowany na antenę TVP3 Łódź o długości 30 minut, będący w istocie skrótem filmu dokumentalnego *Moja misja*. Od strony konstrukcyjnej jest znacznie prostszy: autor zrezygnował ze ścieżki lektorskiej i wypowiedzi innych osób, ograniczając się wyłącznie do wypowiedzi profesora. Oprawa muzyczna jest już skromniejsza, choć uważny telewidz rozpozna motywy muzyczne wykorzystane już wcześniej w *Mojej misji*. Biografia profesora została tu znacznie skrócona (choć są w niej obecne wątki dzieciństwa i młodości w Łodzi) i sprowadzona przede wszystkim do jego roli w podziemiu w czasie wojny, w szczególności jego misji kurierskiej. Skrótowno zostały przywołane także elementy biografii z czasów powojennych – głównie kariera uniwersytecka.

Telewidzowi, który oglądał już wcześniej *Moją misję*, reportaż nie wniósłby nowej wiedzy, niemniej dobrze się mieścił w ramówce pasma lokalnego TVP Łódź. Widzowie telewizji lokalnej są przyzwyczajeni do krótkich form, zaś sama ramówka ma strukturę mozaikową³⁸. Odbiorca, który po raz pierwszy zetknął się z postacią Jana Karskiego, trafił na krótki, esencjonalny reportaż (dynamicznie montowany i – podobnie jak *Moja Misja*, ilustrowany muzycznie przez Jolantę Grzybowską), który mógł zainspirować go do dalszych poszukiwań, zainteresować życiorysem i historyczną misją profesora.

3. *Prof. Jan Karski w Łodzi* (1996) – jest to reportaż telewizyjny o długości ok. 30 minut, wyprodukowany na potrzeby anteny lokalnej TVP Łódź. Stanowi relację reporterską z pierwszej po wielu latach wizyty Jana Karskiego w rodzinnym mieście. Reportaż otwiera sekwencja zdjęć z wnętrza samolotu, którym Karski

³⁷ Omawiany projekt ma charakter edukacyjny i nie był przeznaczony do emisji w telewizji (zgodnie z definicją reportażu i filmu dokumentalnego), stąd też jest w niniejszym opracowaniu jedynie wspomniany. Zawiera m. in. niewykorzystane wcześniej fragmenty materiałów zarejestrowanych w 2000 r. podczas ostatniej wizyty profesora w Łodzi.

³⁸ Zob. K. Grzegorzewski, *Rola i charakter publicystyki w paśmie regionalnym TVP na przykładzie analizy wybranych przekazów publicystycznych TVP Łódź*, „Folia Litteraria Polonica” 2014, nr 1(23), s. 151–166.

przyleciał do Łodzi i jego lądowania. M. Fajbusiewicz z ekipą telewizyjną towarzyszy profesorowi w miejscach związanych z jego dzieciństwem i młodością oraz licznymi wizytami w łódzkich instytucjach. Profesor gościł kolejno:

- u prezydenta miasta, Marka Czekalskiego;
- w Telewizji Polskiej w Łodzi;
- na koncercie Kantora Josepha Malovanego w Filharmonii Łódzkiej (gdzie był honorowym gościem);
- na spotkaniu z ambasadorem Izraela Gersonem Zoharem;
- w siedzibie „Dziennika Łódzkiego”;
- w Gminie Wyznania Żydowskiego w Łodzi (także w synagodze);
- na Cmentarzu Żydowskim;
- na spotkaniu z prezesem Telewizji Polskiej w Łodzi Ryszardem Miazkiem;
- na uroczystym posiedzeniu Senatu Uniwersytetu Łódzkiego, gdzie nadano mu tytuł doktora honoris causa UŁ (promotorem był prof. Paweł Samuś);
- w Galerii Artura Rubinsteina w Muzeum Miasta Łodzi;
- na wręczeniu medali Sprawiedliwym Wśród Narodów Świata;
- na seminarium w Instytucie Europejskim w Łodzi;
- na promocji książki współautorstwa Stanisława Jankowskiego (o profesorze) w księgarni „Niezależna”;
- ponownie w Telewizji Polskiej w Łodzi, na nagraniu w programie „Godzina Szczerości”³⁹.

Nieliczne tylko fragmenty zostały wykorzystane w *Mojej misji* (jak np. rozmowa z ocalałą z Holocaustu polską Żydówką na Cmentarzu Żydowskim) – w przeważającej większości autor skonstruował reportaż z niepublikowanych na antenie ogólnopolskiej zdjęć. Jan Karski dzielił się wspomnieniami z czasów wojny, oceną sytuacji geopolitycznej Polski czasów wojny i roli, polityków polskich na emigracji. Odnosił się do czasów PRL, diagnozował również współczesną reportażowi sytuację polityczną w kraju. Reportaż ten – poza tym, że oferował wiele nowych, ciekawych treści – mógłby być dziś (razem z zachowanymi na roboczych kasetach nagraniami) przyczynkiem do badań nad myślą polityczną profesora.

Centralną postacią w reportażu jest Jan Karski – choć w obiektywie widać niekiedy towarzyszącego profesorowi Waldemara Piaseckiego i autora reportażu,

³⁹ Chodzi o cykliczny program autorstwa Krzysztofa Turowskiego, będący wywiadem telewizyjnym.

Michała Fajbusiewicza. Wykorzystano także bardzo krótki – jakże ocieplający wizerunek profesora – fragment wywiadu, który prowadził z nim M. Fajbusiewicz w „Rozmowie Łódzkich Wiadomości Dnia”: profesor śpiewał wtedy fragment piosenki z lat młodości⁴⁰. Poza tym jednak autor reportażu nie manifestuje swojej obecności; nie ma także tekstu lektorskiego ani jakiegokolwiek odautorowanego komentarza. Reportaż jest więc relacją i kwalifikuje się do form rejestracyjnych. Na oprawę muzyczną – przygotowaną przez Jolantę Grzybowską – składa się muzyka kameralna (głównie skrzypce i fortepian w prezentacji wątków żydowskich) i dyskretna muzyka elektroniczna.

4. *Rozmowa o Polsce* (1996) – stanowi skrót zapisu dyskusji prof. Jana Karskiego z redaktorem paryskiej „Kultury” Jerzym Giedroyciem. Jak wyjaśnia na wstępie Michał Fajbusiewicz, dyskusja trwała blisko trzy godziny; widzom zaproponowano wersję 60-minutową na antenę ogólnopolską oraz 40-minutową na antenę lokalną.

Rozmowa o Polsce – choć nie jest reportażem ani filmem dokumentalnym – przedstawia wyjątkową wartość dokumentalną. Jan Karski i Jerzy Giedroyc korespondowali ze sobą przez blisko 50 lat, nigdy jednak do chwili nagrania nie spotkali się osobiście. Michałowi Fajbusiewiczowi i Waldemarowi Piaseckiemu udało się zaaranżować spotkanie obu wybitnych Polaków w siedzibie Instytutu Literatury w Maisons-Lafitte pod Paryżem. Rejestrację poprzedza tekst lektorski, odczytywany przez Michała Fajbusiewicza, który charakteryzuje obu rozmówców. Dyskusję podzielono na siedem części:

- „skazani na historię”;
- „świat PRL-u”;
- „Trzecia Rzeczpospolita”;
- „Kościół w Polsce”;
- „Polacy i Żydzi”;
- „Widok na zachód”;
- „Co dalej?”.

Rozmówcy siedzieli w jednym z gabinetów Instytutu – jasnej przestrzeni (dominacja koloru żółtego w kremowych odcieniach) przypominającej nieco

⁴⁰ Niestety zapis tej rozmowy nie znajduje się w posiadaniu red. Fajbusiewicza ani autora niniejszego opracowania. Chodziło o kilkunastominutowy wywiad telewizyjny na żywo. Gatunek ten scharakteryzowała dokładniej Barbara Sobczak. Por. B. Sobczak, *Wywiad telewizyjny na żywo. Charakterystyka gatunku*, Poznań 2006.

biuro, dobrze oświetlonej, umeblowanej regałami z książkami i czasopismami, przy dużym, przeszkłonym stole. Wśród nielicznych na nim przedmiotów (jak kalendarz, przybory do pisania, okulary, etc.) uwagę widza zwracają przede wszystkim paczki papierosów i popielniczki – ma się wrażenie, że obaj rozmówcy niemal bez przerwy palili. Przestrzeń charakteryzuje lekki, „intelektualny” nieład. Książki, czasopisma czy kasety wideo z dokumentacją leżą nieco bezładnie w różnych miejscach: na parapecie nad nieoślonionym kaloryferem, pod oknami, pod witrażem, w regałach. Intelktualno-twórczego charakteru miejsca dopełniają nieliczne artystyczne drobiazgi (małe obrazki, miniaturki), pojedyncze rośliny doniczkowe, wazon, stara maszyna do pisania. Sceneria rozmowy sprawia naturalne wrażenie: nie odczuwa się dysonansu między werbalnym i pozawerbalnym przekazem, co warto odnotować mimo faktu, że dla realizatorów programu była to przestrzeń zastana. Operatorzy często jednak szukają w obiektach pomieszczeń, które możliwie najlepiej się nadają z punktu widzenia planu zdjęciowego i starają się w ramach istniejących w danej przestrzeni możliwości zaaranżować ten plan⁴¹. Zdjęcia realizowali Adam Kaczanowski i Ryszard Gibki (realizujący również dźwięk). Oprawą muzyczną – podniosłą, zarazem sentymentalną muzyką z udziałem fortepianu i instrumentów smyczkowych na wstępie i w przerwaniach – zajęła się Jolanta Grzybowska.

Z genologicznego punktu widzenia *Rozmowa o Polsce* jest rejestracją telewizyjną. Aranżujący ją Fajbusiewicz i Piasecki w żaden sposób w niej nie uczestniczą, nie prowadzą jej przebiegu, nie moderują. W pojedynczych ujęciach widać siedzących ich po drugiej stronie stołu i słuchających w skupieniu. W dzisiejszych przekazach telewizyjnych jest to już forma praktycznie niespotykana – zapewne z uwagi na jej dość statyczny charakter. Dla zainteresowanych historią Polski stanowi jednak cenne źródło informacji i opinii, wygłaszanych przez wybitnych świadków historii.

ZAKOŃCZENIE

Jan Karski jest dziś już postacią obecną w polskiej przestrzeni medialnej. Istnieje literatura w języku polskim, zarówno autorstwa samego profesora, jak również

⁴¹ Wynika to także z obserwacji własnych autora opracowania, który – jako komentator – gościł także w prywatnym mieszkaniu dziennikarzysty z kamerą.

biografów i historyków (z monumentalną biografią pióra Waldemara Piaseckiego na czele). Istnieją także inne przekazy medialne – jak choćby film dokumentalny *Karski i władcy ludzkości* autorstwa Sławomira Grunberga (2015 r.) – są one jednak wtórne w stosunku do dokumentów filmowych zrealizowanych przez Michała Fajbusiewicza. Prekursorski charakter tej twórczości nie ulega wątpliwości. Niezaprzeczalnym jej atutem jest fakt, że powstała ona za życia i z udziałem profesora, z którym zresztą autor zdążył się zaprzyjaźnić. W opracowaniu wielokrotnie zwracałem uwagę na niebagatelną rolę sekretarza profesora, Waldemara Piaseckiego (można by ją określić wręcz jako *spiritus movens*), jednak to Fajbusiewicz przełożył życiorys i dokonania Karskiego na język reportażu i dokumentu telewizyjnego, opowiadając jego historię w sposób przystępny dla milionów widzów.

Jan Karski jest dziś już postacią obecną
w polskiej przestrzeni medialnej.
Istnieje literatura w języku polskim,
zarówno autorstwa samego profesora,
jak również biografów i historyków
(z monumentalną biografią pióra
Waldemara Piaseckiego na czele).

Osobną, nierozpoznaną jeszcze jednostką materiałową są wspomniane wcześniej, zachowane kasety zawierające surowy materiał telewizyjny z udziałem profesora oraz bogata dokumentacja tekstowo-fotograficzna. Są one cenne choćby ze względu na możliwość prześledzenia i scharakteryzowania etapów powstania reportażu i filmów dokumentalnych; pozwalają obserwować technikę rejestracji zdjęć, sposób pracy operatorów, ale także warsztat samego dziennikarza. Stanowią materiał wyjściowy do oceny poszczególnych retorycznych etapów tworzenia dzieła telewizyjnego, zwłaszcza *inventio* i *dispositio*. Wszakże z uwagi na fakt, że autor większości tych materiałów nie wykorzystał, warto na nie spojrzeć jeszcze z innej perspektywy – unikalnego źródła merytorycznej i audiowizualnej informacji o samym profesorze jako **świadku historii**: o jego

poglądach, ocenach historycznych i politycznych. Jako takie, zasługuje ono na odrębne opracowanie.

BIBLIOGRAFIA

- Fajbusiewicz M., Omilianowicz M., *Fajbus. 997 przypadków z życia*, Warszawa 2019.
- Fiołek-Lubczyńska B., *Retoryczna perspektywa badawcza reportażu telewizyjnego – uwagi teoretyczne*, [w:] A. Barańska-Szmitko (red.), *Metody badania komunikacji i mediów*, Łódź 2021, s. 55–67.
- Grzegorzewski K., *Homo rhetoricus w telewizyjnym dziennikarstwie politycznym (programy z lat 2005–2007)*, Łódź 2014.
- Grzegorzewski K., *Od pomysłu do realizacji. Retoryczna analiza filmu dokumentalnego w reżyserii Michała Fajbusiewicza i Waldemara Piaseckiego pt. Moja misja*, [w:] A. Barańska-Szmitko (red.), *Metody badania komunikacji i mediów*, Łódź 2021, s. 68–89.
- Grzegorzewski K., *Rola i charakter publicystyki w paśmie regionalnym TVP na przykładzie analizy wybranych przekazów publicystycznych TVP Łódź*, „Folia Litteraria Polonica” 2014, nr 1(23), s. 151–166.
- Jazdoń M., *Reportaż a film dokumentalny*, „Magazyn Filmowy. SFP”, nr 6, https://www.sfp.org.pl/_vault/_files/2017/jazdon_skrot.pdf [dostęp: 13 IV 2022].
- Karski J., *Tajna dyplomacja Churchilla i Roosevelta w sprawie Polski: 1940–1945*, Lublin 1995.
- Karski J., *Tajne państwo: opowieść o polskim Podziemiu*, przeł. Waldemar Piasecki, Warszawa 1999.
- Karski J., *Wielkie mocarstwa wobec Polski: 1919–1945 od Wersalu do Jałty*, Warszawa 1992.
- Korczak J., *Misja ostatniej nadziei*, Warszawa 1992.
- Lichański J. Z., *Retoryka a/i media: próba określenia pól wspólnych*, [w:] B. Bogolebska, M. Worsowicz (red.), *Styl – dyskurs – media*, Łódź 2010, s. 383–396.
- Nurczyńska-Fidelska E., *Rodzaje i gatunki filmowe*, [w:] B. W. Lewicki (red.), *Kino i telewizja*, Warszawa 1984, s. 128–149.
- Perelman Ch., *Imperium retoryki. Retoryka i argumentacja*, przeł. M. Chomicz, Warszawa 2004.
- Piasecki W., *Jan Karski. Jedno życie*, t. I, Kraków 2015; t. II, Kraków 2017.
- Salski M., *Telewizyjny dokument filmowy*, Szczecin 2019.
- Sobczak B., *Wywiad telewizyjny na żywo. Charakterystyka gatunku*, Poznań 2006.
- Stradomski W., *Reportaż telewizyjny*, Warszawa 1969.
- Uszyński J., *Telewizyjny pejzaż genologiczny*, Warszawa 2004, s. 46–55.

Biogram

Dr Krzysztof Grzegorzewski – jest wykładowcą w Katedrze Dziennikarstwa i Komunikacji Społecznej na Uniwersytecie Łódzkim; współpracuje także z Akademią Muzyczną im. Kiejstuta i Grażyny Bacewiczów w Łodzi. Ukończył filologię polską ze specjalnością dziennikarską na UŁ. Interesuje się retoryką dziennikarską, dziennikarstwem telewizyjnym i politycznym; jego ostatnie badania są skoncentrowane na twórczości telewizyjnej Michała Fajbusiewicza. W przeszłości był prezenterem radiowym; obecnie jest lektorem reklam, spotów i audiobooków. Komentuje wydarzenia polityczne i medialne na antenach radiowych i telewizyjnych (m. in. Radio Zet, Radio Tok FM, TVN24).
ORCID 0000-0001-6862-1290

Janusz Łastowiecki

Uniwersytet Zielonogórski

**„Tereny zastrzeżone dla poezji”, czyli oryginalne
słuchowiska poetyckie i ich obecność w radiu
(próba definicji, przykłady wybranych realizacji
tego nurtu)**

**“Areas restricted to poetry”, that is original poetic radio
dramas and their presence on the radio
(attempt at definition, examples of select productions)**

ABSTRAKT

W tekście wydzielono z formuły słuchowiska poetyckiego utwory foniczne, które zostały napisane specjalnie z myślą o medium radiowym. Zaproponowana tu definicja podgatunku radiowego czerpie zarówno z propozycji teatrologicznych, jak i językoznawczych. Z uwzględnieniem zmian ramówkowych w Polskim Radiu, omówione zostały tu słuchowiska poetyckie ważniejszych autorów radiowych z ostatnich kilkudziesięciu lat.

SŁOWA KLUCZOWE:

oryginalne słuchowisko poetyckie, słuchowisko radiowe, dramaturgia radiowa, radio artystyczne, fabuła wewnętrzna

ABSTRACT

In the text the audio compositions made specifically for the radio have been separated from the radio drama format. A proposed definition of a radio sub genre draws from theater propositions, as well as linguistic. Taking into consideration the schedule changes at the Polish Radio, the text discusses the poetic radio dramas of the most important radio authors from the last few decades.

KEYWORDS:

original poetic radio drama, radio drama, radio dramaturgy, artistic radio, inner plot

jesteś tam?
 słyszysz mnie?
 czy możesz się zatrzymać teraz, w tym momencie?
 postaraj się o niczym nie myśleć,
 jakby świat zawieszał swoje nieskończone trwanie
 gdy zamkniesz oczy, usłyszysz każdy szmer, szelest,
 dalekie echo zagubionego ptaka, powolne oddechy śpiących snem
 wiecznym ludzi i zwierząt
 nie, nie, nie patrz, zostań w ciemności
 tego nie da się zobaczyć: zmysł wzroku
 zbyt racjonalny i przejrzysty
 może oszukać przyzwyczajony
 do twardych reguł rozum
 gdy dokładne pojęcia
 tracą swoje wymierne granice
 słyszysz?

Powyższe słowa, wypowiedziane przez chór w słuchowisku *Szczegółowa teoria życia i umierania* Michała Zdunika¹, to tylko jedna z milionów kwestii wyrwanych z archiwum głosów Polskiego Radia. Jednak kontekst słuchowiska, typ bohatera i wewnętrzność fabuły każą się zastanowić, czy powyższy cytat pochodzi z czysto dramaturgicznej realizacji fonicznej. Pozwoliłem sobie przekształcić kwestię zapisaną w scenariuszu Zdunika w formę wiersza, by w ten sposób pokazać osobliwość tej wypowiedzi dramatycznej.

Oryginalne słuchowisko poetyckie, bo o tym konkretnym typie dramaturgii radiowej mowa, nie jest najpopularniejszą formułą realizowaną w radiu artystycznym. W obronie tej właśnie konwencji teatru radiowego wypowiedziała się czterdzieści lat temu Sława Bardijewska w zaproponowanej przez siebie definicji słuchowiska. Badaczka kazała widzieć (a właściwie słyszeć) w słuchowisku utwór, który „pozornie daleki od poezji, chętnie wkracza na tereny dla niej zastrzeżone”². W niniejszym tekście postaram się zdefiniować na nowo słuchowisko poetyckie i zastanowić się nad funkcjami pełnionymi przez osobliwy typ postaci fonicznej, jakim jest bohater poetycki. Postaram się również prześledzić wybrane

¹ M. Zdunik, *Szczegółowa teoria życia i umierania*, reż. M. Zdunik, premiera: I Program Polskiego Radia, 2.09.2018, 44’.

² S. Bardijewska, *Muza bez legendy. Szkice o polskiej dramaturgii radiowej*, Warszawa 1978, s. 7.

przykłady bohaterów poetyckich z bogatej kolekcji archiwalnej Polskiego Radia, jak i wskazać najnowszych kontynuatorów tego nurtu.

POETYCKOŚĆ REFLEKSJI RADIOZNAWCZEJ A REFLEKSJA NAD SŁUCHOWISKIEM POETYCKIM

Śledząc pierwsze rozprawki, artykuły i teksty krytyczne dotyczące słuchowiska, można odnieść wrażenie, że to, co badacze i krytycy radia pisali na temat słuchowiska, jest w istocie zapisem wrażenia poetyckiego. Wystarczy przywołać tu wiersz Bertolda Brechta poświęcony radiu:

przy legowisku moim dla udręki
ostatnia rzecz w nocy, pierwsza o poranku
słucham o zwycięstwach ich i o trudach moich
przyrzeknij, że nigdy nagle nie zamilknieś³

Z kolei polskie myśli radioznawcze w okresie międzywojennym były przepełnione stylistyką przypominającą swoiste traktaty poetyckie. Przyjrzyjmy się krótkiej eksplikacji z rozprawki Zenona Kosidowskiego.

Niewątpliwie dusza otaczającego nas świata ukrywa tajemnicę i niespodzianki, które dotąd uchodziły naszej uwadze. Słuchowisko może je wyłowić i ująć w karby artystycznego ładu. W ten sposób zrozumiemy wymowę dźwięku, odczujemy jego piękno i nauczymy się cenić jako nowo pozyskany dla naszych doznań fenomen świata⁴.

Krystyna Laskowicz, charakteryzując pierwszą estetykę sztuki radiowej, pisała o „orientacji poetyckiej”, zwracając uwagę na silną warstwę emocjonalnych opisów Zenona Kosidowskiego czy Jana Ulatowskiego⁵. Można przypuszczać, że używane przez ówczesnych badaczy do objaśnienia poszczególnych właściwości gatunkowych słuchowiska porównania i metafory wynikały w znacznej mierze z olśnienia nowością przekazu audialnego.

³ Wiersz przełożył na język polski Jerzy Tuszewski. Zob. J. Tuszewski, *Paradoks o słowie i dźwięku*, Toruń 2005, s. 3.

⁴ Z. Kosidowski, *Artystyczne słuchowiska radiowe*, Poznań 1928, s. 36–37.

⁵ K. Laskowicz, *Orientacja poetycka w pierwszych estetykach sztuki radiowej*, „Pamiętnik Literacki” 1977, nr 68, s. 141.

Przywołane tu pierwsze głosy estetyczne nie mogą stanowić podstawy do definiowania słuchowiska poetyckiego A.D. 2022. Chciałem je przypomnieć tylko po to, by uświadomić czytelnika, jak poetyckość towarzyszyła początkom recepcji radia artystycznego⁶. Nie ma żadnej tajemnicy w tym, że poezja stanowiła klucz do opisanego fascynacji „niewidzialnością” słuchowiska. Słuchacz zostawiony sam ze słowami, bez wizualizacji i dopowiedzeń, bez rozbudowanej jeszcze wtedy warstwy akustycznej (często te słuchowiska miały charakter ascetyczny) szukał takich właśnie skojarzeń – wrażeniowych, opartych na niejednoznaczności i symbolice. Słowo było schronieniem odbiorcy, ale i wielkim wyzwaniem intelektualnym. Napięcie obecne podczas słuchania poetyckiej dramaturgii przejawia się zupełnie inaczej, niż w trakcie czytania wersji papierowej; wymaga od odbierającego natężenia, wyczulenia na półtony. Słowa w radiu bardzo szybko znikają, by ustąpić miejsca nowym. Słuchacz, do którego te słowa trafiają, musi je zarejestrować niczym mentalny magnetofon. To trudne zadanie estetyczne – tak samo jak wyzwaniem jest opis tego podgatunku.

Napięcie obecne podczas słuchania poetyckiej dramaturgii przejawia się zupełnie inaczej niż w swojej wersji papierowej, wymaga od odbierającego natężenia, wyczulenia na półtony. Słowa w radiu bardzo szybko znikają, by ustąpić miejsca nowym.

We współczesnej refleksji medioznawczej namysł nad słuchowiskiem poetyckim do niedawna był właściwie niewidoczny. Znaleźć można było o nim jedynie kilka zdań w ramach szerszych wypowiedzi na temat właściwości gatunkowych słuchowiska oryginalnego. W 1956 roku osobny podrozdział poświęcony słuchowisku poetyckiemu w swojej książce poświęcił Józef Mayen⁷. Była to jednak

⁶ Pisałem o tym dokładniej w tekście poświęconym zjawisku „poematów o radiu”. Zob. J. Łastowiecki, *Jak opisywać słuchowisko radiowe? Od refleksji międzywojennej do najnowszych ujęć badawczych*, „Media-Kultura-Komunikacja Społeczna” 2016, nr 12, s. 11–24.

⁷ J. Mayen, *Radio a literatura*, Warszawa 1965, s. 177–183.

próba analizy słuchowiska będącego montażem poetyckim wierszy Sławomira Kryski. Znacznie pełniej wyselekcjonował słuchowiska poetyckie w swoich badaniach Zbigniew Jarzębowski, zwracając uwagę na kategorię jednogłosowości i wielogłosowości w słuchowiskach poetyckich⁸. W obu przypadkach jednak opis dotyczy utworów, które są adaptacjami poezji. Rok temu Joanna Bachura-Wojtasik wraz z Elizą Matusiak, analizując adaptacje poetyckie w reżyserii Janusza Kukuły, zastanowiły się nad genotypem i fenotypem słuchowiska poetyckiego. Bardzo ważna jest zaproponowana przez badaczki koncepcja „fabuły wewnętrznej”⁹. Badaczki piszą o niej, że jest „kategorią wykraczającą poza tematykę opowieści. Pozostaje od niej niezależna, tematyka utworu nie stanowi jej immanentnego składnika”¹⁰. Najważniejszy jednak impuls do badań nad słuchowiskami poetyckimi dała na przestrzeni ostatnich kilkudziesięciu lat Bardijewska, przytoczona w akapicie wstępnym. To jej sposób rozumienia warstwy poetyckiej słuchowiska jest dla mnie inspiracją do poszukiwań najnowszych przejawów istnienia poetyckiej dramaturgii radiowej.

CZYM JEST SŁUCHOWISKO POETYCKIE?

W kontekście poniższych rozpoznań ważny jest problem obecności słuchowiska poetyckiego w ramówce radiowej. Jak się okazuje, obecność ta rzutuje ona tylko na liczbę tego typu produkcji obecnych w przestrzeni radia. Ma ona także przełożenie na jakość słuchowisk. Porównanie obecności słuchowiska poetyckiego w najnowszej ramówce radiowej do tej, jaką miało ono jeszcze u schyłku lat 90., wypada na niekorzyść dla czasów obecnych. Dla przykładu w radiowej Dwójce¹¹ słuchowisko poetyckie miało jeszcze na początku XXI wieku audycję pt. *Czwartki poetyckie*,

⁸ Z. Jarzębowski, *Słuchowiska szczecińskiego radia : studia z pogranicza literatury i sztuki radiowej*, Szczecin 2009, s. 150–181.

⁹ J. Bachura-Wojtasik, E. Matusiak, *Dźwiękowa sztuka elitarna. Szkic o słuchowisku poetyckim na podstawie wybranych utworów Janusza Kukuły*, „Media-Kultura-Komunikacja Społeczna” 2020, nr 3, s. 116–117.

¹⁰ Tamże.

¹¹ Stacja ta od początku lat 90., gdy ówczesna dyrektor, Elżbieta Markowska sformułowała nowe założenia programowe, ma największy udział audycji kulturalnych ze wszystkich programów Polskiego Radia. Stosując analizę porównawczą ramówek na przestrzeni lat 1997–2021, jesteśmy w stanie (na bazie audycji tego akurat programu) najpełniej wykazać zmiany programowe w obrębie przemian w słuchowisku współczesnym.

w ramach której nadawano co tydzień audycje przedstawiające sylwetki poetów, montaże poetyckie i oryginalne utwory o tym charakterze, pisane specjalnie z myślą o radiu. Z kolei w ramach piątkowej, również wieczornej audycji pt. *Wieczór ze słuchowiskiem*, nadawano premierowe i powtórkowe słuchowiska oryginalne z dużym naciskiem na dramaturgię o charakterze poetyckim. Wydzielenie tych dwóch bloków pomogło zaistnieć temu podgatunkowi, a tacy autorzy jak Alicja Bykowska-Salczyńska, Władysław Terlecki, Jerzy Górzeński, Henryk Bardijewski, Feliks Netz, Jerzy Fąfara czy Andrzej Turczyński stali się reprezentantami idei słuchowiska łączącego zamysł dramaturgiczny i poetycki¹². Od 2010 roku nie ma już w ramówce podziału na czwartkowy blok poetycki i piątkowy – zorientowany na oryginalne słuchowisko. Ten fakt wpłynął na losy podgatunku, ponieważ od tego czasu nastąpiła wyraźna regresja obecności oryginalnej dramaturgii poetyckiej w radiu. To Program I Polskiego Radia, zorientowany wcześniej na mainstreamowego słuchacza, stał się głównym dostawcą tego typu utworów (z bezwzględną większością adaptacji poezji). Doszła do tego zauważalna obecność słuchowisk realizowanych poza rozgłośniami radiowymi, które kładąc nacisk na warstwę dźwiękową i muzyczną, stanowią zapis twórczości radiowej o charakterze poetyckim.

Według mnie oryginalne słuchowisko poetyckie to utwór autorski, napisany specjalnie z myślą o realizacji w medium radiowym (niebędący kolażem utworów poetyckich napisanych z innym przeznaczeniem), w którym występuje bohater poetycki, a jest nim język.

Lektura audialna słuchowisk poetyckich napisanych dla Polskiego Radia, jak i powstałych prywatnie poza rozgłośniami, umożliwia nowy teoretyczny ogląd tego sektora twórczości fonicznej. Chciałbym w tym miejscu wydzielić pojęcie oryginalnego i adaptacyjnego utworu radiowego o charakterze poetyckim.

¹² Warto zaznaczyć, że wymienieni Feliks Netz i Jerzy Fąfara współtworzyli swój „radio-
wy teatr poezji” w rozgłośniach regionalnych, gdzie zaczynała się ich droga radiowa. Słuchowiska Netza wyrastały z tradycji Radia Katowice, a Jerzego Fąfary z Radia Rzeszów.

Wkładanie do jednego zbioru tych odmiennych formalnie organizmów dźwiękowych, a co za tym idzie, innych sposobów pracy nad utworem radiowym, będzie wprowadzać coraz większy chaos w teoretycznym namyśle nad dystynktywnymi cechami tych podgatunków. Chciałbym zaznaczyć, że zaproponowaną definicję opieram na literackiej, a nie teatralnej (reżyserskiej) teorii dramatu¹³. Wybór tej teorii powinien wprowadzić porządek w obrębie klasyfikacji poszczególnych słuchowisk do danego podgatunku. Reżyserska teoria dramatu, obecna również w Teatrze Polskiego Radia, mogłaby wprowadzić niepotrzebny chaos, niwelując ważny podział na oryginalny i adaptacyjny typ twórczości. Istotne jest bowiem zachowanie klasycznego procesu powstawania słuchowiska, gdzie pierwszą i kluczową funkcję pełni autor podstawy literackiej. Oczywistym kontekstem jest również funkcja poetycka i jej rola w świetle schematu komunikacyjnego Romana Jakobsona¹⁴. Według mnie **oryginalne słuchowisko poetyckie** to utwór autorski, napisany specjalnie z myślą o realizacji w medium radiowym (niebędący kolażem utworów poetyckich napisanych z innym przeznaczeniem), w którym występuje **bohater** poetycki, a jest nim język. To język skupia na sobie uwagę i on pełni rolę postaci wiodącej takiego utworu. Obecność tego bohatera nie jest zawsze umowna, bywa zaangażowana w fabularną i foniczną strukturę utworu radiowego. Rolę takiego bohatera może pełnić zarówno **postać odgrywana przez aktora** (opcja logocentryczna), jak i **specyficznie zorganizowana warstwa dźwiękowa lub muzyczna** (opcja fonocentryczna). Tak się składa, że najczęściej przedstawicielami logocentrycznej opcji są autorzy tworzący dla Polskiego Radia. Fonocentryków znajdziemy znacznie częściej wśród twórców realizujących swoje słuchowiska prywatnie, poza medium misyjnym¹⁵. Ten podział nie dziwi, tym bardziej, że przeważająca liczba słuchaczy Polskiego Radia to odbiorcy poszukujący klasycznych

¹³ Zob. J. Ziomek, *Semiotyczne problemy sztuki teatru*, „Teksty: teoria literatury, krytyka, interpretacja” 1976, nr 2, s. 14–17.

¹⁴ Zob. R. Jakobson, *Poetyka w świetle językoznawstwa*, „Pamiętnik Literacki” 1960, z. 2, s. 440–441.

¹⁵ W latach 2017–18 w ramach Sceny Teatralnej Trójki realizowany był cykl słuchowisk eksperymentalnych sygnowany jako *Studio Teatralnych Form Eksperymentalnych im. Eugeniusza Rudnika*. Nie zyskał on jednak popularności wśród słuchaczy i został przeniesiony do działań offowych, poza medium misyjnym. Niepowodzenia tego typu pomysłów przekuwają się w nowe wydawnictwa fonograficzne, a także dostępne w internecie w formie streamingowej. Trudno jednak mówić tutaj o czystej formie słuchowskowej. To często utwory synkretyczne, bazujące na poetyce eseju radiowego, montażu poetyckiego, kolażu i dokumentu.

realizacji. Słuchacze wydawnictw fonograficznych z kręgu niezależnego to często osoby, dla których warstwa muzyczna i poszukiwania formalne mają dużo większe znaczenie.

RADIO-BOHATER I BOHATER POETYCKI. PRZEGLĄD WYBRANYCH POMYSŁÓW REALIZACYJNYCH

Tak się składa, że w czasach, kiedy istniał ramówkowy podział na *Czwartki poetyckie* i *Wieczór ze słuchowiskiem*, ukształtowała się niepisana szkoła oryginalnej dramaturgii poetyckiej. Wszystko, co proponowali twórcy dramaturgii radiowej tego okresu, nawiązywało do poetyckich dokonań z czasu tzw. Polskiej Szkoły Słuchowiska (myślę tu głównie o utworach Zbigniewa Herberta, Kazimierza Orłowskiego, Władysława Odojewskiego czy Terleckiego). Chciałbym się w tym miejscu odwołać do jednego z najbardziej poszukujących przykładów obecności słuchowisk poetyckich na antenie. Przywołam tu przykład opery radiowej pt. *Inge Bartsch*¹⁶, zrealizowanej w 1964 roku przez Zbigniewa Kopalkę. Co prawda w świetle zaproponowanej powyżej definicji nie jest to oryginalne słuchowisko, bo oparte jednak na poemacie Konstantego Ildefonsa Gałczyńskiego. Niemniej zastosowane przez adaptatora i reżysera Kopalkę zabiegi stanowią zupełne prekursorstwo dla całej historii oryginalnych realizacji poetyckiego nurtu w radiu¹⁷. To muzyka Augustyna Blocha w opracowaniu jazzowym Henryka Czyżyńskiego pełni w tej realizacji rolę bohatera poetyckiego. Tajemnicza postać Inge, nad której genezą trudzą się od dziesiątek lat literaturoznawcy, została tu urealniona poprzez głos i poszukiwania formalne, nowatorskie jak na ówczesne czasy. *Inge Bartsch* zyskuje tutaj kilka dodatkowych wymiarów. Mamy chór, kobiecy głos Aleksandry Ślaskiej i muzykę z wokalem Krystyny Szostek-Radkowej. Co ważne, w kilku miejscach tekst podstawy literackiej ginie w dźwiękach, tak jakby atmosfera i tajemnicza postać Inge były ważniejsze niż to, jak napisał o niej poeta. W tym właśnie zabiegu uobecnia się bohater radiowy, ujawniając foniczną realizację myśli Bardijewskiej o „terenach dla poezji zastrzeżonej”. Być może „tereny zastrzeżone” dla poezji w przypadku realizacji Kopalki mieszczą się w zabiegu częściowego zanegowania

¹⁶ K. I. Gałczyński, *Inge Bartsch*, reż. Z. Kopalko, Polskie Radio 1964.

¹⁷ Idzie za tym zdaniem fakt, że Kopalko słynął z bardzo oryginalnych opracowań poezji i prozy dla radia. Muzyczność tych realizacji wpływała w silnym stopniu na wypowiedane słowo. Akcenty muzyki i słowa często rozkładały się w jego adaptacjach po równo.

poezji i przekształcenia jej w muzykę. Dodam, że język oryginału Kopalko w wielu miejscach zamienia się w język niemiecki. Reżyser odchodzi od Gałczyńskiego, by poszukać w tłumaczeniu dodatkowych znaczeń i brzmień. Przykładem niech będzie kompozycja *Der Mond*, będąca rozwinięciem jednego wersu z poematu Gałczyńskiego.

Pamięć poetyckich dokonań Polskiej Szkoły Słuchowiska przejawiała się wyraźniej kilkadziesiąt lat później, w latach 90. i na początku dwutysięcznych. Po pierwsze pojawiło się wówczas znacznie więcej możliwości i czasu emisyjnego dla tego typu produkcji. Po drugie, żyli wtedy jeszcze (lub tworzyli czynnie) autorzy wywodzący się z okresu Szkoły Polskiej. Bohaterowie słuchowisk Górzańskiego, Bykowskiej-Salczyńskiej, Bardijewskiego czy Netza, za pomocą odmiennych poetyk, wyznaczyli fenotyp bohatera poetyckiego dla radia. U Bykowskiej-Salczyńskiej objawiać się to będzie zarówno słowotwórstwem stosowanym przez bohaterki takich utworów jak *Baby pruskie*¹⁸, jak i personifikacją i sposobem mówienia, jaki obserwujemy u głównej postaci słuchowiska z 2005 roku. Nie będzie nadużyciem, jeśli zaliczę utwór *Gdzie jest tani kupiec?* do miana najwybitniejszych osiągnięć w dziedzinie opisywanego przeze mnie podgatunku¹⁹. Wybitność tego tekstu, jak i jego realizacji radiowej, wynika ze sprzęgnięcia zdarzeń fabularnych z poetycką funkcją, jaką obdarzony jest bohater. Wystarczy prześledzić fragment monologu z tego drugiego słuchowiska. Słowotok głównego bohatera uruchamia dramatycznie połączenie pogrzebowych dzwonów z Kościoła i głośniejszej muzyki dochodzącej z jednej kamienicy. To nałożenie na siebie dwóch muzycznych porządków otwiera lawinę zdarzeń, dziejących się zarówno w fabule, jak i w poetyckim monologu. Bohater (tekst) staje się w swojej radiowej kakofonii melodyjny, rytmiczny.

(...) Znowu tir – hałas! Dom się trzęsie! Mieszkanie Babki Gizeli się rozpada! Obraz „Cyganka z tamburinem” – na dywan pizd! Rama z obrazu w gwizd! Coś wypada; skarb? Nie, zdjęcia stare, order; chłam. Wśród pobożowiska gazetka pożółkła „Cholera Zeitung”. I – ooo tak – hakenkreuz. Hakenkreuz Cyganka pod sobą skrywała. Ona na dywanie, on na niej. (...) Tynk leci na Cyganke, co z hakenkreuzem na cycuszkach. Rozpadam się! „Maryjo, Królowo Polskiii”, „Motherfucker! Mother fucker!”. (...) Ooo,

¹⁸ A. Bykowska-Salczyńska, *Baby pruskie*, reż. S. Woroniecki, premiera: II Program Polskiego Radia, 10.01.1997, 42”.

¹⁹ Tekst słuchowiska otrzymał I nagrodę w konkursie zamkniętym ogłoszonym w 2004 roku przez II Program Polskiego Radia i ZAIKS. Sama realizacja z kolei otrzymała nagrodę Grand Prix na VI Festiwalu Dwa Teatry w Sopocie (2006).

ooo! Obraz wspaniały, religijny. Pan Sam – na tronie niebieskim rozsiadł się. Baranka nieżywego udko podgryza: ząbki Pańskie błyszczą jak sztuczne. Rureczką szklaną z Baranka sączy, wysysa. Resztki z runa Baranka – do kawusi pianka. Baranek niezbawiony, za to odkrwawiony, koszerne Baranek? (...) Zamiast Logos – logorrhea. Logorrhea – a a a. Ooo wygryzione do cna! Ooo, ooo – jak czuć. Cno czuć. Ludzkie cno. Pańskie cno! (...) To kobiety na kolana bum i w krzyk: – Masoni! Żydzi! Maryjo Przenajświętsza! Sataniści! Księdza!²⁰

Często w słuchowiskach tego nurtu podmiotem mówiącym jest przedmiot (u Bykowskiej-Salczyńskiej jest to odbiornik radiowy) lub mniej namacalny i wyrażalny empirycznie symbol. Górzański w swoim słuchowisku *Kogut na księżycowej drodze*²¹ powołuje do świata przedstawionego tytułowe zwierzę, które momentami będzie ulegało personifikacji (głosem koguta będzie głos Adama Ferencego), ale obecność swoją objawi również w efektach akustycznych. Autor i reżyser, za pomocą wykorzystanych powiedzeń i śpiewów ludowych, stworzyli poetycki koncert radiowy, w którym muzyka będzie dopowiadać poszczególne stany emocjonalne, którym ulega narrator (grany przez Władysława Kowalskiego). Poetyckość słuchowisk Górzańskiego została wzmocniona aktorstwem Kowalskiego, który od czasu realizacji *Koguta na księżycowej drodze* się radiowym *alter ego* autora. Duża w tym rola reżysera, Jana Warenyci, który spowodował, że Kowalski poprzez uniknięcie emfazy i zastosowaną umowność w świetle fabuły zewnętrznej, naturalnie komunikuje słuchaczowi metaforyczny język Górzańskiego. Podobnie działo się w przypadku *Syreniego śpiewu*²² czy *Parku Aleksandra*²³. Te trzy słuchowiska stanowią rodzaj niepisanej trylogii warszawskiej Górzańskiego z Kowalskim w roli głównej.

W dramatach radiowych Bardijewskiego obecność bohatera poetyckiego jest jeszcze bardziej złożona. Przede wszystkim już same imiona postaci otwierają poetycką perspektywę. Podam dla przykładu kilka z nich: Bals, Mil, Donat, Lazur, Faustyn, Pióro, Puls, Przepych. To nazewnictwo nie jest wyłącznie przejawem

²⁰ A. Bykowska-Salczyńska, *Gdzie jest ten tani kupiec* [54' 26" - 57'07"], reż. W. Modestowicz, premiera: Program II Polskiego Radia, 4.02.2005, 58'54".

²¹ J. Górzański, *Kogut na księżycowej drodze*, reż. J. Warenycia, premiera: II Program Polskiego Radia, 8.11.2002 2002, 46'45".

²² J. Górzański, *Syreni śpiew*, reż. J. Warenycia, premiera: II Program Polskiego Radia, 7.02.2003, 45'56".

²³ J. Górzański, *Park Aleksandra*, reż. W. Modestowicz, premiera: II Program Polskiego Radia, 23.09.2005, 54'30".

wyobraźni i oryginalności scenariuszy Bardijewskiego. Jego słuchowiska to koncepty poetyckie, gdzie znaczenie imienia oznacza charakter postaci, a akcja słuchowiska w konsekwencji okazuje się przypowieścią filozoficzną. Kolejne słuchowiska mają też rozbudowaną stylistykę zapowiedzi. Weźmy dla przykładu *Nieznane światło*²⁴. Utwór zapowiadany jest przez lektora jako „przypowieść radiowa”. Słuchowisko w sposób pragmatyczny wykorzystuje formułę owej przypowieści, by przyciągnąć słuchacza motywem wędrówki (jeden z klasycznych motywów epickich). To jednak to, co mówi Lazur (tak właśnie nazywa się bohater, którego gra Mariusz Benoit), który poszukuje tytułowego „nieznanego światła”, jest główną osią dramaturgii poetyckiej. Jeśli Bardijewska mówi o „terenach dla poezji zastrzeżonych”, to w wypadku tego słuchowiska owe terytoria zastrzeżone będą wyznaczać miejsca, które odwiedza język głównego bohatera. Forma słuchowiska ułożona jest tu linearnie, czego nie można powiedzieć o większości słuchowisk poetyckich; jednak architekturę świata przedstawionego tworzy tu „wewnętrzna” rzeczywistość Lazura, na którą składa się zmetaforyzowany język.

KTO DZISIAJ?

Autorzy, których słuchowiska powyżej przywołałem, to w większości jednak historia. Jerzy Górzeński i Henryk Bardijewski nie żyją. Od 2005 roku nic dla radia nie napisała Alicja Bykowska-Salczyńska. Warto by było się zastanowić, kto teraz – w uszczuplonej wersji ramówki – pisze i realizuje słuchowiska poetyckie. Gdyby dokonać kalkulacji matematycznej, to można obliczyć, że w I Programie Polskiego Radia stosunkowo często realizowane są montaże poetyckie. W 2021 roku przygotowano dla tej stacji adaptacje poezji m.in. Adama Mickiewicza, Marii Pawlikowskiej-Jasnorzewskiej, Krzysztofa Kamila Baczyńskiego, czy Adama Zagajewskiego. Wiele słuchowisk oryginalnych zawiera elementy poetyckie, przede wszystkim w zakresie współlistnienia fabuły wewnętrznej z klasyczną. Warto tutaj wymienić chociażby Małgorzatę Sikorską-Miszczyk, która w odstępie kilku lat napisała dla radiowej Dwójki (m.in. dla cyklu *Wieczór ze słuchowiskiem*) dwa utwory utrzymane w konwencji poetyckiej, *Walizka*²⁵ oraz *Twój liść nazywa*

²⁴ H. Bardijewski, *Nieznane światło*, reż. J. Kukuła, premiera: I Program Polskiego Radia, 21.12.2003, 52”.

²⁵ M. Sikorska-Miszczyk, *Walizka*, reż. J. Wernio, premiera: II Program Polskiego Radia, 31.10.2008, 45”.

się *Europa, ale to za mało, żeby żyć*²⁶. Obiecujący w tej mierze był debiut radiowy Mateusza Żaboklickiego pt. *Pacierz Nościerz*, który został wyróżniony w konkursie radiowej Trójki ph. *Nasłuchiwanie. Gościnność*. Jest grupa autorów piszących dla radia, którzy pośród typowej, współczesnej dramaturgii znajdują czas na formułę poetycką. Myślę tu m.in. o Tomaszu Manie, który realizuje w słuchowiskach zarówno logocentryczny trend, jak i poszukuje nowych form wyrazu²⁷. Jest też pewna grupa utworów bardzo ważnych dla recepcji słuchowisk poetyckich, które stanowią przeniesienia utworów ze sceny lub adaptacje utworów scenicznych. Mieszczą się w niej adaptacje radiowe poetyckich konceptów dramaturgicznych Miszczuk, jak i Julii Holewińskiej czy Radosława Paczochy.

Chciałbym odnaleźć jednak wśród najnowszych realizacji autora reprezentującego taki trend, który konsekwentnie objawiałyby założenia zaproponowanej przeze mnie definicji. Pośród najnowszej, oryginalnej dramaturgii, wyłania się tutaj właściwie jedno nazwisko. Myślę o młodym dramatopisarzu i reżyserze, Michale Zduniku. Pisarz od roku 2016 jest związany z Teatrem Polskiego Radia, gdzie premierowo usłyszeliśmy już takie utwory, jak: *Aż do samego końca*²⁸, *Gate O*²⁹, *Szczegółowa teoria życia i umierania*³⁰, *Las*³¹, *Requiem dla Stanisława Wyspiańskiego*³² czy *Poranek*³³. Interpretację słuchowisk tego twórcy ułatwia fakt, że odpowiada on w zdecydowanej większości (poza debiutanckim *Aż do samego końca*) za reżyserię swoich utworów. W przypadku Bykowskiej-Salczyńskiej czy Górzańskiego były to zawsze reżyserie „zewnętrzne”. Ta jakość unifikująca kształt

²⁶ M. Sikorska-Miszcuk, *Twój liść nazywa się Europa, ale to za mało, żeby żyć*, reż. A. Tyszkiewicz, premiera: II Program Polskiego Radia, 1.03.2014, 58'50".

²⁷ Klasyczny słuchowiskiem poetyckim Mana jest *Chciałbym opisać opadanie liści w parku południowym* (reż. autora, premiera w 2021 roku), a dźwiękowiskiem poetyckim o oryginalnej koncepcji fonocentrycznej nazwać można *Każde patrzenie jest głupie. Pan Tadeusz Kantor* (reż. autora, premiera w 2015 roku).

²⁸ M. Zdunik, *Aż do samego końca*, reż. J. Mark, premiera: I Program Polskiego Radia, 5.03.2016, 44'45".

²⁹ M. Zdunik, *Gate O*, reż. M. Zdunik, premiera: III Program Polskiego Radia, 11.06.2017, 45'17".

³⁰ M. Zdunik, *Szczegółowa teoria...*

³¹ M. Zdunik, *Las*, reż. M. Zdunik, premiera: I Program Polskiego Radia, 2.02.2020, 45'55".

³² M. Zdunik, *Requiem dla Stanisława Wyspiańskiego*, reż. M. Zdunik, premiera: I Program Polskiego Radia, 7.11.2021, 45'45".

³³ M. Zdunik, *Poranek*, reż. M. Zdunik, premiera: I Program Polskiego Radia, 9.12.2021, 40'12".

literacki i foniczny słuchowisk Zdunika pozwala w całokształcie zjawisk radiowych prześledzić poetyckie myślenie twórcy. Chciałbym się w tym miejscu przyjrzeć utworowi *Gate O*, który jest jednocześnie debiutem reżyserskim Zdunika.

To nie repliki dialogowe, ale wewnętrzna rzeczywistość bohatera staje się w radiowym teatrze Zdunika czynnikiem nadrzędnym. Owa rzeczywistość objawia się nam w zmetaforyzowanym języku. W *Drugim pokoju*³⁴ Herberta dogodnym miejscem dla zaistnienia języka poetyckiego było kameralne miejsce, przypominające pudełko. W słuchowisku Zdunika taką rolę pełnić będzie bramka na lotnisku, która otworzy drogę do drugiego, równoległego świata. „Nauczę cię jak znikać” – mówi ojciec ze wspomnienia bohatera. Zwróćmy uwagę na jeden z dialogów na lotnisku. On (Łukasz Borkowski) rozmawia z pracownicą lotniska (Katarzyna Dąbrowska). Co słyszymy? „Spokojnie, teraz już nic nie może się panu stać” – mówi ona. Gdy on zdenerwowany chce już rozmawiać z kierownikiem lotniska, ona mu tłumaczy: „To nie jest takie proste. On nie rozmawia z nikim tak po prostu. Nie zawsze odpowiada. Proszę napisać do niego i cierpliwie czekać”. Cały czas towarzyszy nam muzyka, którą przygotował na potrzeby tego słuchowiska sam autor i reżyser. Klasyczna (odwrotnie niż w progresywnej koncepcji muzyczności u Kopalki) muzyczność słuchowisk Zdunika jest ważnym tłem dla kwestii wypowiedzianych przez postaci. Instrumenty pojawiają się zawsze wtedy, gdy trzeba ominąć pozór linearności. Wiolonczela i fortepian, najczęściej tu występujące, w sposób umiejętny prowadzą słuchacza przez poetyckie i dramaturgiczne momenty słuchowisk. Wskazują słuchaczowi, kiedy zwykła replika dialogowa ustępuje miejsca ujęciom momentalnym³⁵. Zawsze wtedy, gdy słuchacz zostaje przez poetyckiego bohatera Zdunika zaproszony do tytułowego *Gate O*, muzyczne dźwięki zaczynają odgrywać ważniejszą rolę i skupiają uwagę, koncentrując słuchacza na semantyce poszczególnych wyrażen poetyckich.

Kluczem do odnalezienia się w świecie słuchowisk Zdunika (w tym konkretnym przypadku w tajemniczym portalu pod nazwą *Gate O*) jest to coś, co Feliks Netz (kolejna, ważna postać polskiego słuchowiska poetyckiego) określił mianem „metafizyki radia”. Znakomity śląski poeta i dramatopisarz powiedział w jednym z wywiadów, że słuchowiskiem rządzi odwieczny paradoks. To nie głosy, rozmowy,

³⁴ Z. Herbert, *Drugi pokój*, reż. J. Warnecki, Polskie Radio 1958 (dwie realizacje archiwalne); reż. W. Modestowicz, premiera: II Program Polskiego Radia, 4.06.1993, 32'25".

³⁵ Zob. J. Bachura, E. Matusiak, dz. cyt., s. 120.

monologi (czyli to, co słyszalne dla odbiorcy), ale swoiste interwały ciszy pomiędzy wypowiedzianymi kwestiami wyznaczają napięcie poetyckie tego słuchowiska³⁶. Ta radiowa cisza w słuchowiskach Zdunika zgrywa się z fabularną grą na przeczucia, obecność kogoś lub czegoś (w tym przypadku nieżyjącego ojca). Za Netzem warto jeszcze powtórzyć: „ważne jest to, co ukryte – to, ku czemu zmierzamy, nie mówiąc o tym wprost”. Tak jest, że przekopując się przez rzędy zdań, dźwięków i muzyczne sekundy, zaledwie przeczuwamy tylko to, co stanowi właściwy obraz poetyki Zdunika. „Świat zapada się w samym środku słów, które nic nie mówią” – słyszymy w pewnym momencie słuchowiska tajemniczy głos Wiktora Logi-Skarczewskiego. Gate O jest więc polem dla fabuły wewnętrznej i wykorzystuje przestrzeń dogodną dla zilustrowania w wyobraźni słuchacza sytuacji zamknięcia, potrzasku. Wypowiedziane zdanie przy okazji uderza niejako w logocentryczną wizję świata.

Ta radiowa cisza w słuchowiskach Zdunika
zgrywa się z fabularną grą na przeczucia,
obecność kogoś lub czegoś (w tym przypadku
nieżyjącego ojca). Za Netzem warto jeszcze
powtórzyć: „ważne jest to, co ukryte – to, ku
czemu zmierzamy, nie mówiąc o tym wprost”.

Dłużej chciałbym jednak zatrzymać się przy radiowej realizacji Zdunika z 2018, z której cytat inicjuje niniejszy tekst. *Szczegółowa teoria życia i umierania* to słuchowisko napisane przez autora w ramach Stypendium Artystycznego Miasta Stołecznego Warszawy za rok 2017. Opowiada historię Willi Jana i Antoniny Żabińskich, którzy w czasie II wojny światowej uratowali blisko 300 Żydów. Jak pisze Jacek Wakar we wstępie do antologii nowej dramaturgii pt. *Polska jest mitem*:

Szczegółowa teoria życia i umierania Michała Zdunika ma formę polifonicznego słuchowiska rozpisanego na głosy żywych i umarłych (...). Dramat jest formą przede wszystkim muzyczną, dlatego trzeba go najpierw usłyszeć. Autor tworzy stricte

³⁶ J. Jaworska, *Metafizyka radia* (rozmowa z Feliksem Netzem), „Dialog” 2009, nr 7/8, s. 171–173.

muzyczną partyturę głosów, wyrzekając się tradycyjnie pojmowanej fabuły na rzecz improwizowanej audycji radiowej, w której słyszymy głos spikera oraz zmagającego się z materia własnego dzieła autora. Dla niego [autora, przyp. aut.] historia Żabińskich zmienia się w zależności od tego, jak i przez kogo będzie opowiadana. On sam traktuje teatr i dramat jako jedyne w swym rodzaju medium³⁷.

Medium radiowe staje się areną działań dramatycznych – tak można sparafrazować ostatnie zdanie z przytoczonego wstępu Wakara. Owe działania odchodzą od paradygmatu akcji i mają swój nierozzerwalny związek z fakturą dźwiękową. Przestrzeń akustyczną wypełniają tutaj: przyjęta formuła przewodnika dźwiękowego, gęsty od znaczeń język, specyficznie rozłożona polifonia i swoista nie-fonia (związana z poetycką kategorią nieobecności), a także zabiegi akustyczne i specyfika pracy głosem. Przyjrzyjmy się pokrótce fonicznej mapie tego słuchowiska.

Od pierwszych sekund utworu spacerujemy pośród dźwięków, w pobliżu Willi Jana i Antoniny Żabińskich. Chodzimy po ogrodzie zoologicznym, który w czasie II wojny światowej miał stanowić azyl, jak się później okazało, nie tylko dla zwierząt. Przypominać to może spacer w towarzystwie słuchawek, przez które mówi do nas lektor. Nie jest to jednak narrator, który bezosobowo wyjaśnia kolejne fakty historyczne i umiejscawia je we współczesnym krajobrazie dawnej Willi. By to zobaczyć wyraźniej, prześledźmy fragment treści lektorskiej:

postaraj się o niczym nie myśleć,
jakby świat zawieszał swoje nieskończone trwanie
gdy zamkniesz oczy, usłyszysz każdy szmer, szelest,
dalekie echo zagubionego ptaka, powolne oddechy śpiących snem
wiecznym ludzi i zwierząt
(...)
i nagle dojdzie do ciebie stłumione brzmienie
wypływające podziemne rzeki dźwięku
ostatnie oddechy zabijanych zwierząt
głuche uderzenia upadających piskląt
rozbijanie czaszek o bezbronną ziemię
(...)³⁸

³⁷ J. Wakar, *Polska jest mitem. Nowe dramaty*, red. A. Tomaszewicz i E. Manthey, Warszawa 2019, s. 10.

³⁸ M. Zdunik. Szczegółowa..., [1' 36"-2'30"].

Zaczyna się to niczym w materiale relaksacyjnym z tak popularnego dziś w serwisach społecznościowych formatu ASMR³⁹. Głos aktorki Marty Kurzak (czy później Wiktorii Gorodeckiej) wpływa na nas uspokajająco. Wiąże się to ze techniką gry, którą opanowują aktorzy w pracy w studiach Teatru Polskiego Radia. Specyfika głosu aktora, odpowiednie zbliżanie i oddalanie się od mikrofonu może sprawić, że dane dźwięki mogą nas przyjemnie łaskotać, ale i drażnić. Zabieg zerwania relaksacji wiąże się z przejściem z oniryzmu w stronę traumatycznego opisu uśmiercania zwierząt. Biblijną harmonię zastępuje kakofonia. Za chwileczkę do głosu aktorki dochodzą efekty zdeformowanego krzyku zwierząt. Realizator, Maciej Kubera, połączył tutaj w jednym dźwięku kilka różnych gatunków zwierząt. Ryk lwa, zmultiplikowany ptasi świergot i rozdzierające, kobiece wołanie splatają się w jednym wirze akustycznym. Taśma magnetofonowa z nagranyymi głosami świadków wypełniona jest ciszą. Świat wojennego ZOO trzeba jednak wyjaśnić, bo nie ma nic bardziej śmiertelnego niż nieopisany świat. Pozostaje opowieść, rozpisana na głosy, wśród których pojawia się bohater poetycki. I tutaj docieramy do kategorii nie-fonii. U Zdunika nieobecność jest jednym z podstawowych tematów dramaturgicznych. W *Gate O* mamy rozmowę z nieżyjącym ojcem bohatera. Tutaj jest to spotkanie z jednym ze świadków historii Willi. Problem w tym, że Jan Żabiński, właściciel byłego ogrodu zoologicznego, od ponad czterdziestu lat nie żyje. Wyczerpuje się konwencja reportażu, od początku skazana na niepowodzenie. Zaczyna się centrum dramatu poetyckiego. Zdunik wprowadza więc postać „nieobecności Jana”, która wypowiada się w jego imieniu. Nieobecność Jana wzdycha, zastanawia się. Nie wie, co ma mówić. W końcu stwierdza, że nieobecność danej osoby to jedyna pewność, jaką możemy mieć. Głos Piotra Adamczyka przechodzi w pogłos, co jawi się jako naturalne z interpretacyjnego punktu widzenia. Zjawisko nazwane tutaj przeze mnie „nie-fonią” łączy dwa aspekty: dźwięki i czas trwania słuchowiska, co buduje fizyczne wymiary słuchowiska i poetycką figurę nieobecności. Wytwarza się pomiędzy tymi aspektami fundamentalne dla ontologii radia artystycznego napięcie. Otóż słyszymy to, czego usłyszeć się nie da. Staje się to możliwe tylko dzięki zaistnieniu bohatera poetyckiego, którym

³⁹ ASMR – ang. *autonomous sensory meridian response* – „samoistna odpowiedź meridianów czuciowych”, również *auto sensory meridian response* – zjawisko przyjemnego mrowienia w okolicach głowy, szyi i innych obszarach ludzkiego ciała. Zjawisko to może zostać wywołane poprzez wizualne, słuchowe, dotykowe i zapachowe bodźce zewnętrzne.

będzie język nieobecności. Symbolem tej nieobecności okaże się być taśma magnetofonowa, na której nie zarejestrował się głos nieobecności Jana. Zdarzenie to zawiera się w krótkim fragmencie finalnym, gdzie słyszymy reportażystę, który rozmawia w pracy ze swoim przełożonym. Wszystko, co stało się podczas nagrywania głosów, okazało się niepotrzebnym trudem. Nagrane głosy pochodziły być może z kolejnego wcielenia tajemniczego portalu Gate O, do którego zaprasza nas w swoich dramatach Zdunik. To w końcu jeden tylko z dowodów na to, że nie ma znaku zgody między zdarzeniem fabularnym a bohaterem poetyckim. Mimo, że koegzystują one ze sobą w wymiarze fonicznym słuchowiska, nie są możliwe do pogodzenia w wymiarze reporterskim.

Zjawisko nazwane tutaj przeze mnie „nie-fonią” łączy dwa aspekty: dźwięki i czas trwania słuchowiska, co buduje fizyczne wymiary słuchowiska i poetycka figura nieobecności. Wytwarza się pomiędzy tymi aspektami fundamentalne dla ontologii radia artystycznego napięcie.

Przez wiele lat badacze, chcąc opisać słuchowisko poetyckie, tłumaczyli obecność tej formy radiowej poprzez interpretacje adaptacji poezji. W niniejszym artykule wyłoniłem z tej nadrzędnej kategorii oryginalne słuchowisko poetyckie. Za pomocą zaproponowanej definicji odwołałem się zarówno do literackiej teorii dramatu, jak i do podstawowych rozpoznań Jakobsona. Słuchowisko, gdzie zmetaforyzowany język jest głównym bohaterem, reprezentuje podgatunek szczególnie wymagający od strony percepcyjnej. W tekście wracam do autorów, którzy w latach 90. i na początku dwutysięcznych dokonali największego rozwoju poetyckiej dramaturgii fonicznej. Przywołuję tu słuchowiska Bykowskiej-Salczyńskiej, Górzeńskiego i Bardijewskiego. Zmiana oblicza ramówki Polskiego Radia (na przestrzeni ostatnich 30 lat) pokazuje, że obecnie powstaje znacznie mniej utworów

wypełniających przedstawione w tym tekście kryteria. Mimo to pojawiają się dzisiaj twórcy, którzy podejmują ten trudny podgatunek. Wśród nich najbardziej wyrazistym kontynuatorem idei jest Michał Zdunik. Przyjrzałem się dokładniej specyfice tej dramaturgii na przykładzie *Szczegółowej teorii życia i umierania*, gdzie kluczowa staje się figura nieobecności w zderzeniu z pulsującym rytmem zdarzeń dźwiękowych i specyfiki głosowej realizacji. Zdaję sobie sprawę, że to dopiero początek namysłu nad tym problemem. Mam nadzieję, że moje skromne propozycje terminologiczne pozwolą przesunąć rozważania nad autorskim, oryginalnym utworem poetyckim pisanym dla radia na nowe badawcze tory.

LITERATURA PRZEDMIOTU

- Bachura-Wojtasik J., Matusiak E., *Dźwiękowa sztuka elitarna. Szkic o słuchowisku poetyckim na podstawie wybranych utworów Janusza Kukuły*, „Media-Kultura-Komunikacja Społeczna” 2020, nr 3, s. 111-127.
- Bardijewska S., *Muza bez legendy. Szkice o polskiej dramaturgii radiowej*, Warszawa 1978.
- Jakobson R., *Poetyka w świetle językoznawstwa*, „Pamiętnik Literacki” 1960, z. 2, s. 432-473.
- Jarzębowski Z., *Słuchowiska szczecińskiego radia : studia z pogranicza literatury i sztuki radiowej*, Szczecin 2009.
- Jaworska J., *Metafizyka radia* (rozmowa z Feliksem Netzem), „Dialog” 2009, nr 7/8, s. 171-173.
- Kosidowski Z., *Kosidowski, Artystyczne słuchowiska radiowe*, Poznań 1928.
- Laskowicz K., *Orientacja poetycka w pierwszych estetykach sztuki radiowej*, „Pamiętnik Literacki” 1977, nr 68, s. 141-170.
- Łastowiecki J., *Jak opisywać słuchowisko radiowe? Od refleksji międzywojennej do najnowszych ujęć badawczych*, „Media-Kultura-Komunikacja Społeczna” 2016, nr 12, s. 11-24.
- Mayen J., *Radio a literatura*, Warszawa 1965.
- Tuszewski J., *Paradoks o słowie i dźwięku*, Toruń 2005.
- Ziomek J., *Semiotyczne problemy sztuki teatru*, „Teksty: teoria literatury, krytyka, interpretacja” 1976, nr 2, s. 9-27.

Źródła – audycje radiowe

- Bardijewski H., *Nieznane światło*, reż. J. Kukuła, Polskie Radio 2003.
- Bykowska-Salczyńska A., *Baby pruskie*, reż. S. Woroniecki, Polskie Radio 1997.
- Bykowska-Salczyńska A., *Gdzie jest ten tani kupiec*, reż. W. Modestowicz, Polskie Radio 2005.
- Gałczyński K.I., *Inge Bartsch*, reż. Z. Kopalko, Polskie Radio 1964.
- Górzński J., *Kogut na księżycowej drodze*, reż. J. Warenycia, Polskie Radio 2002.

- Górzański J., *Park Aleksandra*, reż. W. Modestowicz, Polskie Radio 2005.
- Górzański J., *Syreni śpiew*, reż. J. Warenycia, Polskie Radio 2003.
- Herbert Z., *Drugi pokój*, reż. J. Warnecki, Polskie Radio 1958 (dwie realizacje).
- Herbert Z., *Drugi pokój*, reż. W. Modestowicz, Polskie Radio 1993.
- Man T., *Chciałbym opisać opadanie liście w parku południowym*, reż. T. Man, Polskie Radio 2021.
- Man T., *Każde patrzenie jest głupie. Pan Tadeusz Kantor*, reż. T. Man, Polskie Radio 2015.
- Sikorska-Miszczyk M., *Twój liść nazywa się Europa, ale to za mało, żeby żyć*, reż. A. Tyszkiewicz, Polskie Radio 2014.
- Sikorska-Miszczyk M., *Walizka*, reż. J. Wernio, Polskie Radio 2008.
- Zdunik M., *Aż do samego końca*, reż. J. Mark, Polskie Radio 2016.
- Zdunik M., *Gate O*, reż. M. Zdunik, Polskie Radio 2017.
- Zdunik M., *Las*, reż. M. Zdunik, Polskie Radio 2020.
- Zdunik M., *Requiem. Rzecz o Stanisławie Wyspiańskim*, reż. M. Zdunik, Polskie Radio 2021.
- Zdunik M., *Szczegółowa teoria życia i umierania*, reż. M. Zdunik, Polskie Radio 2018.
- Zdunik M., *Poranek*, reż. M. Zdunik, Polskie Radio 2021.

Biogram

Janusz Łastowiecki – rocznik 87. Doktor nauk humanistycznych, krytyk radiowy i teatralny. Autor książki *Specyfika odbioru słuchowiska radiowego* oraz kilkadziesiąt artykułów naukowych z zakresu radioznawstwa artystycznego. Na Uniwersytecie Zielonogórskim prowadzi zajęcia z krytyki teatru radiowego, wiedzy o dramacie i teatrze, a także ćwiczenia poświęcone zagadnieniom filmu polskiego i światowego po 1989 roku. Autor *Mapy Głosów* – projektu dokumentującego historię mówioną środowiska kulturalnego regionu lubuskiego. W latach 2018–19 kierownik literacki Lubuskiego Teatru w Zielonej Górze. Od 2019 roku koordynator Lubuskiego Laboratorium Książki GREENBOOK. Nieustannie śledzi szlaki polskiej muzyki alternatywnej. Autor audycji *ZAPLECZE alternatywa nastrój las*.

ORCID 0000-0003-3910-8820

Dominika Marzec

absolwentka Akademii Ignatianum w Krakowie

Powrót do tradycji? O kulturze kulinarnej z perspektywy Nowych Mediów

Return to tradition? Culinary culture from the perspective of New Media

ABSTRAKT

Ludzkość od początku swoich dziejów przyswajała zachowania związane z pozyskiwaniem i obróbką żywności. Wszelkie czynności podejmowane w obrębie jedzenia, dawały początek trwałym nawykom, przekształcającym się w obyczaje. W taki sposób ukształtowała się kultura kulinarna, obejmująca normy w zakresie pożywienia i picia. Obecnie balansujemy między zwyczajami naszych przodków, a trendami nawołującymi do żywieniowych innowacji. Dzisiejsze społeczeństwo poniekąd zrywa z dawnymi tradycjami kulinarnymi. Jednak zmieniające się warunki życia reaktywują chęć powrotu do tego, co pierwotne. Szczególną rolę w tym kierunku odgrywają Nowe Media, będące nośnikiem popularyzacji szeroko pojętych kulinariów. W związku z widocznym zainteresowaniem kuchnią tradycyjną, głównym celem artykułu było wyjaśnienie, do jakich norm żywieniowych prowadzą dzisiejsze trendy oraz podkreślenie związku pomiędzy jedzeniem a kulturą popularną. Do realizacji powyższych założeń posłużono się analizą i interpretacją literatury źródłowej, a także materiałów publikowanych w internecie. Zastosowane metody, pozwoliły wskazać kierunek współczesnych zwyczajów kulinarnych. Ponadto, uzasadniły znaczenie mediów w praktykowaniu dawnych tradycji żywieniowych.

SŁOWA KLUCZOWE:

żywność, kultura, media, obyczaje, nawyki, chleb

ABSTRACT

Since the beginning of its history, mankind has adopted behaviors related to obtaining and processing food. All actions taken within the scope of eating, gave rise to permanent habits, transforming into customs. This is how culinary culture was formed, encompassing food and drink norms. Today we are balancing between the customs of our ancestors and trends calling for nutritional innovation. In a way, today's society is breaking with old culinary traditions. However, changing living conditions reactivate the desire to return to what was original. A special role in this direction is played by the New Media, which are the carrier of popularization of widely understood culinary. In connection with the apparent interest in traditional cuisine, the main objective of this paper was to explain what kind of nutritional norms today's trends lead to, and to emphasize the relationship between food and popular culture. The analysis and interpretation of source literature, as well as materials published on the Internet, were used to achieve these goals. The methods used made it possible to point out the direction of contemporary culinary habits. Moreover, they justified the significance of the media in the practice of old food traditions.

KEYWORDS:

food, culture, media, customs, habits, bread

WPROWADZENIE

Angielski archeolog – Edward Burnett Tylor uznaje, że kultura to „...pojęcie obejmujące wiedzę, wierzenia, sztukę, moralność, prawo, obyczaje i inne zdolności i przyzwyczajenia, zdobyte przez człowieka jako członka społeczeństwa. (...) katalog wszystkich objawów życia publicznego danego narodu, przedstawia to, co nazywamy kulturą”¹. Bez wątpienia ma to swoje odzwierciedlenie w szeroko rozumianych kulinariach, obejmujących kwestie cywilizacyjne i obrzędowe. Kształtowana od pokoleń kultura żywienia, wyeksponowała szereg obyczajów, które stały się jej trwałym elementem. Wszelkie nawyki, związane z jedzeniem mogą przekazywać wiele informacji na temat społeczeństwa, jego priorytetów i najważniejszych wartości. Wypracowane niegdyś zwyczaje żywieniowe, dały początek naszym codziennym rytuałom. Ich pielęgnowanie może być wyrazem silnych emocji lub mentalnych przyzwyczajień. Na podstawie kulinarnych praktyk możemy określić czy dana osoba jest tradycjonalistą, czy kieruje się trendami współczesności. Obecnie mierzymy się z różnymi nowościami skłaniającymi do refleksji nad tym, który sposób odżywiania jest tym właściwym.

Pochylając się nad tematem dzisiejszej kuchni, warto podkreślić znaczenie norm, czyli ustalonych zasad postępowania². Znormalizowane dawniej czynności znów budzą społeczną ciekawość, a to motywuje do przeanalizowania nawyków żywieniowych pod kątem bieżących trendów. „Istniejący w danym momencie kierunek rozwoju” to jedna z definicji trendu, którą można odnieść do większości dziedzin³. W świecie kulinariów zauważa się tendencję zmierzającą ku archaicznym praktykom i obyczajom. Wobec tego celem niniejszego artykułu jest wyjaśnienie, do jakich konkretnie standardów żywieniowych dążymy i jaka jest w tym rola tradycji.

W opracowaniu opisano pierwotne rytuały kulinarne w odniesieniu do terazniejszych metod żywienia. W znacznej mierze skupiono się na procesie przemian kulinarnych, charakteryzując zwyczaje naszych przodków. W artykule wykorzystano zarówno źródła drukowane, jak i internetowe. Na omówienie obszaru

¹ *Kultura*, „Ozkultura.pl” z 04.11.2017 r., <http://ozkultura.pl/wpis/1384/6> (dostęp 16.02.2022 r.).

² SJP, *Norma*, <https://sjp.pwn.pl/slowniki/norma.html> (dostęp 14.05.2022 r.).

³ SJP, *Trend*, <https://sjp.pwn.pl/slowniki/trend.html> (dostęp 14.05.2022 r.).

tradycji i kulinariów wpłynęły rozważania Barry'ego Popkina, który wyodrębnia poszczególne fazy transformacji żywieniowej, a także Michała Kuźmińskiego, nawiązującego do antropologii jedzenia. W celu omówienia społeczno- kulturowego kontekstu kulinariów posłużono się publikacjami Steffana Igora Ayory-Diaza oraz Lucjana Kocika. Kolejny etap oparto na Nowych Mediach i platformach, które promują gastronomiczną tematykę. Wśród nich wyróżniono blogi, wybrane na podstawie rankingów popularności, a także portale społecznościowe takie jak Instagram, YouTube, Facebook i TikTok. Selekcja zamieszczonych treści była warunkowana aktywną działalnością twórców, liczbą odbiorców oraz subskrypcji.

KULTURA KULINARNA I PROCES POWSTAWANIA NAWYKÓW ŻYWIENIOWYCH

Żywność, poza zaspokajaniem głównej potrzeby fizjologicznej, stanowi istotną część kultury. Spożywanie posiłków to nie tylko dostarczanie energii, ale również wyznaczanie rytmu dnia czy podtrzymywanie relacji społecznych. Jedzenie stało się elementem ważnych okoliczności i impulsem uruchamiającym szereg indywidualnych jak i zbiorowych skojarzeń. Dana potrawa, poza walorami smakowymi może wywoływać konkretne wspomnienia i mieć charakter sentymentalny. Na całokształt doznań wpływa również kolor składników oraz sposób ich podania. Jak czytamy w jednym z artykułów, poświęconym tematyce kultury kulinarnej: „w pożywieniu została zakodowana kulturowa pamięć ludzi, związana z mitologicznym i religijnym pojmowaniem świata, które nadało pewnym potrawom, jedzeniu i picciu znaczenie symboliczne, z niektórych zaś czyniąc tabu”⁴. Oznacza to, że posiłki, pojawiające się na naszych stołach często świadczą o statusie społecznym, jakiejś okoliczności lub obowiązujących normach.

Zestawiając ze sobą tematykę jedzenia i aksjologię, można zaobserwować wyraźną zależność. Spożywane jedzenie niejednokrotnie obrazuje priorytety i wartości jednostki. Jest to szczególnie zauważalne w przypadku osób rezygnujących z produktów odzwierzęcych. Konsumenci, określający się mianem wegetarian, wegan lub frutarian postępują według ściśle określonych zasad. Ich styl życia może być regulowany kwestiami etycznymi, religijnymi, ekonomicznymi

⁴ R. Stoličná, *Tworzenie się kultury kulinarnej Europejczyków*, „Etnologia na granicy. Studia Etnologiczne i Antropologiczne” nr 11 (2011), s. 210–215.

i ekologicznymi. Zwolennicy diety bezmięsnej ukazują tym samym wysoką świadomość w zakresie odżywiania. Ponadto, propagują wartości takie jak dobro czy sprawiedliwość. Z uwagi na fakt, że wybór jedzenia nie stanowi społecznego przymusu, a jest wyrazem wolnej woli mamy do czynienia z różnorodnymi sposobami żywienia. W związku z tym ludzkie priorytety mogą się różnić w zależności od tego, jakie składniki dominują w codziennych jadłospisach. Edukowanie społeczeństwa w zakresie żywności, to inicjatywa współczesnych czasów. Dominika Podkańska w artykule na temat ekologicznych zakupów ukazuje, dokąd zmierzają kulinarne przyzwyczajenia⁵. Na przykładzie kooperatyw spożywczych, czyli grup nabywających produkty bezpośrednio od rolników, przedstawia obraz nowego konsumenta, który wspiera rynek lokalny⁶. Istotnym elementem takiego ruchu są interakcje międzyludzkie. Wzajemny kontakt służy rozpowszechnianiu ekologicznej idei i zacieśnianiu się więzi pomiędzy uczestnikami. Wspomniana koncepcja to jawny sprzeciw wobec komercjalizacji i nieustającego konsumpcjonizmu⁷.

Kuchnia i czynności kulinarne to integralna część wielu społeczeństw. Świadczy o tym nie tyle wspólnota stołu, co neutralność tematu. Dyskusje w obszarze jedzenia, rzadko kiedy prowadzą do sporów i nieporozumień stanowiąc przysłowiowy, bezpieczny grunt⁸. Pisząc o kulturze kulinarnej, warto odnieść się do receptur i przepisów przekazywanych z pokolenia na pokolenie. Dawne praktyki gastronomiczne pokazują warunki życia ówczesnej społeczności i przenikają się ze współczesnymi sposobami gotowania. Dziedzictwo kulinarne to szereg umiejętności w zakresie dobierania jak i przetwarzania produktów spożywczych, a podtrzymywanie wypracowanych niegdyś smaków to ukłon w stronę przeszłości⁹. Przykładem tego są chociażby pierogi ruskie, przywołujące na myśl zarówno polskie, jak i ukraińskie zwyczaje. O swoistych cechach jedzenia można mówić w przypadku konkretnego regionu lub grupy osób. Mimo że praktyki kulinarne

⁵ D. Podkańska, *Zmierzch epoki tradycyjnego konsumenta, czyli jak wspólne zakupy ekologicznej żywności kształtują tożsamość społeczną młodych Polaków. Odradzający się ruch żywieniowy kooperatyw spożywczych w Polsce – przykład Warszawy*, w: A. Drzał-Sierocka (red.), *W garnku kultury. Rozważania nad jedzeniem w przestrzeni społeczno-kulturowej*, Gdańsk 2014, s. 47.

⁶ Tamże.

⁷ Tamże, s. 48–49.

⁸ H. Modławska, *Niematerialne Dziedzictwo Kulturowe – praktyki kulinarne*, Poznań 2018, s. 6.

⁹ Tamże.

definiuje się jako niematerialne dziedzictwo kulturowe, składniki zawarte w potrawach wyznaczają w tym udział jakiejś rzeczy. Poszczególne produkty składają się na tożsamość dań i stanowią pasmo wielu znaczeń. Dowodzi tego powszechnie znana tortilla, dla wielu będąca zwyczajnym, kukurydzianym plackiem. Jednak dla Meksykanów to przejaw historii i regionalnej tradycji¹⁰.

Koncentrując się na kulturowych konotacjach jedzenia, nie sposób pominąć dożynkowych obrzędów, praktykowanych m.in. przez Słowian w XII wieku. Święto plonów było dniem wdzięczności i życzeń o pomyślny urodzaj. Żywność odgrywała zatem bardzo istotną rolę i często stanowiła centrum całego wydarzenia. Zgromadzona wokół niej ludność prosiła o dobrobyt, dostatek i dobrą przyszłość. Symbolem takich próśb stał się kołacz, natomiast miód pitny stanowił formę podziękowania za zakończone żniwa. Obfitość pożywienia była wówczas utożsamiana z poczuciem spełnienia i osobistego szczęścia¹¹. O podobnych zwyczajach możemy mówić w nawiązaniu do istnienia Polskiej Rzeczypospolitej Ludowej. Te nieco bardziej współczesne dożynki obchodzono poprzez składanie wieńców oraz darów z pól i ogrodów. Kluczowym elementem tego święta był chleb, symbolizujący równy podział dóbr pomiędzy członkami społeczeństwa¹². Pomimo PRL-owskiej walki z kościołem bochenek chleba nadal zachowywał swój sakralny charakter, co uskuteczniało ideę obchodu¹³.

Jedzenie, poza swoim powszednim zastosowaniem, może mieć nadzwyczajny wymiar, widoczny np. w trakcie uroczystości. Mowa tu o rodzinnych i zbiorowych ucztach, podczas których pokarm zasługuje na szczególną uwagę. W opracowaniu Jakuba Napoleona Gajdzińskiego czytamy, że żywność to sprawa zarówno ciała jak i ducha. Dowodem na to są rytuały, odtwarzane w momencie zaręczyn lub zaślubin. Jedne z najpopularniejszych zwyczajów to dzielenie się chlebem i serem oraz obsypywanie nowożeńców ziarnem, oznaczającym płodność¹⁴. Kolejna ceremonia skupiająca się na duchowym wymiarze jedzenia to Słowiańskie święta zaduszne. Ich istota polegała na ugoszczeniu i zadowoleniu dusz,

¹⁰ S.I. Ayora-Díaz, *Processed Modernity: Cooking Ingredients and the Materiality of Food*, „Studia Alimentaria” nr 1 (2022), s. 18.

¹¹ J. N. Gajdziński, *Smaki z Polski* (brak daty opub.), <https://www.smakizpolski.com.pl/slowianie-potravy-obrzedowe/> (dostęp 07.05.2022 r.).

¹² M. Milewska, *Ślepa kuchnia*, Warszawa 2021, s. 88.

¹³ Tamże, s. 79.

¹⁴ J. N. Gajdziński, *Smaki z Polski*, dz.cyt.

odwiedzających ziemię. Aby uszczęśliwić zmarłych przodków, wyprawiano przyjęcia bogate w mocne alkohole, pieczenie, owoce i kasze. Jak nakazywała tradycja Słowian, w czasie ceremonii należało rozrzucić trochę pokarmu, tak aby zmarli mogli skosztować przygotowanych dań. Dzięki temu, przodkowie mieli być przychylni dla gospodarzy i pozytywnie wpływać na urodzaj oraz pogodę¹⁵.

Wymienione wyżej przykłady niewątpliwie wskazują na kulturowy wymiar jedzenia. Nawiązanie do relacji, wartości, priorytetów i tradycji pozwala zrozumieć na jakie obszary wpływają kulinaria i wybory żywieniowe. Istotnym elementem kultury kulinarnej są również nasze nawyki, ukształtowane na przestrzeni lat i warunkowane wieloma czynnikami zewnętrznymi. O zwyczajach żywieniowych, kształtujących się od początków ludzkości wielokrotnie wspominał Barry Popkin. Amerykański badacz, nawiązując do zmian zachodzących w obszarze jedzenia, ukazał pojęcie transformacji żywieniowej. Termin ten odnosi się do przyzwyczajzeń kulinarnych, tworzących się pod wpływem warunków społeczno-gospodarczych i nie tylko. Pierwsze nawyki ludzkie, zostały nabyte w czasie wędrówek i zbieractwa. Ludzie żywili się bogatą roślinnością, a niekiedy mięsem zdobywanym dzięki myślistwu. Podstawą takiego stylu funkcjonowania było nie tylko duże skupienie, ale przede wszystkim współpraca. Człowiek, prowadząc koczowniczy tryb życia, zapewniał sobie podstawowe warunki, był dożywiony i cieszył się dobrym zdrowiem¹⁶.

Kolejny etap działań skoncentrowany wokół pożywienia miał miejsce 20 tysięcy lat temu, kiedy pojawiło się rolnictwo. Także w tym okresie wynaleziono naczynia z gliny, ułatwiające spożywanie posiłków. Ze względu na te innowacje, nieunikniona była zmiana wypracowanych dotąd nawyków. Porzucenie zbieractwa i myślistwa na rzecz upraw sprawiło, że prym wiodła dieta zbożowa. Głównymi składnikami codziennego jadłospisu były ryż, proso i jęczmień. Warto podkreślić, że to dzięki rolnictwu powstały największe cywilizacje, dające początek kolejnym przeobrażeniom¹⁷.

Mimo że zboża wniosły wiele korzyści do ludzkiego jadłospisu, były to czasy związane z głodem i częstym niedostatkiem. Jak wspomina B. Popkin, pozbycie

¹⁵ P. Kizewski, *Dziady – dawne zwyczaje, tradycje i obrzędy Słowian* (brak daty opub.), <https://www.naszeszlaki.pl/archives/44589> (dostęp 08.05.2022 r.).

¹⁶ B. Wilson, *Tak dziś jemy. Biografia jedzenia*, Kraków 2020, s. 51.

¹⁷ Tamże, s. 52.

się tego problemu nastąpiło dopiero w tzw. fazie trzeciej. Stosowanie nawozów, doprowadziło do przełomu w dziedzinie rolnictwa, co wzbogaciło codzienną dietę o warzywa i białko. Co więcej, opracowano różnorodne metody kulinarne takie jak kiszenie czy suszenie, dzięki czemu wydobyto z potraw kolejne smaki i właściwości¹⁸.

B. Popkin dokładnie scharakteryzował poszczególne fazy transformacji żywieniowej, przypominając o pierwotnych praktykach kulinarnych. Jednak równie mocno skoncentrował się na teraźniejszości, opisując czwarty etap diety. Współcześnie, mamy do czynienia z nową i zupełnie inną jakością kuchni. Dzisiejszy sposób odżywiania jest często zależny od mody i produkcji, a nie świadomości konsumentów. Standardowy konsument może wzbogacać swoje dania o różnorodne, egzotyczne smaki, niegdyś kompletnie niedostępne. Jednak wraz z pojawiającymi się możliwościami, upowszechniła się również wysoko przetworzona żywność. Ewolucja w zakresie żywności ujednoliciła naszą dietę i sprawiła, że zagraniczne produkty przestały kojarzyć się z konkretnym miejscem na świecie. Tym samym, większość oryginalnych składników zaczyna się postrzegać jako coś najbardziej typowego¹⁹.

Wyraźne piętno na dzisiejszych wyborach żywieniowych odcisnął skuteczny i trafny marketing. Przekonywanie konsumentów do dań typu instant, miało oszczędzić ich czas oraz podarować więcej wygody. W rzeczywistości, zabieg ten spopularyzował jedzenie w biegu i samotności. Taka technika marketingowa mocno wpłynęła na tradycję wspólnych posiłków i integralną część pożywienia. Społeczeństwo, korzystając z rynkowych wygod rezygnuje z celebracji posiłku, traktując jedzenie jak uciążliwy obowiązek²⁰. W tym kontekście warto cofnąć się do nieco bardziej zamierzchłych czasów, przywołując postać Homo erectusa, zwanego także pitekanthropem. To gatunek człowieka, który pomimo wymagających warunków życia, potrafił znaleźć czas zarówno na przygotowywanie jedzenia, jak i zintensyfikowanie więzi społecznych. Co prawda trudno porównywać teraźniejszość z czasami sprzed prawie 2 milionów lat²¹. Jest to jednak przykład,

¹⁸ Tamże, s. 53.

¹⁹ Tamże, s. 54–55.

²⁰ Tamże, s. 285.

²¹ M. Kuźmiński, *Nauka w kuchni. Przełomowe Historie Sztuki Kulinarnej*, Kraków 2019, s. 25.

który uzmysławia, że dynamizacja życia nie musi oznaczać rezygnacji z codziennych zwyczajów.

Przedstawione rozważania stanowią wprowadzenie do kolejnych wniosków, dotyczących kultury kulinarnej. Jak mogliśmy dotąd zauważyć jest ona rezultatem naszych nawyków, wypracowanych na przestrzeni wielu lat. Według Popkina kształt tej kultury nie kończy się na czwartej fazie żywności. Badacz zwraca uwagę na kolejne trendy kulinarne, będące początkiem piątej fazy. Obserwując obecne realia, oparte na dążeniach do idealnej diety, raczej trudno zakwestionować jego teorię.

Tematyka kulinarna wielokrotnie promowana przez książki, poradniki i programy telewizyjne nadal stanowi centrum zainteresowań społecznych. Jedzenie zaspokaja naszą podstawową potrzebę, jest elementem rozrywki i kojarzy się z przyjemnie spędzonym czasem.

WSPÓŁCZESNE KULINARIA W PRZESTRZENI NOWYCH MEDIÓW

Tematyka kulinarna wielokrotnie promowana przez książki, poradniki i programy telewizyjne, nadal stanowi centrum zainteresowań społecznych. Jedzenie zaspokaja naszą podstawową potrzebę, jest elementem rozrywki i kojarzy się z przyjemnie spędzonym czasem. Nic więc dziwnego, że żywność to wątek wielu rozmów i znaczna część wirtualnej rzeczywistości. W dzisiejszym ekspansywnym świecie jedzenie ma nas zadowalać nie tylko pod względem smakowym, ale również wizualnym i estetycznym. Minimalizując zamiłowanie do *fast foodów*, zaczynamy zwracać uwagę na sposób przygotowania i wygląd potrawy. Wracamy zatem do czasów, w których żywność i prezencja stołu musiały być szykowne, nawet w dni powszednie. Ogromne znaczenie kulinariów podkreśla fabuła „Pana Tadeusza”. Mieszkańcy Soplicowa traktowali posiłki jako codzienne rytuały.

Każdą z potraw podawano w uroczystym stylu, wykorzystując do tego malowane tace, imbryki i porcelanę²². Smakowanie tradycyjnych dań, na tle zdobionej zastawy było formą celebracji i wzmacniania tożsamości narodowej.

Atrakcyjny obraz jedzenia to coś, co łatwo wypromować i sprzedać, np. za pomocą zdjęć i patentów ułatwiających gotowanie. W przestrzeni internetowej, stale zauważa się strony lub indywidualne konta poświęcone kwestiom żywienia. Takie treści najczęściej koncentrują się na dokładnych recepturach oraz tworzeniu opowieści wokół jakiejś potrawy. W celu przybliżenia medialnego obrazu żywności, posłużymy się analizą kilku środków masowego przekazu, zaczynając od tradycyjnego bloga.

Podstawą tzw. blogosfery są wygenerowane strony internetowe, służące do realizowania określonej tematyki. Udostępniane treści mają najczęściej formę krótkich wpisów i są uzupełniane zdjęciem. Autorzy blogów traktują tę platformę jak miejsce osobistych refleksji i przemyśleń. Stąd też blogerzy mogą posiadać swoich fanów oraz przeciwników, w zależności od tego jakie idee głoszą²³. Jednym z najpopularniejszych tematów polskiej blogosfery są właśnie kulinaria. Publikowane materiały mają na celu inspirować i edukować potencjalnych odbiorców. Blog, to przestrzeń służąca rozpowszechnianiu kulinarnej wiedzy, dzieleniu się przepisami, a także tworzeniu nowoczesnych trendów. Prowadzenie bloga, to również szereg wykreowanych historii, które w połączeniu tworzą spójną całość. Przykładem takiej aktywności jest blog o nazwie „Jadłonomia”, założony przez Martę Dymek²⁴. Ta internetowa działalność zasługuje na szczególną uwagę, ponieważ spotyka się z dużym entuzjazmem odbiorców. W 2022 r. portal blogi-kulinarne.pl wyróżnił „Jadłonomię” na tle stu najlepszych blogów kulinarnych, przyznając jej osiemnaste miejsce²⁵. Rok wcześniej blog M. Dymek zajął trzecią pozycję w rankingu zorganizowanym przez „Miasto Kobiet”²⁶. Autorka wyraża swoją twórczość poprzez udostępnianie roślinnych przepisów,

²² A. Mickiewicz, *Pan Tadeusz*, oprac. D. Nosowska, Poznań 2013, s. 34–35.

²³ M. Bieńko, *Smakosz na diecie eliminacyjnej. Analiza Polskich blogów kulinarnych*, „Miscellanea Anthropologica et Sociologica” t. 19, nr 2 (2018), s. 69.

²⁴ M. Dymek, „Jadłonomia”, <https://www.jadlonomia.com/> (dostęp 03.02.2022 r.).

²⁵ *Najlepsze blogi kulinarne* (brak daty opub.), <https://blogi-kulinarne.pl/> (dostęp 09.05.2022 r.).

²⁶ *Miasto Kobiet* (brak daty opub.), <https://www.miestokobiet.pl/blogi-wegetarianskie/> (dostęp 09.05.2022 r.).

poradników i przewodników podróźniczych. Wegański blog obfituje w kolorowe zdjęcia i potrawy przyciągające wzrok. Naczelną misją autorki jest weganizacja, czyli inspirowanie społeczeństwa do redukcji mięsa, na rzecz warzyw i owoców. Popularność M. Dymek to także wynik Instagrama, na którym zgromadziła 380 tys. obserwujących. Na profilu „Jadłonomii” możemy zaobserwować czynny udział użytkowników, którzy chętnie reagują na udostępniane posty. Komentujący chwalą proponowane potrawy, wykazując tym samym wysoką świadomość na temat diety bezmięsnej²⁷.

Prowadzenie wegańskiego bloga doskonale wpisuje się w dzisiejsze trendy, skupione na ograniczaniu mięsa. Istnieją jednak strony wykraczające poza jednotematyczny sposób odżywiania. Potwierdzeniem kulinarnej różnorodności jest blog pt. „Kwestia smaku”, znajdujący się na pierwszym miejscu, w rankingu stu najlepszych blogów kulinarnych 2022²⁸. Podobnie jak „Jadłonomia” jest to przestrzeń barwnych fotografii, przedstawiających zbilansowane posiłki. Aczkolwiek „Kwestia Smaku” to strona poświęcona wszystkim rodzajom diety. Znajdziemy na niej przepisy wspomagające odchudzanie, wykluczające mięso czy bazujące wyłącznie na naturalnych składnikach. Ponadto blog oferuje wiele pomysłów na dania okazjonalne, pojawiające się na stołach np. w okresie świąt²⁹.

Kulinarne newsy są następną (poza przepisami) zakładką, absorbującą uwagę internautów. Nowości w zakresie kuchni cieszą się dużym uznaniem, zwłaszcza kiedy obejmują domowe przepisy i sezonowe produkty. „Beszamel.pl” to kolejny wiodący blog, wyróżniony we wspomnianym rankingu. Publikowane na nim treści są wyraźną zachętą do samodzielnego gotowania i korzystania z nieprzetworzonych produktów. „Beszamel.pl” jest wyrazem dużej kreatywności, przejawiającej się np. w quizach sprawdzających wiedzę kulinarną czytelników. Zawartość bloga opiera się także na szanowaniu jedzenia i racjonalizacji konsumpcji. Udzielanie porad na temat zakupów i przechowywania żywności to forma społecznego uświadamienia³⁰.

Blogi kulinarne stanowią wirtualną sieć inspiracji i wspólnego zaangażowania. Udostępnianie oryginalnych, często tajemniczych receptur, pokazuje, że

²⁷ *Jadłonomia*, <https://www.instagram.com/jadlonomia/> (dostęp 09.05.2022 r.).

²⁸ *Najlepsze blogi kulinarne*, dz. cyt.

²⁹ *Kwestia Smaku*, <https://www.kwestiasmaku.com/> (dostęp 04.02.2022 r.).

³⁰ *Beszamel*, <https://beszamel.se.pl/> (dostęp 09.05.2022 r.).

jedzenie przestało być wyłącznie osobistą sprawą. Twórcy internetowi działający na szeroką skalę odchodzą od przepisów spisanych w formie pamiętnika, czyniąc je czymś ogólnodostępnym. Pasja do gotowania połączona z marketingiem profesjonalizowała świat kulinariów, a prowadzenie bloga stało się biznesem³¹.

Platformą, której specyfika odpowiada kulinarnym treściom, jest również YouTube. Tworzenie materiałów w postaci krótkich filmów pozwala przedstawiać dany temat z wielu różnych perspektyw. Co więcej, w filmach dotyczących jedzenia bardzo dobrze sprawdza się wykorzystywanie dźwięku. Przygotowywanie potraw, opatrzone krojeniem chrupiących warzyw, skwierczeniem czy bulgotaniem, to kolejne (poza obrazem) wrażenia dla widza. W serwisie YouTube, podobnie jak na blogach znajdziemy wskazówki dotyczące gotowania. Jednak popularyzacja jedzenia, wypromowała wokół niego pewien powtarzający się trend. Mianowicie, coraz częściej pojawiają się filmy pt. *food vlog*. Czyli *Co jem w ciągu dnia*. Tego typu materiały przedstawiają codzienne zwyczaje związane ze spożywaniem posiłków. Autorzy filmów nagrywają się podczas gotowania, a następnie konsumowania. Stworzone dania, są zwykle dostosowane do specyfiki mediów społecznościowych. Mowa tu o odpowiednich kolorach, estetyce i ogólnym wyglądzie potrawy. Po wpisaniu w wyszukiwarce frazy *food vlog* pojawia się mnóstwo filmów z chwytliwymi tytułami i kolorowym jedzeniem, w różnorodnych kombinacjach³². *Vlogi* w takim stylu dość często przypadają do gustu celebrytom, co dodatkowo wpływa na ich popularność. Wyświetlenia kulinarnych treści w serwisie YouTube wahają się od kilku do kilkuset tysięcy wyświetleń. Film z jadłospisem znanej makijażystki „Red Lipstick Monster” został obejrzany blisko 208 tys. razy³³. Nagrywanie jedzenia „od kuchni”, to zaproszenie widza do swojej prywatnej przestrzeni i utożsamienie się z nim. Jest to urzeczywistnienie codziennych obowiązków i pokazanie ich pod kątem rozrywki oraz relaksu.

Realny i zarazem oryginalny sposób przygotowywania jedzenia, przedstawia kanał „Kənd Həyatı”, posiadający 3,6 mln. subskrybentów. Azerbejdżańska nazwa odnosi się do życia na wsi i kontaktu z naturą. Twórcy kanału pokazują aspekty

³¹ M. Sońta, *Blogowi profesjonaliści w kuchni, czyli o energii społecznej przełożonej na internetowe statystyki*, w: A. Drzał-Sierocka (red.), dz. cyt., s. 134.

³² *Food vlog*, https://www.youtube.com/results?search_query=food+vlog (dostęp 05.02.2022 r.).

³³ *Red Lipstick Monster, Co jem w ciągu dnia. Różnorodne i pyszne przepisy*, <https://www.youtube.com/watch?v=HGcRSKETy4k> (dostęp 11.05.2022 r.).

wiejskiej codzienności, akcentując jednocześnie jej piękno i prostotę. Przekazywanie unikatowych przepisów jest wzbogacone o odgłosy zwierząt i gotujących się potraw. Gotowanie na świeżym powietrzu, z motywem drewnianej chatki, polnych kwiatów i gęsi, to dość innowacyjna forma kulinarnego przekazu, zwłaszcza w Nowych Mediach. Niemniej jednak jest to podkreślenie przyrody, kojarzącej się z pozytywną energią, zdrowiem i ekologią. Towarzyszące temu spokój i równowaga mogą wywoływać przyjemne emocje i dawać poczucie bez troski³⁴.

Materiały na platformie YouTube przypominają swoim formatem pełnometrażowe filmy. Zupełnie inaczej jest w przypadku TikToka, czyli aplikacji, na której sukcesy odnoszą kilkuminutowe nagrania. Jak się okazuje, za pomocą krótkiego wideo można przekazać wartościowe i angażujące treści. Na TikToku widocznym powodzeniem cieszą się przepisy na proste, lecz niecodzienne dania. Większość promowanych potraw to tzw. *comfort food*, oznaczające posiłek na pocieszenie. Twórcy aplikacji dostrzegając jej kulinarny potencjał rozszerzyli swoją działalność o *TikTok Kitchen*³⁵. Nowo powstająca inicjatywa ma na celu wprowadzenie miejsc, serwujących najpopularniejsze potrawy TikToka. Wśród słynnych posiłków znajdują się „żeberka” z kukurydzy, domowy seitan czy makaron zapiekany z pomidorami i grecką fetą³⁶.

Wyrażanie swoich przeżyć i gustów kulinarnych może się odbywać na wiele sposobów, jednak w czasach mediów społecznościowych najczęściej służy do tego obraz. Platformą skoncentrowaną na wizualizacji przekazu jest Instagram. Nie bez powodu przywołano ten serwis w kontekście jedzenia. Instagram to miejsce, które wypromowało estetyczne posiłki i upowszechniło tzw. fotografię produktową. Termin odnosi się do marketingu i wszystkich rodzajów fotografii, przedstawiających produkty przeznaczone na sprzedaż³⁷. Taką formę promocji wykorzystują np. restauracje, zachęcając gości do wypróbowania konkretnych pozycji menu. Jedzenie jest coraz częściej traktowane jak element komunikacji marketingowej. Odpowiednie połączenie składników, kolorów i struktur może

³⁴ *Kənd Həyatı*, <https://www.youtube.com/watch?v=IFvhskOhZjw> (dostęp 09.05.2022 r.).

³⁵ A. Daniluk, *Najpopularniejsze przepisy kulinarne z TikToka*, z 05.01.2021 r., <https://stronakuchni.pl/najpopularniejsze-przepisy-kulinarne-z-tiktoka-2021-wkrotce-te-dania-bdzie-mozna-zamowic-do-domu-na-razie-w-usa/ar/c17-15979913> (dostęp 10.05.2022 r.).

³⁶ Tamże.

³⁷ *Fotografia produktowa*, „Formedia” (brak daty opub.), <https://www.formedia.com.pl/fotografia-produktowa/> (dostęp 06.02.2022 r.).

być wyrazem prawdziwego artyzmu. Instagram ukształtował modę na stylowe posiłki, promując zdjęcia estetycznych dań, gustownej zastawy i oryginalnych rekwizytów. „Instagramowe” potrawy wpływają w ten sposób na zmysły i fantazję odbiorców, stwarzając wyobrażenie o niebanalnym i wyjątkowym smaku. Jednak wyidealizowane dania wcale nie muszą zaspokajać naszego podniebienia. Powszechny trend oparty na ładnej zawartości talerza nie zawsze idzie w parze z walorami smakowymi. Internauci napędzający swój apetyt zdjęciami jedzenia, niekiedy zapominają o jego pierwotnych wartościach. Najważniejsze staje się to, aby lunch wpasował się swoją kolorystyką w medialny profil „fotografa”.

Internauci napędzający swój apetyt zdjęciami jedzenia, niekiedy zapominają o jego pierwotnych wartościach. Najważniejsze staje się to, aby lunch wpasował się swoją kolorystyką w medialny profil „fotografa”.

Internetowa popularyzacja żywności to duża zasługa obrazu, lecz poza nim szczególną rolę odgrywają tzw. hashtagi. Jak podaje portal brand2eat.pl, najpopularniejsze zwroty w kontekście jedzenia to #food, #instafood #artfood i #foodporn. Ponadto w formie hashtagu, można zapisać składniki danej potrawy lub miejsce, w którym zostało wykonane zdjęcie. Kluczowe słowa powiązane z obrazem uwydatniają jego treść oraz zwiększają zasięg danego postu³⁸. Zdaniem naukowców jedzenie w znacznym stopniu określa naszą tożsamość i świadczy o indywidualnych cechach konsumenta. W dzisiejszych, internetowych realiach zaistniała tendencja do bycia miłośnikiem dobrego smaku i znawcą wyszukanych składników. Członkowie medialnej społeczności bardzo często identyfikują się z pojęciem „koneser” lub „smakosz”. Zaczynają także traktować jedzenie jako coś intelektualnego, skłaniającego do refleksji. Takie podejście wyróżnia ich na tle osób, które realizują potrzebę głodu bez większych przemyśleń.

³⁸ A. Borysiak, *Instagram to nie tylko ładne zdjęcia* „Brand2eat” (brak daty opub.), <https://www.brand2eat.pl/marketing/instagram-to-nie-tylko-ladne-zdjecia/> (dostęp 08.02.2022 r.).

Artystyczne zdjęcia żywności zapoczątkowały rozważania dotyczące zjawiska *food pornu*. To sformułowanie, zapisane najczęściej w postaci hashtagu, ma w sobie wiele znaczeń i interpretacji. Składa się na nie symbolika, język i wszelkie kombinacje przekazywane za pośrednictwem zdjęcia. *Food porn* w znacznym stopniu podkreśla walory jedzenia, które najbardziej oddziałują na emocje odbiorców. Odpowiednie wyeksponowanie atutów potrawy, jej struktur, kształtów i smaków może wywoływać podobne uczucia, co sztuka³⁹. Bardzo często jest to wyraz żywnościowego kunsztu, którego źródła można upatrywać np. w obrazach Giuseppe Arcimbolda. Prace artysty (głównie portrety), to oryginalne połączenie elementów natury, w tym kwiatów, owoców i warzyw. Ich analiza jest prawdziwą przygodą, wzbudzającą w oglądających szereg głębokich doznań. Dzieła G. Arcimbolda są przejawem odwagi i awangardy, którą udaje się dostrzec także w fotografii kulinarnej⁴⁰. Fotografowanie potraw to próba uchwycenia idealnej i nienaruszonej kompozycji, przypominającej niekiedy martwą naturę.

Członkowie medialnej społeczności bardzo często identyfikują się z pojęciem „koneser” lub „smakosz”. Zaczynają także traktować jedzenie jako coś intelektualnego, skłaniającego do refleksji. Takie podejście wyróżnia ich na tle osób, które realizują potrzebę głodu bez większych przemyśleń.

Żywność sama w sobie to często wykorzystywany przez artystów motyw. Francisco de Zurbarana, w swoim dziele pt. „Martwa natura z cytrynami i pomarańczami” ukazał religijny wymiar jedzenia, zwracając szczególną uwagę na estetykę i delikatność malowanych obiektów. Obraz koncentruje się na minimalistycznych

³⁹ M. Synowiec-Piłat, M. Jędrzejek, A. Pałęga, *Magia food pornu. Próba rekonstrukcji etnologii zjawiska*, „Miscellanea Anthropologica et Sociologica” t. 19, nr 2 (2018), s. 92.

⁴⁰ M. Giedroń, *Arcimboldo. Mistrz dziwnych portretów* (brak daty opub.), <https://www.italianki.pl/2017/08/arcimboldo-mistrz-dziwnych-portretow-mg.html> (dostęp 08.05.2022 r.).

przedmiotach, które pomimo „ciężkiego” tła nadają mu lekki charakter⁴¹. Niezwykle dekoracyjna w swej formie martwa natura była nośnikiem istotnych znaczeń. Pochodząca z 1627 r. praca Pieter’a Claesza’a ukazuje przerwana ucztę, symbolizującą kruchość ludzkiego życia. Nadkrojone produkty przy pustym stole świadczą o niedokończonych czynnościach i skłaniają do refleksji nad losami człowieka⁴². Podobne estetycznie kadry z powodzeniem odnajdziemy w przestrzeni internetowej. Pokazywanie żywności w nienagannej i stałej konstrukcji nawiązuje w pewnym sensie do sztuk plastycznych. Poczynania współczesnych kuchmistrzów bez wątpienia można opisać hashtagem *#foodart*. Internetowa aktywność Wojciecha Modesta Amaro lub Przemysława Klimy jest potwierdzeniem tego, że zawartość talerza to wynik twórczości, którą można zinterpretować.

Food porn poza ładną ilustracją i twórczym przesłaniem odwołuje się również do aspektów społeczno-ekonomicznych. Konsumenci na podstawie wykwintnych dań w restauracyjnym wnętrzu lub stylowej kuchni mogą określać swój status społeczny. Wspomniane pojęcie dotyczy także uroczystych spotkań, w których główną rolę odgrywa jedzenie. Suto zastawione stoły i biesiadowanie, to kolejny powód do umieszczenia zdjęcia z omawianym hashtagem⁴³. Wspólne spożywanie posiłków łączy i solidaryzuje ze sobą daną społeczność. Jak podają badania przeprowadzone na Uniwersytecie Oksfordzkim ludzie, którzy ze sobą jedzą, są zwykle zadowoleni ze swojego życia⁴⁴. Nic więc dziwnego, że zbiorowa konsumpcja doczekała się własnego terminu *social eating*. Nurt ten jest formą popularyzowania jedzenia w towarzystwie jako czynnika podtrzymującego relacje i więzi. Zdaniem naukowców grupowe jedzenie pozytywnie wpływa na człowieka i poszerza jego sieć społeczną. *Social eating* to dynamiczne zjawisko, poddane wpływom technologicznym. Aktualizacja życia społecznego sprawiła, że nie musimy fizycznie przebywać wśród ludzi, aby z nimi jadać. Ponadto, przesyłane do sieci obrazy i ilustracje potraw minimalizują poczucie samotności, podczas jedzenia obiadu w pojedynkę.

⁴¹ A. Cirocka (brak daty opub.), <http://www.isztuka.edu.pl/i-sztuka/node/429> (dostęp 08.05.2022 r.).

⁴² A. Barczyk, *Cena non finita. Stoły, spiżarnie i wiktuały w siedemnastowiecznym malarstwie niderlandzkim – motywy i interpretacje*, „Kultura jedzenia, jedzenie w kulturze”, s. 62.

⁴³ Tamże, s. 93.

⁴⁴ *Jedzenie towarzyskie łączy społeczności* (brak daty opub.), <https://www.ox.ac.uk/news/2017-03-16-social-eating-connects-communities> (dostęp 08.05.2022 r.).

Internetowe trendy nie zawsze mają optymistyczny wydźwięk, istnieją bowiem takie, które kojarzą się negatywnie. *Clean eating* to powszechnie znany ruch, mający na celu rezygnację z produktów uznawanych za „nieczyste”. Najprościej rzecz ujmując jest on przestrożą przed najbardziej przetworzoną żywnością, zawierającą sztuczne składniki. Mimo to, zachęca także do wielu skrajnych czynności, np. wyzbycia się z diety zbóż, nabiału i cukrów. Tzw. czyste jedzenie, teoretycznie utożsamiane ze zdrowiem niesie ze sobą mnóstwo restrykcyjnych praktyk. *Clean eating* promuje się poprzez produkty takie jak płatki bez zbożowe czy przekąski, które nie tuczą. Najczęściej przyjmuje on moralizatorską formę, powodując tym samym obsesję na punkcie dietetycznego dobrostanu. W serwisie Instagram, pod nazwą wspomnianego ruchu odnajdziemy około 50 mln. hashtagów, uzupełnionych zdjęciami dietetycznych posiłków i niskokalorycznych deserów⁴⁵.

Wymienione powyżej przykłady udowadniają, że żywność to ważny element internetowej działalności. Pojawienie się nowych serwisów i aplikacji, to nie mała konkurencja dla zawodowych blogerów kulinarnych. Coraz więcej internautów decyduje się na publiczne gotowanie lub testowanie restauracyjnego menu⁴⁶. Amatorzy, podobnie jak profesjonaliści zyskują grono odbiorców i mają szansę zarabiać na swoim hobby. Posiłki, niegdyś spożywane w domowym zaciszu, dziś są wystawiane na publiczną ocenę. Świat kulinariów stał się zatem czynnikiem wpływającym na medialny wizerunek użytkowników. Jedzenie zaczęło odgrywać istotną rolę, ponieważ publikowanie go w mediach nadało niezwykle charakter prozaicznym czynnościom. Współczesne odżywianie pozostawia wiele do życzenia, warto jednak zaznaczyć, że Nowe Media zachęcają do codziennej aktywności kulinarnej. Być może jest to dobry krok w stronę celebrowania posiłków i rezygnacji z gotowych, spożywczych dań.

CHLEBOWA KULTURA, CZYLI POPULARYZACJA DAWNYCH OBYCZAJÓW

Chleb to podstawowy składnik naszej codzienności. Na myśl o tym wypieku przychodzi mnóstwo skojarzeń i smaków. Powstające od tysięcy lat pieczywo doczekało się rozmaitych form, takich jak bułki, rogalce czy bagietki, ale również sentencji

⁴⁵ Czy „czyste jedzenie” jest dla Ciebie dobre? (brak daty opub.), <https://www.outsideonline.com/health/nutrition/is-clean-eating-good/> (dostęp 08.05.2022 r.).

⁴⁶ M. Sońta, *Blogowi profesjonaliści w kuchni*, dz. cyt., s. 138.

i znanych powiedzeń. Synonim chleba to nie tylko bochenek, ale również środki do życia, utrzymanie, praca i zarobek. Wypiek ten został utożsamiony z najwyższą wartością i produktem, który należy darzyć szczególnym szacunkiem. Świadczą o tym przysłowia takie jak: „chleb pracą nabyty, bywa smaczny i syty lub chleb płacze, gdy go darmo jedzą”⁴⁷. Interpretacja wspomnianych sformułowań odnosi się do pracowitych ludzi, których pieczywo nie straci na jakości, ponieważ jest zdobyte ciężkim wysiłkiem. Co więcej, pszenny placek nie jest przeznaczony dla osób leniwych. Występuje zatem jako nagroda dla gorliwych i niestrudzonych.

Wypiekanie ciasta, poddanego procesowi fermentacji to nie lada obyczaj. Umasowanie tego produktu uczyniło go fundamentem naszej diety. Jesteśmy przywiązani do chleba od pokoleń, traktując jego spożywanie jak rytuał. Mimo wielu rodzajów pieczywa, stanowi ono pewną jedność, uchodząc za konieczny i stały element pożywienia. Nawiązując do chlebowych gatunków, warto odnieść się do początków ich powstawania oraz pierwotnej wersji. Jak podają badania archeologiczne, pierwsze bochenki zawierały wiele zanieczyszczeń np. słomę czy całe ziarna. Zmieniło się to dopiero podczas skonstruowania specjalnych urządzeń, pozwalających mielić i oczyszczać ziarno⁴⁸. Chleb początkowo nie przypominał dzisiejszej postaci, miał formę cienkiego placka podobnego do współczesnej tortilli lub macy. Jego miękka i pulchna wersja pojawiła się około 6 tys. lat p.n.e., kiedy przypadkowo odkryto czym jest fermentacja. Niespodziewany fenomen nastąpił prawdopodobnie na skutek nieodmytego naczynia, w którym wyrabiano chlebowe ciasto. Jest to jedna z wielu teorii dotycząca piekarniczej rewolucji, niemniej jednak to Egipcjanie byli przodujący w przygotowywaniu puszystych wypieków. Znali bowiem proces spulchniania chleba, ze względu na produkcję piwa i konieczność używania drożdży⁴⁹.

Przygotowywanie pieczywa, wiązało się zwykle z posiadaniem pewnej wiedzy i dużym nakładem pracy. Tradycyjny bochenek musiał zawierać odpowiedni typ mąki, która powstawała z dobrej jakości ziarna. W czasach średniowiecza to Polska stanowiła potęgę w uprawie zbóż. Było ono na bardzo wysokim poziomie,

⁴⁷ *Chlebowe przysłowia* (brak daty opub.), <https://kuchnialidla.pl/chlebowe-przyslowia> (dostęp 09.09.2022 r.).

⁴⁸ M. Fabijańska, A. Fronczak, *Historia i tradycja wypieku chleba oraz jego miejsce w świecie*, „Zeszyty Naukowe. Turystyka i Rekreacja” nr 15 (2015), s. 94.

⁴⁹ Tamże, s. 94.

w związku z czym eksportowano je do wielu krajów Europy⁵⁰. Wszystkim znany chleb wypieka się na zakwasie lub drożdżach spożywczych. Pierwsza metoda (wykorzystywana głównie na wsi) jest starsza i o wiele bardziej pracochłonna. To właśnie zakwas odpowiada za charakterystyczny zapach i smak oraz dłuższe zachowanie świeżości⁵¹. Chleb to kluczowy składnik naszego menu, jednak poza zaspakajaniem głodu, wpływa również na potrzebę duchową. Świadczy o tym umiejscowienie go w rytuałach religijnych. Dla chrześcijan jest on ciałem Chrystusa, a także metaforyczną relacją z Bogiem⁵². Ponadto symbolizuje pokarm dla duszy i stanowi wyraz dziękczynienia⁵³.

W dzisiejszych czasach raczej próżno upatrywać tradycjonalistycznego podejścia do chleba. Zwłaszcza w dobie komercjalizacji wielu obszarów życia i popularyzacji konsumpcjonizmu. W jednym z artykułów socjologa Lucjana Kocika możemy przeczytać, że proces globalizacji umniejszył rolę chleba, co skutkuje widocznym marnotrawstwem żywności. Ponadto, zmieniły się także zasady wypiekania tego szlachetnego produktu. Współczesna produkcja nie opiera się już na kulturowych wzorach i mistycznym charakterze pieczywa⁵⁴. Długo dojrzewający zakwas, często zastępuje się gotowymi mieszkankami, które mają imitować prawdziwy, chlebowy smak. Biorąc pod uwagę te informacje, można by rzec, że chleb na dobre utracił swoje emocjonalne znaczenie, jednak media internetowe wyraźnie podważają to założenie. W wielu serwisach społecznościowych zaistniał trend skoncentrowany na odwzorowaniu tradycyjnej wersji wypieku.

Platformą służącą do realizowania takich czynności jest głównie Instagram. Hashtag „chleb” zastosowano do tej pory przy około 257 tys. postach, prezentujących różnorodne formy bochenków⁵⁵. Angielski odpowiednik „bread” zawiera 18,3 mln. zdjęć, przedstawiających nie tylko chleb, ale także pączki, bułki, kanapki

⁵⁰ Tamże, s. 95.

⁵¹ Tamże, s. 98.

⁵² Polskie Radio, *Symbolika chleba i tradycje z nim związane* – ks. Jan Sochoń z 26.08.2008 r., <https://www.polskieradio.pl/37/228/Artykul/170571,Symbolika-chleba-i-tradycje-z-nim-zwiazane-ks-Jan-Sochon> (dostęp 11.02.2022 r.).

⁵³ Tamże, s. 96.

⁵⁴ L. Kocik, *Mistyczne i społeczne wartości pracy przy tworzeniu chleba*, „Studia Socialia Cracovienisia” nr 1 (2013), s. 15–16.

⁵⁵ Instagram, *chleb*, <https://www.instagram.com/explore/tags/chleb/> (dostęp 14.02.2022 r.).

i pizzę⁵⁶. Wspomniane treści są formą promocji dla popularnych piekarni oraz domową aktywnością wielu użytkowników. W internecie pojawia się coraz więcej kursów i szkoleń, skłaniających do wyrobu domowego chleba. Zofia Zalewska działająca na Instagramie jako „Zalewianka”, to jedna z inicjatorek „chlebowych” warsztatów online. Za pośrednictwem platformy chceszostac.pl skłania internautów do poszerzenia swojej wiedzy z zakresu tradycyjnego pieczywa. Wskazówki i porady Z. Zalewskiej są zwykle poparte zdjęciami, zamieszczanymi w serwisie Instagram. Twórczyni publikuje materiały związane z wegańską żywnością i produkcją własnych bochenków. Za pomocą krótkich relacji stara się przekazać jak najwięcej czynności „zza kulis”. Sama określa siebie jako „domową piekarkę”, akcentując tym samym współczesny kierunek kulinariów⁵⁷.

Piekarniczą tematykę znajdziemy także u Elizy Móralskiej-Kmity, założycielki bloga i profilu na Instagramie o nazwie „Whiteplatecom”. Blogerka i autorka pięciu książek kucharskich (w tym „Chleb i okruszki”) wielokrotnie podkreśla, że chleb to trwały element jej codzienności. W jednym z cykli wydarzeń pt. „Zdrowie płynące z tradycji” E. Móralska-Kmita podkreśla jak ważne jest historyczne znaczenie chleba⁵⁸. Odwołując się do czasów komunistycznych, utożsamia pieczywo z ciężką pracą i trudnym dostępem do podstawowych składników. Jak wspomina, późniejszy dobrobyt wpłynął negatywnie na ten rodzaj wypieku, przyczyniając się do jego marnotrawstwa. Mimo to, dziś wracamy do poszanowania chleba, chociażby ze względu na pandemiczne zagrożenie. „Whiteplatecom” to profil o charakterze edukacyjnym, stanowiący źródło niezbędnych informacji o chlebie na zakwasie i drożdżach. Obfituje w subtelne fotografie, które są formą uwagi dla tradycyjnych wypieków⁵⁹.

Wracając do tematu książek kulinarnych, warto podkreślić szczególną rolę Jeffreya Hamelmana. Jest on autorem publikacji, które w środowisku piekarniczym niewątpliwie zyskują miano bestsellerów. Książka pt. „Chleb” jest porównywana

⁵⁶ Instagram, *bread*, <https://www.instagram.com/explore/tags/bread/> (dostęp 14.02.2022 r.).

⁵⁷ Instagram, „Zalewianka” <https://www.instagram.com/zalewianka/> (dostęp 15.02.2022 r.).

⁵⁸ Muzeum Powstania Warszawskiego, *Chleb z mielonymi żołądkami – Eliza Móralska-Kmita & Basia Starecka*, <https://www.youtube.com/watch?v=VJ0XRCtu-vM> (dostęp 10.05.2022 r.).

⁵⁹ Instagram, *Whiteplatecom*, <https://www.instagram.com/whiteplatecom/?hl=pl> (dostęp 15.02.2022 r.).

nawet do biblij i stanowi podstawę nauki o wypiekaniu pieczywa. Hamelman trafia do swoich czytelników, powierzając im cenne rady na idealne bochenki lub bułki. Autor przekazuje swoją wiedzę z myślą o małych piekarniach oraz domowych potrzebach. W swoich dziełach stosuje liczne tabelki i grafiki, które mają wprowadzać amatorów do profesji piekarnictwa. Niniejsza książka to bardzo konkretne wskazówki i emocjonalne przywiązanie do swojej pracy⁶⁰.

Powrót do tradycyjnych bochenków chleba nie wyklucza piekarniczych fantazji. Niegdyś przy wyrobie pieczywa stosowano zmielone żołądźce, zastępujące brakującą mąkę. Dziś coraz częściej wykorzystuje się kolorowe barwniki spożywcze. Tworzenie wielobarwnych wypieków z motywem tęczy jest wynikiem stosunkowo młodego trendu, który zaistniał w trakcie ogólnoswiatowego *lockdownu*. *Cloudbread* lub „Chmurkowy chleb” to oryginalna nazwa nowo powstającej, internetowej tendencji⁶¹. Tęczowe wypieki z dodatkiem cukru przyciągają nie tylko wyglądem, ale też słodkim smakiem. W serwisie Instagram pod hasłem #rainbowbread kryje się ponad 11 tys. postów. Natomiast hashtag #cloudbread został użyty prawie 50 tys. razy⁶².

Wyraźne zaangażowanie w produkcję domowego chleba widać również w serwisie Facebook. Dowodem tego jest prywatna grupa, nosząca nazwę „Piekarnicza brać”. Ta internetowa przestrzeń zrzesza około 40 tys. użytkowników. Można tu mówić o pewnego rodzaju wspólnocie, posiadającej te same cele i zainteresowania. Miejsce to stanowi integrację osób, dla których wypiekanie chleba jest pasją, a także pracą. Członkowie grupy wstawiając zdjęcia własnych wypieków, dzielą się indywidualnymi doświadczeniami. Poza tym tworzą obszar dyskusji i wymiany zdań w zakresie pieczenia chleba. Taka aktywność to z jednej strony edukacyjne forum dla początkujących, a z drugiej chętnie się osobistymi poczynaniami. Być może piekarnicze skłonności to potwierdzenie wizji B. Popkina, który zakłada rezygnację z kulinarnego przesytu na rzecz tradycyjnych smaków.

⁶⁰ L. Chłodecka, *Chleb – Jeffrey Hamelman* z 03.12.2013 r. <https://www.cafebabilon.pl/2013/12/chleb-jeffrey-hamelman/> (15.02.2022 r.).

⁶¹ K. Raclawska, *Cloudbread to nowy trend, który podbija Instagram*, z 19.08.2020 r., <https://stylzycia.radiozet.pl/Kuchnia/Cloudbread-to-nowy-trend-na-Instagramie-Chmurkowy-chleb-to-hit-2020-26136> (dostęp 12.05.2022 r.).

⁶² *Cloudbread*, <https://www.instagram.com/explore/tags/cloudbread/> (dostęp 12.05.2022 r.).

ZAKOŃCZENIE

Zdefiniowanie kultury żywienia to nie lada wyzwanie, zwłaszcza w czasach globalizacji i ujednolicenia obszaru kulinariów. Współczesny konsument ma nieograniczony dostęp do dóbr, które kiedyś uchodziły za ekskluzywne i nieosiągalne. W praktyce oznacza to, że konkretne produkty przestały definiować dany region, a stały się ogólnodostępne i homogeniczne. Wraz z przepływem międzynarodowych wzorców nastąpił zanik znanych receptur, a gusta żywieniowe stały się zależne od napływających trendów. Potwierdzeniem tego założenia są restauracje McDonalds lub KFC, a także producenci nakłaniający społeczeństwo do korzystania z konkretnych diet. Istniejąca w świecie żywności moda, upowszechniła nowe przepisy, często wykluczające gluten, cukier lub węglowodany.

Wydawać by się mogło, że społeczeństwo rezygnuje z nawyków, zapoczątkowanych przez naszych przodków. Jednak dynamiczny rozwój Nowych Mediów uświadamia, że kultura kulinarna wraca do łask, a ich użytkownicy chcą pielęgnować dawne obyczaje. Analiza kanałów społecznościowych dowiodła, że internauci chętnie podejmują się tematu żywienia. Pomimo udogodnień, zniechęcających do samodzielnego gotowania, nadal dostrzegamy liczne blogi i profile, skoncentrowane na domowym jedzeniu. W tym kontekście możemy mówić o szczególnej roli chleba. Uniwersalny produkt spożywany każdego dnia, niesie ze sobą szereg znaczeń i wartości. Nie dziwi więc powszechne zamiłowanie do wypiekania tradycyjnych bochenków. W dzisiejszym skomercjalizowanym świecie chleb staje się symbolem tęsknoty za tym co prawdziwe i nieskażone. Właśnie ręcznie przygotowane pieczywo to wyraz aktywnej postawy wykluczającej próżność.

Biorąc pod uwagę dotychczasowe rozważania, można uznać, że pierwotne tradycje mają miejsce we współczesnej kulturze kulinarnej. Wiele nawyków zmieniło się bezpowrotnie na skutek obecnych realiów. Jednak medialna popularyzacja jedzenia stanowi impuls do odnowienia dawnych praktyk żywieniowych. Internetowa działalność w zakresie kulinariów powoduje wznawianie i reaktywację wielopokoleniowych doświadczeń. Łączenie tradycji z nowoczesnością powoduje, że przyjmujemy stare zwyczaje w nowej, ale wszystkim znanej formie.

BIBLIOGRAFIA

- Ayora-Diaz S.I., *Processed Modernity: Cooking Ingredients and the Materiality of Food*, „Studia Alimentaria” t.1 nr 1 (2022), s. 2–23.
- Barczyk A., *Cena non finita. Stoły, spiżarnie i wiktuały w siedemnastowiecznym malarstwie niderlandzkim – motywy i interpretacje*, „Kultura jedzenia, jedzenie w kulturze”, AT Wydawnictwo, Kraków 2014.
- Beszamel, <https://beszamel.se.pl/> (dostęp 09.05.2022 r.).
- Bieńko M., *Smakosz na diecie eliminacyjne. Analiza Polskich blogów kulinarnych*, „Miscellanea Anthropologica et Sociologica” t. 19, nr 2 (2018), s. 64–82.
- Borysiak A., *Instagram to nie tylko ładne zdjęcia*, <https://www.brand2eat.pl/marketing/instagram-to-nie-tylko-ladne-zdjecia/> (dostęp 08.02.2022 r.).
- Brand2eat (brak daty opub.), <https://www.brand2eat.pl/marketing/instagram-to-nie-tylko-ladne-zdjecia/> (dostęp 08.02.2022 r.).
- Bread, <https://www.instagram.com/explore/tags/bread/> (dostęp 14.02.2022 r.).
- Cirocka A., (brak daty opub.), <http://www.isztuka.edu.pl/i-sztuka/node/429> (dostęp 08.05.2022 r.).
- Chleb, <https://www.instagram.com/explore/tags/chleb/> (dostęp 14.02.2022 r.).
- Chlebowe przysłowia, <https://kuchnialidla.pl/chlebowe-przyslowia> (dostęp 09.09.2022 r.).
- Cloudbread, <https://www.instagram.com/explore/tags/cloudbread/> (dostęp 12.05.2022 r.).
- Chłodecka L., *Chleb – Jeffrey Hamelman* z 03.12.2013 r., <https://www.cafebabilon.pl/2013/12/chleb-jeffrey-hamelman/> (15.02.2022 r.).
- Czy „czyste jedzenie” jest dla Ciebie dobre? (brak daty opub.), <https://www.outsideonline.com/health/nutrition/is-clean-eating-good/> (dostęp 08.05.2022 r.).
- Daniluk A., *Najpopularniejsze przepisy kulinarne z TikToka*, z 05.01.2021 r., <https://stronakuchni.pl/najpopularniejsze-przepisy-kulinarne-z-tiktoka-2021-wkrotce-te-dania-bedzie-mozna-zamowic-do-domu-na-razie-w-usa/ar/c17-15979913> (dostęp 10.05.2022 r.).
- Drzał-Sierocka A., *W garnku kultury. Rozważania nad jedzeniem w przestrzeni społeczno-kulturowej*, Wydawnictwo Naukowe Katedra, Gdańsk 2014.
- Dymek M., „Jadłonomia”, <https://www.jadlonomia.com/> (dostęp 03.02.2022 r.).
- Fabijańska M., Fronczak A., *Historia i tradycja wypieku chleba oraz jego miejsce w świecie*, „Zeszyty Naukowe. Turystyka i Rekreacja” nr 15 (2015), s. 93–104.
- Food vlog, https://www.youtube.com/results?search_query=food+vlog+ (dostęp 05.02.2022 r.).
- Fotografia produktowa, „Formedia” (brak daty opub.), <https://www.formedia.com.pl/fotografia-produktowa/> (dostęp 06.02.2022 r.).
- Gajdziński J.N., „Smaki z Polski” (brak daty opub.), <https://www.smakizpolski.com.pl/slowianie-potrawy-obrzedowe/> (dostęp 07.05.2022 r.).

- Giedroń M., *Arcimboldo. Mistrz dziwnych portretów* (brak daty opub.), <https://www.italianki.pl/2017/08/arcimboldo-mistrz-dziwnych-portretow-mg.html> (dostęp 08.05.2022 r.).
- Jedzenie towarzyskie łączy społeczności* (brak daty opub.), <https://www.ox.ac.uk/news/2017-03-16-social-eating-connects-communities> (dostęp 08.05.2022 r.).
- Kizewski P., *Dziady – dawne zwyczaje, tradycje i obrzędy Słowian* (brak daty opub.), <https://www.naszeszlaki.pl/archives/44589> (dostęp 08.05.2022 r.).
- Kmita E., „Whiteplate.com” <https://whiteplate.com/2020/10/moja-nowa-ksiazka-chleb-i-okruszki/> (dostęp 15.02.2022 r.).
- Kocik L., *Mistyczne i społeczne wartości pracy przy tworzeniu chleba*, „Studia Socialia Cracovienisia” nr 1 (2013), s. 9–19.
- Kultura*, „Ozkultura.pl” z 04.11.2017 r., <http://ozkultura.pl/wpis/1384/6> (dostęp 16.02.2022 r.).
- Kuźmiński M., *Nauka w kuchni. Przełomowe Historie Sztuki Kulinarnej*, Wydawnictwo Znak, Kraków 2019.
- Kwestia Smaku*, <https://www.kwestiasmaku.com/> (dostęp 04.02.2022 r.).
- Kænd Høyat, <https://www.youtube.com/watch?v=IFvhskOhZjw> (dostęp 09.05.2022 r.).
- Miasto Kobiet” (brak daty opub.), <https://www.miaastokobiet.pl/blogi-wegetarianskie/> (dostęp 09.05.2022 r.).
- Mickiewicz A., *Pan Tadeusz*, oprac. D. Nosowska, Wydawnictwo IBIS, Poznań 2013.
- Milewska M., *Ślepa kuchnia*, PIW, Warszawa 2021.
- Modławska H., *Niematerialne Dziedzictwo Kulturowe – praktyki kulinarne*, Wydawnictwo WODR, Poznań 2018.
- Muzeum Powstania Warszawskiego, *Chleb z mielonymi żołądziami – Eliza Mórawska-Kmita & Basia Starecka*, <https://www.youtube.com/watch?v=VJ0XRCtu-vM> (dostęp 10.05.2022 r.).
- Najlepsze blogi kulinarne* (brak daty opub.), <https://blogi-kulinarne.pl/> (dostęp 09.05.2022 r.).
- Norma, SJP, <https://sjp.pwn.pl/slowniki/norma.html> (dostęp 14.05.2022 r.).
- Polskie Radio, *Symbolika chleba i tradycje z nim związane* – ks. Jan Sochoń z 26.08.2008 r., <https://www.polskieradio.pl/37/228/Artykul/170571,Symbolika-chleba-i-tradycje-z-nim-zwiazane-ks-Jan-Sochon> (dostęp 11.02.2022 r.).
- Raśławska K., *Cloudbread to nowy trend, który podbija Instagram*, z 19.08.2020 r., <https://stylzycia.radiozet.pl/Kuchnia/Cloudbread-to-nowy-trend-na-Instagramie-Chmurkowy-chleb-to-hit-2020-26136> (dostęp 12.05.2022 r.).
- Red Lipstick Monster, *Co jem w ciągu dnia. Różnorodne i pyszne przepisy*, <https://www.youtube.com/watch?v=HGcRSKETy4k> (dostęp 11.05.2022 r.).
- Stoličná R., *Tworzenie się kultury kulinarnej Europejczyków*, „Studia Etnologiczne i Antropologiczne” nr 11 (2011), s. 209–219 s.
- Synowiec-Piłat M., Jędrzejek M., Pałęga A., *Magia food pornu. Próba rekonstrukcji etnologii zjawiska*, „Miscellanea Anthropologica et Sociologica” t. 19, nr 2 (2018), s. 84–101.
- Trend, SJP, <https://sjp.pwn.pl/slowniki/trend.html> (dostęp 14.05.2022 r.).

„Whiteplatecom” <https://www.instagram.com/whiteplatecom/?hl=pl> (dostęp 15.02.2022 r.).

Wilson B., *Tak dziś jemy. Biografia jedzenia*, Wydawnictwo SQN, Kraków 2020.

„Zalewianka” <https://www.instagram.com/zalewianka/> (dostęp 15.02.2022 r.).

Biogram

Dominika Marzec – absolwentka Akademii Ignatianum w Krakowie, magister dziennikarstwa i komunikacji społecznej, ze specjalnością dziennikarstwo w mediach cyfrowych. Autorka przyjętych do druku publikacji, związanych z konsumpcjonizmem i trendami konsumenckimi. Uczestniczka konferencji pt. „Dekompozycje i rekompozycje kultury komunikowania” oraz autorka referatu pt. „Znaczenie influencer marketingu w kształtowaniu decyzji współczesnych konsumentów”. Autorka artykułów publicystycznych w serwisie www.kulturalnemedi.com. Praktykantka w Radiu Pryzmat i wydawczyni audycji pt. „Czas Biznesu”, obejmującej tematy związane z przedsiębiorczością i ekonomią. ORCID 0000-0003-3205-4858

Wojciech Mueller

Uniwersytet Adama Mickiewicza w Poznaniu

**Za cenę kapłańskiej krwi ks. Stanisława Streicha.
„Zbrodnia lubońska” w świetle dokumentów
procesu beatyfikacyjnego**

**For the price of the priestly blood of Father Stanisław Streich.
“The Lubon Crime” in the light of the beatification
process documents**

ABSTRAKT

Mimo upływu lat zamordowanie ks. Stanisława Streicha – lubońskiego proboszcza 27 lutego 1938 r. wciąż intryguje.

Wszystkie płaszczyzny zbrodni mają znaczenie polityczne, światopoglądowe i społeczne i biorą swój początek z jej motywów i są ze sobą ściśle powiązane.

Co więcej, mogą być poznawane ze względu na mnogość dokumentów i archiwalnych materiałów, które przetrwały do dnia dzisiejszego. Zamordowany kapłan – męczennik za wiarę, który zginął z ręki komunistycznego zbrodniarza

Wawrzyńca Nowaka, był ofiarnym duszpasterzem, który w pełni żył oddaniem i służbie Kościołowi w trudnych czasach.

W parafii pw. św. Jana Bosko w Luboniu na przestrzeni lat powstały liczne inicjatywy zmierzające do procesu beatyfikacyjnego

Sługi Bożego, który rozpoczął się 28 października 2017 r. Po półtorarocznej pracy Trybunału, Komisji Historycznej oraz Komisji

Teologów Cenzorów 13 kwietnia 2019 r., w kościele pw. św. Jana Bosko w Luboniu odbyła się ostatnia publiczna sesja kończąca proces diecezjalny ks. Stanisława Streicha.

Obszerna procesowa dokumentacja,

licząca prawie 3,5 tysiąca stron, została przygotowana do przekazania jej do Kongregacji Spraw Kanonizacyjnych. Z tego powodu do zasadniczych prac postuladora na etapie rzymskim należało opracowanie *Positio*, które jest podstawowym dokumentem pracy przy studiowaniu i pogłębieniu danej sprawy. Cała *Positio super martyrio Servi Dei Stanislai Streich* została tak opracowana, by mogła wystarczyć do wyrobienia obiektywnego sądu biegłym historykom i teologom, a następnie członkom Kongregacji, aby dzięki zebrany dowodom zdobyć pewność moralną przy udzieleniu odpowiedzi na *dubium* początkowe, które w procesie o męczeństwo ks. Stanisława Streicha brzmi następująco: „Czy udowodniono męczeństwo, jego przyczynę oraz opinię męczeństwa w takim zakresie o jaki chodzi w sprawie”? Odpowiedź na powyższe pytanie jest możliwa nie tylko po wnikliwej analizie zeznań świadków, ale przede wszystkim po pogłębieniu merytorycznym i analizie zebranej całej dokumentacji procesowej, która znajduje swoje odzwierciedlenie w jednej z części *Positio*, a mianowicie w *Summarium Documentorum*.

SŁOWA KLUCZOWE:

Summarium Documentorum, Positio,
etap rzymski procesu beatyfikacyjnego,
męczeństwo

ABSTRACT

Despite the passage of years, the murder of Fr. Stanisław Streich – the parish priest of Luboń on February 27, 1938, is still intriguing.

All the levels of the crime have political, philosophical and social significance, and they derive from its motives and are closely related to each other. Moreover, they can be known because of the multitude of documents and archival materials that have survived to this day. The murdered priest – a martyr for his faith, who died at the hands of the communist criminal Wawrzyniec Nowak, was a sacrificial priest who fully lived in devotion and service to the Church in difficult times. In the parish of st. John Bosco in Luboń, over the years, numerous initiatives have been created aimed at the beatification process of the Servant of God, which began on October 28, 2017.

After the one and a half years of work of the Tribunal, the Historical Commission and the Censors Theologians Commission, on April 13, 2019, in the church of st. John Bosco in Luboń, the last public session was held ending the diocesan process of Fr. Stanisław

Streich. Extensive procedural documentation, almost 3,500 pages, has been prepared for submission to the Congregation for the Causes of Saints. For this reason, the basic work of the postulator at the Roman stage was the preparation of the *Positio*, which is the basic document of work in studying and deepening a given matter. The entire *Positio super martyrio Servi Dei Stanislai Streich* was designed in such a way that it could be enough to form an objective judgment for expert historians and theologians, and then for members of the Congregation, to gain moral certainty thanks to the collected evidence in answering the initial *dubium*, which in the process of martyrdom of Fr. Stanisław Streich reads as follows: "Has the martyrdom, its cause and the opinion of martyrdom been proven to the extent that is the case?" The answer to the above question is possible not only after a thorough analysis of the testimonies of witnesses, but most of all after the substantive deepening and analysis of the entire trial documentation, which is reflected in one of the parts of the *Positio*, namely in the *Summarium Documentorum*.

KEYWORDS:

Summarium Documentorum, Positio, roman stage of the beatification process, martyrdom

Mimo upływu lat zamordowanie ks. Stanisława Streicha – lubońskiego proboszcza, 27 lutego 1938 r., wciąż intryguje. Wszystkie płaszczyzny zbrodni mają znaczenie polityczne, światopoglądowe i społeczne; biorą swój początek z jej motywów i są ze sobą ściśle powiązane. Co więcej, mogą być poznawane ze względu na mnogość dokumentów i archiwalnych materiałów, które przetrwały do dnia dzisiejszego. Zamordowany kapłan – męczennik za wiarę, który zginął z ręki komunistycznego zbrodniarza Wawrzyńca Nowaka, był ofiarnym duszpa-sterzem, który w pełni żył oddaniem i służbie Kościołowi w trudnych czasach. W parafii pw. św. Jana Bosko w Luboniu na przestrzeni lat powstały liczne inicja-tywy zmierzające do procesu beatyfikacyjnego Sługi Bożego, który rozpoczął się

28 października 2017 r., aby na różne sposoby przypominać i promować osobę męczennika oraz by cieszyć się upragnioną beatyfikacją.

Po półtorarocznej pracy Trybunału, Komisji Historycznej oraz Komisji Teologów Cenzorów, 13 kwietnia 2019 r., w kościele pw. św. Jana Bosko w Luboniu odbyła się ostatnia publiczna sesja kończąca proces diecezjalny ks. Stanisława Streicha. Wzięli w niej udział abp. Stanisław Gądecki, Metropolita Poznański, ustanowiony Trybunał: delegat biskupi, promotor sprawiedliwości oraz notariusz, a także postulator. Arcybiskup, swoim dekretem zadeklarował, że dochodzenie diecezjalne zostało ostatecznie zamknięte¹, a każdy oddzielnie złożył przysięgę, że wiernie wypełnił swoje zadania i że zachowa urzędową tajemnicę². Obszerna procesowa dokumentacja, licząca prawie 3,5 tysiąca stron, z pozostałymi aktami, w tym trzydziestoma jednymi zeznaniami świadków dochodzenia diecezjalnego, została przygotowana do przekazania jej do Kongregacji Spraw Kanonizacyjnych³. Ten etap, który nosi nazwę fazy rzymskiej każdego procesu kandydata na ołtarze, zakończył czas zbierania dokumentów, a rozpoczął okres ich merytorycznego opracowania.

Z tego powodu do zasadniczych prac postulatora na etapie rzymskim należało opracowanie *Positio*, które jest podstawowym dokumentem pracy przy studio- waniu i pogłębieniu danej sprawy. Cała *Positio super martyrio Servi Dei Stanisłai Streich*⁴ została tak opracowana, by mogła być przydatna do wyrobienia obiek- tywnego sądu biegłym historykom i teologom, a następnie członkom Kongregacji, aby dzięki zebranych dowodom zdobyć pewność moralną przy udzieleniu odpow- iedzi na *dubium* początkowe⁵, które w procesie o męczeństwo ks. Stanisława

¹ AKMP, *Archetypum. Sessio XXXVIII ac Postrema. Decretum conclusionis causae*, p. 396.

² AKMP, *Archetypum. Sessio XXXVIII ac Postrema*, p. 391. Por. *Sanctorum Mater – instruk- cja Kongregacji Spraw Kanonizacyjnych o prowadzeniu dochodzenia diecezjalnego lub epar- chialnego w sprawach kanonizacyjnych*, Lublin 2011, art. 144 § 1 p. 1–3, s. 149–150.

³ Por. W. Mueller, *Sacerdos et Hostia. Ks. Stanisław Streich – Męczennik sprawy Chrystuso- wej*, Poznań 2021, s. 329.

⁴ W marcu 2021 r. zostały zakończone zasadnicze prace nad *Positio super martyrio Servi Dei Stanisłai Streich*. Została przetłumaczona ostatnia część tego dokumentu na język włoski, a do końcowych czynności należał skład redakcyjny i ostatnie korekty oraz przygotowanie do- kumentu do druku. 5 lipca 2021 r. tenże dokument liczący 466 strony został złożony w Kon- gregacji Spraw Kanonizacyjnych.

⁵ Por. S. Oder, *Złożenie akt dochodzenia diecezjalnego w Kongregacji Spraw Kanonizacyj- nych, weryfikacja jego ważności i opracowanie „Positio”*, „Wydawnictwo Karmelitów Bosych”, Kraków 2009 r., 94.

Streicha brzmi następująco: „Czy udowodniono męczeństwo, jego przyczynę oraz opinię męczeństwa w takim zakresie o jaki chodzi w sprawie”? – *An constet de martyrio eiusque causa de fama in casu et ad effectum de quo agitur?*⁶.

Odpowiedź na powyższe pytanie jest możliwa nie tylko po wnikliwej analizie zeznań świadków, ale przede wszystkim po pogłębieniu merytorycznym i analizie całej zebranej dokumentacji procesowej, która znajduje swoje odzwierciedlenie w jednej z części *Positio*, a mianowicie w *Summarium Documentorum*. Dlatego w tym miejscu należy postawić pytania dotyczące powyższego zagadnienia: Czy zebrane dokumenty i wszelkie materiały dowodowe w trakcie procesu beatyfikacyjnego ks. Stanisława Streicha fazy diecezjalnej są wystarczające do poznania nie tylko „zbrodni lubońskiej”, ale także osoby Sługi Bożego? Czy dobór dokumentów umieszczonych w *Positio* w rozdziale *Summarium Documentorum* jest prawidłowy? Czy zastosowano poprawny podział dokumentów? Czy zachowano wszelkie wytyczne Kongregacji Spraw Kanonizacyjnych przy udzieleniu odpowiedzi na *dubium* początkowe?

SUMMARIUM DOCUMENTORUM

Rozpoczęcie procesu redakcyjnego *Positio super martyrio Servi Dei Stanislai Streich* poprzedzone zostało wstępną oceną relatora – o. dr hab. Szczepana Praśkiewicza OCD, a następnie poddane dyskusji i aprobach na forum kongresu zwykłego, w którym uczestniczyli: prefekt, sekretarz Kongregacji, podsekretarz, promotor wiary i relator generalny, a także relator sprawy⁷. Chociaż materialnym autorem *Positio* jest postulator, to relator bierze na siebie odpowiedzialność za jej formę i treść, które muszą odpowiadać standardom przyjętym w praktyce Kongregacji i spełniać kryteria odpowiadające celowi dla którego powstaje: udowodnienie męczeństwa ks. Stanisława Streicha⁸.

Każda z części *Positio* ma swoją nieocenioną wartość merytoryczną⁹, ale dla potrzeb tego artykułu skupiamy się tylko na *Summarium Documentorum*, ponie-

⁶ CCS, *Regolamento della Congregazione per le Cause dei Santi*, art. 62 § 2,2, Roma 1983.

⁷ Por. S. Oder, *Złożenie akt dochodzenia...*, art. cyt., s. 94.

⁸ Por. Tamże.

⁹ Regulamin Kongregacji podaje pewne wymogi niejako schematyczne dla wszystkich *Positio* i zaleca, aby cały jej materiał został ułożony w porządku chronologicznym, tj. według faz życia Sługi Bożego. Każde *Positio* jest inne i posiada swoje uwarunkowania zarówno

waż bogactwo dostępnych dokumentów dotyczących Sługi Bożego, w postaci materiałów archiwalnych, licznych wspomnień, artykułów i publikacji, pozwoliło wiernie i dokładnie odtworzyć jego biografię w *Informatio* – innej części *Positio*. Ponadto, dzięki zebranemu materiałowi, możemy poznać wiele faktów z życia kandydata na ołtarze, jako człowieka religijnie zdeterminowanego, nieustannie nakierowanego na Boga, realizującego niemalże w każdym detalu swoje kapłańskie powołanie. Większość dokumentacji związanej z ks. Stanisławem Streichem, a więc: oryginały dokumentów urzędowych, korespondencja kurialna i osobista, artykuły prasowe, pisma niepublikowane oraz publikowane, zostały zgromadzone w różnych archiwach, które w dalszej części artykułu zostaną przedstawione i omówione. Postulacja także zebrała znaczną ilość materiałów dowodowych, przechowując je w swoim archiwum w parafii pw. Świętego Krzyża w Kobylnicy bądź w Archiwum parafii pw. św. Jana Bosko w Luboniu, gdzie Sługa Boży żył, pracował i zmarł. Komisja Historyczna szczegółowo dokonała kwerendy każdego z nich, przedstawiając w swojej opinii, jakie dokumenty każde z nich zawiera.

W części na temat męczeństwa ks. Stanisława Streicha w *Summarium Documentorum* dokonano następującego podziału zebranej dokumentacji. Część pierwsza dotyczy dokumentów personalnych, druga listów, które Sługa Boży

dowodowe, jak też historyczno-lokalne i personalne – Zob. H. Misztal, *Prawo kanonizacyjne według ustawodawstwa Jana Pawła II*, Lublin – Sandomierz, s. 317–327. W *Positio super martyrio Servi Dei Stanislai Streich* ks. Stanisława Streicha wyróżniono: *Presentatio* – zredagowane przez relatora, który zdał relację dotyczącą istotnych problemów należących do sprawy. Zaraz po tym umieszczono ogólny wstęp wprowadzający w zakres tematyczny *Positio*. W drugiej części zwanej *Informatio*, wyjaśniono jak został przeprowadzony proces, jacy świadkowie zostali wprowadzeni i przesłuchani oraz jakie było źródło ich wiadomości o faktach dotyczących życia Sługi Bożego i „zbrodni lubońskiej”. Przedstawiono także wykaz przebadanych archiwów i dokumentów w nich znalezionych wraz z oceną ich autentyczności. Ważnym elementem stała się biografia kandydata na ołtarze, szeroko naświetlająca jego postać oraz działalność, zredagowana na bazie zeznań świadków i dokumentów. Kolejna część *Informatio* szczegółowo ukazała zbrodnię dokonaną na kapłanie w oparciu o materiał dowodowy, co umocnione zostało „sławą” świętości i męczeństwa, jaką się cieszył oraz łaskami przypisanymi jego wstawiennictwu u Boga. Następnie zredagowano *Summarium Testium* poprzedzone dekretem ważności akt, zawierające wszelki materiał dowodowy z zeznań świadków oraz *Summarium Documentorum* ukazujące bazę dokumentów zebranych podczas dochodzenia diecezjalnego. Ostatnie dokumenty dotyczyły wotum Komisji Historycznej oraz opinii cenzorów teologów o pismach drukowanych kandydata na ołtarze i deklaracji *de non cultu*. Do ostatnich rozdziałów *Positio* zaliczono indeks osób i miejsc, indeks ogólny oraz ikonografię przedstawiającą w zarysie biogram ks. Streicha.

pisał, trzecia stanowi zbiór dokumentów dotyczących zamordowania ks. Streicha, kolejna związana jest z dokumentami sądowymi z procesu Wawrzyńca Nowaka – zabójcy księdza, piąta dotyczy dokumentów pośmiertnych na temat Sługi Bożego i w końcu część szósta odnosi się do materiału dodanego już po zakończeniu dochodzenia diecezjalnego.

(...) dzięki zebranemu materiałowi, możemy poznać wiele faktów z życia kandydata na ołtarze, jako człowieka religijnie zdeteminowanego, nieustannie nakierowanego na Boga, realizującego niemalże w każdym detalu swoje kapłańskie powołanie.

DOKUMENTY PERSONALNE

Dokumenty osobowe zebrane w procesie beatyfikacyjnym obejmują bardzo obszerny materiał zarówno o znaczeniu cywilnym jak i kościelnym znajdujący się w różnych archiwach. Całość pozwala poznać osobę ks. Stanisława Streicha w czasie i okolicznościach, w których żył. Zebrane zostały dokumenty dotyczące ważnych i szczególnych wydarzeń z różnych okresów jego życia wsparte nominacjami na stanowiska i funkcjami duchownymi, korespondencją kurialną, aktami personalnymi, opiniami jego przełożonych, przykładowymi egzaminami, które zdawał w czasie pobytu w seminarium, dekretami nominacyjnymi i kapłańskimi egzaminami, w końcu sprawami gospodarczymi.

W *Summarium Documentorum* umieszczono 14 dokumentów personalnych Sługi Bożego, począwszy od świadectwa chrztu, skończywszy na dokumencie potwierdzającym jego śmierć. Personalne dokumenty ks. Stanisława Streicha występują przede wszystkim w materiałach zebranych z Archiwum Archidiecezjalnego w Poznaniu i Archiwum rodzinnym w Skokach. Jeden dokument został zamieszczony w książce Stanisława Malepszaka pt. „Luboń i okolice. Dzieje osadnictwa

i dziewięciu parafii”, wydanej w Luboniu w 2005 r. Biorąc pod uwagę wielkość zebranego materiału, została przeprowadzona uprzednia merytoryczna selekcja zebranego materiału, w celu odsłonięcia i przedstawienia w porządku chronologicznym, chwil i wydarzeń z życia Sługi Bożego. Na tak zarysowanym tle można pokrótce zredagować jego biografię.

„Ks. Stanisław Kostka Streich urodził się 27 sierpnia 1902 r. w Bydgoszczy przy ul. Pomorskiej 53. W tamtym czasie Bydgoszcz należała do zaboru pruskiego, a w administracji kościelnej należała do archidiecezji gnieźnieńskiej połączonej unią personalną z archidiecezją poznańską”¹⁰. Rodzicami Stanisława byli: Franciszek Streich oraz Władysława z domu Birzyńska¹¹. Ich pierwszym dzieckiem był właśnie Stanisław, który został ochrzczony 30 września 1902 r. w kościele farnym pw. św. Marcina i Mikołaja w Bydgoszczy. Z tego powodu pierwszy z zamieszczonych dokumentów dotyczy świadectwa chrztu Sługi Bożego, które wystawił i poświadczył administrator parafii pw. św. Marcina i Mikołaja w Bydgoszczy, pełniący obowiązki proboszcza, ks. Józef Jagalski, 13 kwietnia 1909 r.¹².

Stanisław w 1912 r. ukończył trzy lata nauki w szkole powszechnej, i rozpoczął naukę w 8-letnim gimnazjum humanistycznym. Wskazywano, że był pobożnym do tego stopnia, że już w dzieciństwie urządzał w domu nabożeństwa dla rówieśników i ujawniał tym skłonność do przyszłego swego powołania. Był bardzo dobrym uczniem w szkole, który sumiennie przykładał się do nauki¹³. 30 maja 1915 r. Stanisław otrzymał sakrament bierzmowania z rąk bp. Wilhelma Kloske. Dokument wystawił i poświadczył administrator parafii pw. św. Marcina i Mikołaja w Bydgoszczy, pełniący obowiązki proboszcza, ks. Jan Konopczyński, 28 czerwca 1920 r.¹⁴

Stanisław ukończył naukę, już w wolnej Polsce, gdy zdał egzamin dojrzałości w Państwowym Gimnazjum w Bydgoszczy, wydanym¹⁵. 28 czerwca 1920 r. złożył

¹⁰ W. Mueller, *Sacerdos et Hostia...*, dz. cyt., s. 16.

¹¹ AAP, *Prośba Stanisława Streicha o przyjęcie do seminarium duchownego*, Bydgoszcz, 28 czerwca 1920 r.

¹² AAP, *Świadectwo chrztu Stanisława Streicha*, KA-1107, Bydgoszcz, 13 kwietnia 1909 r.

¹³ APK, *Wspomnienie Stanisława Malepszaka*.

¹⁴ AAP, *Testimonium confirmationis*, KA-1107, Bydgoszcz, 28 czerwca 1920 r. „Stanisław Streich hic confirmatur ut ab Episcopus Kloske. Die 30 Maii anno 1915. Cognomen confirmationis erat Casimirus”.

¹⁵ AAP, *Opis świadectwa dojrzałości z 15 maja 1920 r.* (Lp. 1526).

prośbę o przyjęcie do Seminarium Duchownego w Poznaniu¹⁶. Z opinii ks. Stanisława Janasika – rektora poznańskiego seminarium – z 22 kwietnia 1924 r., wynika, że: „Stanisław Streich urodzony 27 sierpnia 1902 w Bydgoszczy, po złożeniu egzaminu dojrzałości w gimnazjum w Bydgoszczy 14 maja 1920 r., wstąpił 18 października 1920 r. do seminarium duchownego w Poznaniu, gdzie 21 marca 1922 złożył egzamin philozoficum ze stopniem „fere bene”, a 5 kwietnia 1924 rigorosum z ogólnym „fere bene”. (...) Streich jest charakteru cichego, spokojnego. (...) Kandydat korzystał z rad dawanych mu przez przełożonych i wyrobił się coraz więcej i pod względem życia duchowego, także rokuje najlepsze nadzieje na przyszłość¹⁷.

Wskazywano, że był pobożnym do tego stopnia, że już w dzieciństwie urządzał w domu nabożeństwa dla rówieśników i ujawniał tym skłonność do przyszłego swego powołania. Był bardzo dobrym uczniem w szkole, który sumiennie przykładał się do nauki.

Następnie Stanisław studiował w Seminarium Duchownym w Gnieźnie, gdzie przygotowywał się do przyjęcia święceń subdiakonatu i diakonatu. 24 maja 1924 r. ks. proboszcz Narcyz Putz poinformował parafian w Bydgoszczy, że alumn Stanisław Streich ma otrzymać wyższe święcenia¹⁸. 29 maja 1924 r. Stanisław Streich z rąk kard. Edmunda Dalbora, Prymasa Polski, otrzymał święcenia subdiakonatu w katedrze gnieźnieńskiej, a kilka miesięcy później 16 listopada 1924 r. święcenia diakonatu¹⁹. Ks. Stanisław Kopernik – rektor gnieźnieńskiego seminarium, w opinii na temat kandydata do święceń prezbiteratu napisał: „Stanisław Streich był w seminarium gnieźnieńskim od 28 kwietnia 1924 r. do listopada 1924

¹⁶ AAP, *Prośba o przyjęcie do Seminarium Duchownego w Poznaniu*, KA-1107, Bydgoszcz, 28 czerwca 1920 r.

¹⁷ AAP, *Charakterystyka i sprawozdanie za czas pobytu w Seminarium Duchownym*, KA-1107, Poznań, 22 kwietnia 1924 r.

¹⁸ AAP, *Wygłoszenie zapowiedzi przed święczeniami*, KA-1107, Bydgoszcz, 24 maja 1924 r.

¹⁹ W. Mueller, *Sacerdos et Hostia...*, dz. cyt., s. 48.

poczem wrócił do seminarium poznańskiego, aby poświęcić się studiom filozoficznym na Uniwersytecie Poznańskim. Dla młodego wieku nie otrzymał w Gnieźnie prezbyteratu, tylko subdiakonatu 29 maja 1924 i diakonat 16 listopada 1924. Charakteru był uczciwego, usposobienie jego spokojne, pilna i pracowita osoba”²⁰. 6 czerwca 1925 r., diakon Stanisław Streich w katedrze poznańskiej otrzymał święcenia kapłańskie, z rąk bpa Stanisława Kostki Łukomskiego²¹.

W latach 1925–1927 ks. Streich studiował filozofię klasyczną na Uniwersytecie Poznańskim. Był również kapelanem Sióstr Elżbietanek, uczył także religii w poznańskiej Szkole Handlowej. W roku 1927 został wikariuszem w parafii pw. św. Floriana i Najświętszego Serca Jezusa w Poznaniu. W 1928 r. wyjechał do Koźmina, aby nauczać religii w Męskim Seminarium Nauczycielskim, a w 1929 r. został wikariuszem w parafii pw. Bożego Ciała w Poznaniu. W 1932 r. został z kolei wikariuszem w parafii pw. św. Marcina w Poznaniu²². Warto zwrócić w tym miejscu uwagę na cztery dokumenty dotyczące tego okresu. Mianowicie: prośbę ks. Stanisława Streicha o wakujący wikariat w parafii pw. św. Floriana i Najświętszego Serca Jezusa w Poznaniu²³ – dokument został napisany własnoręcznie przez ks. Streicha i skierowany do kard. Augusta Hlonda – Prymasa Polski; opinię ks. Stanisława Budaszewskiego proboszcza parafii pw. św. Floriana i Najświętszego Serca Jezusa w Poznaniu skierowaną do Kurii Arcybiskupiej w Poznaniu na temat ks. Streicha²⁴; prośbę Sługi Bożego o wyznaczenie terminu egzaminu wikariuszowskiego²⁵ oraz opinię ks. Leona Rankowskiego, proboszcza parafii pw. Bożego Ciała w Poznaniu²⁶.

1 lipca 1933 r. ks. Streich został proboszczem w parafii pw. św. Barbary w Żabikowie. Po objęciu stanowiska podjął starania o wzniesienie we wsi Luboń,

²⁰ AAP, *Sprawozdanie za czas pobytu w seminarium duchownym*, KA-1107, Gniezno, 16 listopada 1924 r.

²¹ *Święcenia w Katedrze Poznańskiej*, w: „Goniec Wielkopolski”, 11 czerwca 1925 r.; Mueller W., *Błogosławiona krew – męczeństwo Sługi Bożego ks. Stanisława Streicha*, Poznań 2017, s. 18.

²² Por. *Droga do świętości – Sługa Boży ks. Stanisław Streich*, „Biuletyn informacyjny”, nr 4, 2021, s. 3.

²³ AAP, *Prośba ks. Stanisława Streicha o wakujący wikariat w parafii pw. św. Floriana i Najświętszego Serca Jezusa w Poznaniu*, KA-1107, Poznań, 4 września 1927 r.

²⁴ AAP, *Opinia ks. Stanisława Budaszewskiego proboszcza parafii pw. św. Floriana i Najświętszego Serca Jezusa w Poznaniu*, KA-1107, Poznań, 16 kwietnia 1928 r.

²⁵ AAP, *Prośba ks. Stanisława Streicha o wyznaczenie terminu egzaminu wikariuszowskiego*, KA-1107, Poznań, 9 października 1929 r.

²⁶ AAP, *Opinia ks. Leona Rankowskiego proboszcza parafii pw. Bożego Ciała w Poznaniu*, KA-1107, Poznań, 23 kwietnia 1932 r.

znajdującej się na terenie parafii, nowego kościoła. W 1935 r. powstała parafia pw. św. Jana Bosko (wyodrębniona z parafii żabikowskiej), której proboszczem został 1 października 1935 r.²⁷. Do *Summarium Documentorum* włączono następujące dokumenty dotyczące omawianego okresu: sprawozdanie ks. Stanisława Streicha skierowane do Kurii Arcybiskupiej w Poznaniu dotyczące życia żabikowskiej parafii w wymiarze duszpasterskim i ekonomicznym²⁸, akt erekcyjny parafii pw. św. Jana Bosko w Luboniu wydany przez kard. Augusta Hlonda, Prymasa Polski²⁹, pismo ks. Stanisława Streicha do Kurii Arcybiskupiej dotyczące włamania do kościoła pw. św. Jana Bosko w Luboniu³⁰, testament³¹, dekret Penitencjarii Apostolskiej dotyczący indultu dla parafii pw. św. Jana Bosko w Luboniu, aby wierni mogli w miejscowym kościele w niedzielę, po uroczystości wspomnienia świętego patrona, dostąpić odpustu pod zwykłymi warunkami³².

1 lipca 1933 r. ks. Streich został proboszczem
w parafii pw. św. Barbary w Żabikowie.
Po objęciu stanowiska podjął starania
o wzniesienie we wsi Luboń, znajdującej się
na terenie parafii, nowego kościoła.

Ostatni dokument dotyczył świadectwa zgonu ks. Stanisława Streicha, z 27 lutego 1938 r.. Dokument stanowi swoisty dowód „zbrodni lubońskiej”, rozegranej w miejscowym kościele w Luboniu, zostało wystawione przez Archiwum Archidiecezjalne w Poznaniu na prośbę postulatora procesu beatyfikacyjnego, celem włączenia go do akt procesowych³³.

²⁷ Por. *Droga do świętości ...*, dz. cyt., s. 3.

²⁸ AAP, *Pismo ks. Stanisława Streicha do Kurii Arcybiskupiej*, KA-1107, Żabikowo, 13 lutego 1934 r.

²⁹ AAP, *Akt erekcyjny parafii pw. św. Jana Bosko w Luboniu*, KA-110, Poznań, 1 października 1935 r.

³⁰ APK, *Pismo ks. Stanisława Streicha do Kurii Arcybiskupiej*, Luboń, 28 kwietnia 1937 r.

³¹ ARS, *Testament ks. Stanisława Streicha*, Luboń, 22 października 1937 r.

³² AAP, *Dekret Penitencjarii Apostolskiej*, KA-1107, Rzym, 3 stycznia 1938 r.

³³ AAP, *Świadectwo zgonu ks. Stanisława Streicha*, KA-1107, Poznań, 4 lutego 2019 r.

LISTY STANISŁAWA STREICHA

Powyższa część odnosi się do jedenastu dokumentów zawartych w *Summarium Documentorum*, które stanowią epistoły napisane przez Stanisława Streicha do rodziny w latach 1920–1938. Są one niekompletnym zbiorem siedemnastu pozycji. Najliczniejszą część (dwanaście dokumentów) stanowią listy napisane w roku akademickim 1920/1921, kiedy to Sługa Boży był alumnem I roku w Seminarium Duchownym w Poznaniu i Gnieźnie. Pozostałe pięć listów pochodzi z lat 1925–1938, przy czym jeden z nich nie jest datowany, ale poruszany w nim temat śmierci ojca ks. Streicha pozwala wnioskować, że powstał po 15 stycznia 1931 r.

Treść listów w głównej mierze jest relacją z codziennego życia ich Autora. Z całości listów jawi się postać ks. Stanisława jako osoby zaangażowanej wpierw w przygotowanie się do kapłaństwa, a następnie do pełnienia duszpasterskiej posługi, realistycznie odnoszącej się do rzeczywistości ziemskiej i mocno w niej osadzonej. Wszystkie listy znajdują się w Archiwum rodzinnym w Skokach oprócz jednego, który został opublikowany w książce pt. „Błogosławiona krew. Męczeństwo Sługi Bożego ks. Stanisława Streicha”. Warto zauważyć, iż jedna epistoła dotyczy korespondencji nadesłanej do ks. Stanisława przez jego ojca, Franciszka Streicha.

W *Summarium Documentorum* zostały ujęte te, których treści zasługują na szczególną uwagę, a więc listy z 14³⁴ i 21³⁵ października 1920 r., a także z 5 grudnia 1920 r.³⁶, 30 stycznia 1921 r.³⁷ i 15–16 maja 1921 r.³⁸, kiedy Stanisław Streich był alumnem I roku Seminarium Duchownego w Poznaniu. Dwa listy pochodzą z okresu kiedy Sługa Boży był wikariuszem w parafii pw. Bożego Ciała w Poznaniu. Pierwszy z nich datowany jest na 24 grudnia 1930 r. i jest epistołą Franciszka Streicha kierowaną do syna, ks. Stanisława³⁹. Z kolei drugi jest konfrontacją z wielkim przeżyciem jakim dla ks. Streicha była śmierć ukochanego ojca w styczniu 1931 r., kiedy to w czasie nabożeństwa o godz. 6.30, zmarł w kościele⁴⁰.

³⁴ ARS, *List Stanisława Streicha do rodziców*, Poznań, 14 października 1920 r.

³⁵ ARS, *List Stanisława Streicha do rodziców*, Poznań, 21 października 1920 r.

³⁶ ARS, *List Stanisława Streicha do rodziców*, Poznań, 5 grudnia 1920 r.

³⁷ ARS, *List Stanisława Streicha do rodziców*, Poznań, 30 stycznia 1921 r.

³⁸ ARS, *List Stanisława Streicha do rodziców*, Poznań, 15–16 maja 1921 r.

³⁹ ARS, *List Franciszka Streicha do syna, ks. Stanisława*, Bydgoszcz, 24 grudnia 1930 r.

⁴⁰ Por. Mueller W., *Błogosławiona krew...*, dz. cyt., s. 25. *Śp. Franciszek Streich z Sodalicii Mariańskiej Panów w Bydgoszczy*, w: „Sodalis Marianus”, zeszyt 7–8 (lipiec-sierpień 1931), s. 182–183.

W pisany po tym bolesnym doświadczeniu liście, ks. Stanisław daje świadectwo wiary niosącej chrześcijańską nadzieję⁴¹: „Moja Najdroższa Mamusiu, Kochany Bracie i Dziadziusiu! Na prędko piszę parę słów. Do Poznania zajechałem szczęśliwie, miałem bardzo nudną podróż, bo jechałem samotnie, bez towarzystwa, to więc myśli ciągle błędziły w smutkach i boleściach. I teraz jeszcze nie mogę przyjąć do równowagi, zbyt nagle spadł ten ciężki cios na naszą rodzinę. Pustka wokoło mnie, do niczego nie mam ochoty.

Jedyną pociechą jest modlitwa i Msze św.,
a najmilszą rozrywką czytanie listów od
drogiego ojca i patrzenie na jego fotografie.
(...) Kochanego i troskliwego mieliśmy ojca
i dodajmy jeszcze – świątobliwego, bo mu
z pewnością na drugim świecie lepiej,
niż nam tu na ziemi.

Od poniedziałku rozpoczną się msze św. gregoriańskie. Ks. prob. Budaszewski nadesłał mi również swe wyrazy współczucia i dodał, że raz na zawsze włączył duszę Ojca do swych Mszy św. Bardzo mnie to wzruszyło. (...) Niech Pan Bóg Mamusię pocieszy i wszystkich w domu! Idźmy przez to życie drogą, którą chodził nasz kochany Ojciec, a z pewnością z nim się zobaczymy i nic nas już nie rozłączy”⁴².

Trzy ostatnie listy dotyczą okresu kiedy Sługa Boży był proboszczem w parafii pw. św. Jana Bosko w Luboniu. Wszystkie kierowane były do matki, Władysławy Streich. Pierwszy z nich datowany jest na 28 lutego 1937 r.⁴³, drugi na 12 sierpnia 1937 r.⁴⁴ i ostatni, napisany na kilkanaście dni przed śmiercią, 11 lutego 1938 r.⁴⁵.

⁴¹ ARS, *List ks. Stanisława Streicha do rodziny*, Poznań, 23 stycznia 1931 r.

⁴² ARS, *List ks. Stanisława Streicha do rodziny*, Poznań, 23 stycznia 1931 r.

⁴³ ARS, *List ks. Stanisława Streicha do matki, Władysławy Streich*, Luboń, 28 lutego 1937 r.

⁴⁴ APK, *List ks. Stanisława Streicha do matki, Władysławy Streich*, Luboń, 12 sierpnia 1937 r.

⁴⁵ ARS, *List ks. Stanisława Streicha do matki, Władysławy Streich*, Luboń, 11 lutego 1938 r.

DOKUMENTY DOTYCZĄCE ZAMORDOWANIA SŁUGI BOŻEGO

Kolejna część *Summarium Documentorum* dotyczy siedmiu dokumentów, ściśle związanych z zamordowaniem ks. Stanisława Streicha 27 lutego 1938 r. Są to: dokumenty medyczne i kościelne, materiały drukowane oraz dokumenty związane z procesem sądowym Wawrzyńca Nowaka – zabójcy Sługi Bożego. Wszystkie nawiązują do okoliczności zbrodni, pogrzebu kandydata na ołtarze, a także odnoszą się do ogólnej sytuacji jaka miała miejsce w ówczesnej Polsce, po zabiciu księdza. Przedstawione dokumenty pochodzą z Archiwum parafii pw. św. Jana Bosko w Luboniu, Archiwum rodzinnego w Skokach, Archiwum Archidiecezjalnego oraz Archiwum postulacji Sługi Bożego ks. Stanisława Streicha w Kobylnicy.

„Przeprowadzona przez dra Łagunę sekcja zwłok ks. Streicha wykazała, że denat otrzymał 3 rany postrzałowe, zadane jednolitymi pociskami z krótkiej broni palnej, a mianowicie: ranę na prawej skroni oraz 2 rany na grzbiecie, przy czym rana na skroni i jedna z ran na grzbiecie były obrażeniami śmiertelnymi. Śmierć nastąpiła wskutek znacznego upływu krwi do jamy płucowej prawej oraz krwotoku międzyoponowego i do komory lewej mózgu”.

Dokumentem stricte medycznym jest protokół sekcji zwłok ks. Streicha sporządzony 1 marca 1938 r. przez dr Stanisława Łagunę, lekarza Zakładu Medycyny Sądowej w Poznaniu. Materiał zawiera szczegółowy, medyczny opis przeprowadzonych czynności, poczynając od oględzin zewnętrznych, poprzez wewnętrzne, na orzeczeniu kończąc⁴⁶. „Przeprowadzona przez dra Łagunę sekcja zwłok ks.

⁴⁶ APJB, *Protokół sekcji zwłok śp. ks. Stanisława Streicha*, Poznań, 1 marca 1938 r.

Streicha wykazała, że denat otrzymał 3 rany postrzałowe, zadane jednolitymi pociskami z krótkiej broni palnej, a mianowicie: ranę na prawej skroni oraz 2 rany na grzbiecie, przy czym rana na skroni i jedna z ran na grzbiecie były obrażeniami śmiertelnymi. Śmierć nastąpiła wskutek znacznego upływu krwi do jamy płucowej prawej oraz krwotoku międzyoponowego i do komory lewej mózgu. Ekspertyza rusznikarska łusek i pocisku znalezionej na miejscu zbrodni oraz pocisków wyjętych z ciała denata i z ciała Pacyńskiego wykazała, że łuski i pociski pochodzą od pistoletu odebranego Nowakowi⁴⁷.

Do dokumentów kościelnych zaliczono relację ks. Ignacego Adamskiego – dziekana stęszewskiego, na temat „zbrodni lubońskiej”. Dokument został przygotowany dla Kurii Arcybiskupiej w Poznaniu i jest opisem okoliczności zamordowania lubońskiego proboszcza⁴⁸. Drugi dokument w tej grupie odnosi się do homilii pogrzebowej ks. Stefana Kaczorowskiego, przyjaciela zmarłego i sekretarza generalnego Związku Kapłanów „Unitas”, która została wygłoszona w dniu pogrzebu 3 marca 1938 r.⁴⁹. Kolejny dokument dotyczy nekrologu Sługi Bożego sporządzonego przez ks. Ignacego Adamskiego – dziekana stęszewskiego. Treść została przygotowana dla Kurii Arcybiskupiej w Poznaniu celem opublikowania jej w „Miesięczniku Kościelnym” – Organu Archidiecezji Gnieźnieńskiej i Poznańskiej⁵⁰.

Jeżeli chodzi o materiały drukowane w *Summarium Documentorum*, umieszczono następujące dokumenty: odezwę Archidiecezjalnego Komitetu Akcji Katolickiej⁵¹, Folder na temat zbrodni lubońskiej⁵² oraz artykuł z Dziennika Poznańskiego⁵³. Pierwszy z nich został przygotowany jako wezwanie do modlitwy w intencji śp. ks. Stanisława Streicha, która miała być ekspiacją za dokonaną zbrodnię i świętokradztwo. Odezwa stanowi także zachętę do wzięcia udziału w jego pogrzebie, a także w pontyfikalnej Mszy św. żałobnej, odprawionej 5 marca 1938 r. w poznańskiej Kolegiacie Farnej. Drugi dokument dotyczy broszury wydanej zaraz po śmierci i pogrzebie Sługi Bożego, stanowiącej upamiętnienie

⁴⁷ „Dziennik Poznański”, 22 marca 1938 r., s. 1.10.

⁴⁸ AAP, *Relacja ks. Ignacego Adamskiego – dziekana stęszewskiego, na temat zbrodni lubońskiej*, KA-1107, Łódź-Wieś, 27 lutego 1938 r.

⁴⁹ Ks. St. Kaczorowski. *Kazanie nad trumną śp. ks. Proboszcza Stanisława Streicha w Luboń 3 marca 1938 r.* „Dziennik Bydgoski”, nr 55 (1938), s. 12.

⁵⁰ AAP, *Nekrolog śp. ks. Stanisława Streicha sporządzony przez ks. Ignacego Adamskiego – dziekana stęszewskiego*, KA-1107, Łódź-Wieś, 29 marca 1938 r.

⁵¹ APJB, *Odezwa Archidiecezjalnego Komitetu Akcji Katolickiej*, Poznań, marzec 1938 r.

⁵² APJB, *Folder na temat zbrodni lubońskiej*, Luboń, marzec 1938 r.

⁵³ APK, *Dziennik Poznański*, Poznań, 4 marca 1938 r.

„zbrodni lubońskiej” i przestrzegającej przed ideologią komunistyczną. I w końcu trzeci jest relacją z uroczystości pogrzebowych śp. lubońskiego proboszcza jakie miały miejsce w Luboniu 3 marca 1938 r.

DOKUMENTY Z PROCESU SĄDOWEGO WAWRZYŃCA NOWAKA – ZABÓJCZY KS. STANISŁAWA STREICHA

Osobną grupę stanowią materiały z procesu sądowego Wawrzyńca Nowaka – zabójcy kandydata na ołtarze. W *Summarium Documentorum* zostało uwzględnionych pięć dokumentów. Pierwszy z nich dotyczy uzasadnienia aktu oskarżenia wobec Wawrzyńca Nowaka – zabójcy księdza⁵⁴. Maszynopis dokumentu stanowi fragment opisu całości wydarzeń, które rozegrały się w Luboniu od momentu zamordowania ks. Stanisława Streicha 27 lutego 1938 r. do procesu zbrodniarza i skazania go na karę śmierci 21 marca 1938 r. Drugi odnosi się do zeznań świadków⁵⁵. Podobnie jak w pierwszym dokumencie, maszynopis stanowi fragment opisu całości wydarzeń. Trzeci dokument dotyczy przemówienia prokuratora Tadeusza Pasikowskiego⁵⁶ i podobnie jak wcześniejsze, pochodzi z tego samego źródła, a więc z Archiwum parafii pw. św. Jana Bosko w Luboniu.

Czwarty dokument jest listem Wawrzyńca Nowaka do Władysławy Streich – matki zamordowanego księdza⁵⁷. Maszynopis dokumentu stanowi prośbę Wawrzyńca Nowaka, jaką skierował do matki zamordowanego kapłana, o przebaczenie: „Proszę księdza kapelana wysłać ten list do osoby, którą treści proszę o przebaczenie, a na widzeniu już o to w/w księdza kapelana prosiłem. Prośba o przebaczenie. Wielce Szanowna Pani! Na pewno się Wielce Szanowna Pani zdziwi, gdy ten list będzie czytała i spyta się sama siebie, czy to bezczelność, czy też zuchwalstwo i, że człowiek, który mi zabił syna, ma odwagę do mnie pisać”.

Ostatni w tym zbiorze dokument stanowi odpowiedź Władysławy Streich na list mordercy⁵⁸. Epistoła została przytoczona w książce Stanisława Malepszaka pt. „Luboń i okolice. Dzieje osadnictwa i dziewięciu parafii”, wydanej w Luboniu w 2005 r.

⁵⁴ APJB, *Uzasadnienie aktu oskarżenia*, Poznań, 21 marca 1938 r.

⁵⁵ APJB, *Zeznania świadków*, Poznań, 21 marca 1938 r.

⁵⁶ APJB, *Przemówienie prokuratora Tadeusza Pasikowskiego*, Poznań, 21 marca 1938 r.

⁵⁷ AAP, *List Wawrzyńca Nowaka do Władysławy Streich – matki zamordowanego księdza*, KA-1107, Poznań, 2 grudnia 1938 r.

⁵⁸ APK, *Odpowiedź Władysławy Streich na list Wawrzyńca Nowaka*, Poznań, 2 grudnia 1938 r.

DOKUMENTY POŚMIERTNE

W *Summarium Documentorum* nie mogło zabraknąć dokumentów, które powstały kilkanaście lat po śmierci ks. Stanisława Streicha, w postaci licznych homilii, wspomnień i publikacji.

Zebrany materiał pozwala poznać oddziaływanie Sługi Bożego na wielu wiernych oraz na opinię publiczną, ukazując go jako męczennika za wiarę. To także fama świętości i wyraz nadziei nie tylko na rozpoczęcie procesu beatyfikacyjnego, ale także na pomyślnie jego zakończenia beatyfikacją.

W tym zbiorze znalazło się pięć dokumentów znajdujących się w Archiwum postulacji Sługi Bożego ks. Stanisława Streicha w Kobylnicy bądź w Archiwum parafii pw. św. Jana Bosko w Luboniu.

W pierwszej kolejności należy zwrócić uwagę na homilię abp. Stanisława Gądeckiego, Metropolity Poznańskiego wygłoszoną 6 listopada 2016 r. o życiu i męczeńskiej śmierci ks. Stanisława Streicha⁵⁹. Mowa wygłoszona w pierwszą niedzielę po Uroczystości Wszystkich Świętych w 2016 r., w dniu kiedy w Archidiecezji Poznańskiej ma miejsce coroczna modlitwa o beatyfikację i kanonizację kandydatów na ołtarze pochodzących z tejże archidiecezji, była przypomnieniem starań zmierzających do zapoczątkowania diecezjalnego procesu beatyfikacyjnego Sługi Bożego, które ostatecznie zostały zwieńczone 28 października 2017 r. Homilia wiązała się także z ogłoszeniem edyktu, w którym abp Stanisław Gądecki zwrócił się do wszystkich posiadających jakiegokolwiek dokumenty, pisma lub wiadomości dotyczące ks. Stanisława Streicha, aby zechcieli przekazać je do Kurii Metropolitalnej w Poznaniu bądź do postulatora procesu beatyfikacyjnego do dnia 31 marca 2017 r.

Inną homilię z nawiązaniem do życia i męczeńskiej śmierci ks. Stanisława Streicha, wygłosił Grzegorz Balcerek, biskup pomocniczy Archidiecezji Poznańskiej. Miało to miejsce w dniu patronalnego odpustu w parafii pw. św. Jana Bosko w Luboniu 31 stycznia 2018 r.⁶⁰. Także inny biskup pomocniczy Archidiecezji Poznańskiej – Zdzisław Fortuniak w lubońskim kościele nie omieszkał odnieść się do „zbrodni lubońskiej” w 80. rocznicę jej wspominania 27 lutego 2018 r.⁶¹.

⁵⁹ APK, *Homilia abp. Stanisława Gądeckiego, Metropolity Poznańskiego*, Poznań, 6 listopada 2016 r.

⁶⁰ APK, *Homilia bp. Grzegorza Balcerka, biskupa pomocniczego Archidiecezji Poznańskiej*, Luboń, 31 stycznia 2018 r.

⁶¹ APK, *Homilia bp. Zdzisława Fortuniaka, emerytowanego biskupa pomocniczego Archidiecezji Poznańskiej*, Luboń, 27 lutego 2018 r.

W drugiej grupie pośmiertnych dokumentów na temat Sługi Bożego znalazły się dwa wspomnienia naocznych świadków zamordowania ks. Streicha. Pierwsze z nich należy do Stanisławy Zyty Błażej, która swoją relację spisała po upadku systemu komunistycznego w Polsce, kiedy na nowo podjęto starania zmierzające do rozpoczęcia procesu beatyfikacyjnego kandydata na ołtarze⁶². Drugie wspomnienie dotyczy Józefa Pawlickiego, który napisał je w 60 r. „zbrodni lubońskiej”⁶³.

DOKUMENTY DODANE

Ostatni z rozdziałów w *Summarium Documentorum* dotyczy dokumentów zebranych przez postulację po zakończeniu dochodzenia diecezjalnego. Całość została podzielona na trzy części: relacje prasowe, listy oraz świadectwa i stanowi zbiór dziesięciu dokumentów. Część zebranego materiału znajduje się w Archiwum postulacji Sługi Bożego ks. Stanisława Streicha w Kobylnicy oraz w Archiwum Nuncjatury Apostolskiej w Warszawie.

W relacjach prasowych odwołano się do sześciu artykułów odnoszących się do zamordowania ks. Streicha. Pierwszy z nich został napisany kilka dni po „zbrodni lubońskiej” i stanowi odniesienie do zatrzymania zabójcy Wawrzyńca Nowaka, opisując krótki biogram Sługi Bożego, a także podejmując temat pogrzebu zaplanowanego na 3 marca 1938 r. Artykuł ukazał się w „Dzienniku Poznańskim”⁶⁴. Drugi podobnie został napisany kilka dni po „zbrodni lubońskiej” i również stanowi odniesienie do pogrzebu Sługi Bożego. Artykuł, który podjął także temat nabożeństw w intencji zamordowanego kapłana, odezwę Akcji Katolickiej oraz wyniku sekcji zwłok, ukazał się w „Dzienniku Ostrowskim”⁶⁵. Kolejna publikacja, która ukazała się w „Dzienniku Poznańskim”⁶⁶, została napisana po pogrzebie ks. Streicha. Relacja podjęła także inne tematy związane z prowokacją socjalisty Kiełbasiewicza w Inowrocławiu, śledztwa przeciwko mordercy Wawrzyńcowi Nowakowi oraz aresztowań komunistów w związku ze „zbrodnią lubońską”. Kolejny artykuł został napisany na dzień przed rozprawą sądową przeciwko mordercy

⁶² APJB, *Wspomnienie naocznego świadka życia ks. Stanisława Streicha – Stanisławy Zyty Błażej*, Luboń, 15 września 1993 r.

⁶³ APJB, *Wspomnienie naocznego świadka życia i męczeństwa ks. Stanisława Streicha – Józef Pawlicki*, Puszczykowo, 26 lutego 1998 r.

⁶⁴ APK, *Dziennik Poznański*, Poznań, 2 marca 1938 r.

⁶⁵ APK, *Dziennik Ostrowski*, Ostrów Wlkp., 3 marca 1938 r.

⁶⁶ APK, *Dziennik Poznański*, nr 52, s. 4, Poznań, 5 marca 1938 r.

Wawrzyńcowi Nowakowi i ukazała się również w „Dzienniku Poznańskim”⁶⁷. Piąty artykuł, który powstał w „Kurierze Poznańskim” został napisany w dniu rozprawy sądowej przeciwko mordercy Wawrzyńcowi Nowakowi i jest szczegółową relacją z jej przebiegu, aż do ogłoszenia wyroku skazującego na śmierć oskarżonego⁶⁸. I ostatni artykuł – został napisany w „Dzienniku Poznańskim”⁶⁹ dzień po rozprawie sądowej przeciwko mordercy księdza i jest bardzo szczegółową relacją z przebiegu rozprawy, ukazującą dialogi jakie miały miejsce pomiędzy prokuratorem Tadeuszem Pasikowskim, a oskarżonym.

„Zbrodnia lubońska” poruszyła także ówczesnego nuncjusza apostolskiego w Polsce abp. Filippo Cortesiego. Swoje ubolewanie wyraził on w piśmie do kard. Augusta Hlonda, Prymasa Polski, ordynariusza zamordowanego kapłana. O zabójstwie poinformował też Sekretariat Stanu Stolicy Apostolskiej.

Nuncjusz Cortesi dowiedział się o zbrodni w Luboniu z prasy. „Z głębokim smutkiem dowiaduję się z gazet o niesprawiedliwym i świętokradczym zamachu dokonanym w świętym miejscu na osobie ks. Streicha, proboszcza w Luboniu”⁷⁰ – rozpoczął swój list adresowany do Prymasa Polski. List, pisany we wtorek 1 marca 1938 r., dwa dni po zamachu, oddaje dość dobrze stan emocjonalny nuncjusza⁷¹: „Nie ma właściwego słowa na potępienie podobnej zbrodni, której ofiarą stał się ten czcigodny kapłan, winny jedynie tego, że poświęcił swe życie Bogu dla zbawienia dusz i że w szczególny sposób troszczył się o dobro klasy

⁶⁷ APK, *Dziennik Poznański*, Poznań, 20 marca 1938 r.

⁶⁸ APK, *Kurier Poznański*, Poznań, 21 marca 1938 r.

⁶⁹ APK, *Dziennik Poznański*, 1.10 Poznań, 22 marca 1938 r.

⁷⁰ ANAW, *List abp. Filippo Cortesi do kard. Augusta Hlonda, Prymasa Polski*, Warszawa, 1 marca 1938 r.

⁷¹ Por. M. Szczepaniak, *Zgubna propaganda. Reakcja nuncjusza w Warszawie na zabójstwo ks. Stanisława Streicha*, w: „Ecclesia. Studia z Dziejów Wielkopolski”, t. 12 (2017), ss. 135–136.

robotniczej. Niech Bóg to sprawi, by niewinna krew pokazała jeszcze bardziej, jak zgubna jest propaganda błędów i oszczerstw szeroko szerzona wśród ludu, przyczyniająca się do tworzenia atmosfery rewolucji społecznej, której podobne krwawe akty stają się znakami poprzedzającymi”⁷². List kończyły słowa wyrażające głęboki smutek i ubolewanie oraz zapewnienie o łączności w żałobie z prymasem, duchowieństwem i ludem chrześcijańskim archidiecezji⁷³. Nie dziwi więc fakt, że nuncjusz Cortesi nie omieszkiał naświetlić wydarzeń z Lubonia kard. Eugenio Pacellemu, Sekretarzowi Stanu Stolicy Apostolskiej wysyłając do niego list datowany na 9 marca 1938 r. Zbrodnia została wspomniana jedynie zdawkowo w dzienniku „L'Osservatore Romano” 1 marca wśród „informacji radiowych”⁷⁴.

Tak więc w *Summarium Documentorum* umieszczono trzy listy z Archiwum Nuncjatury Apostolskiej w Warszawie. Dwa z nich zostały napisane przez abp. Filippo Cortesi najpierw do kard. Augusta Hlonda, Prymasa Polski⁷⁵, a później do kard. Eugenio Pacelli, Sekretarza Stanu Stolicy Apostolskiej⁷⁶. Jeden stanowił piśmną odpowiedź Prymasa Polski do abp. Filippo Cortesiego⁷⁷. Obok tego zbioru umieszczono wspomnienie Marioli Kaźmierczak⁷⁸. Dokument został nadesłany do postulatora procesu beatyfikacyjnego po zakończeniu dochodzenia diecezjalnego i stanowi świadectwo na temat życia i męczeńskiej śmierci ks. Stanisława Streicha.

ZAKOŃCZENIE

W *Positio super martyrio Servi Dei Stanislai Streich* w rozdziale *Summarium Documentorum* znalazło się w sumie 51 dokumentów odpowiednio podzielonych i przyporządkowanych. Wszystkie one pozwoliły zredagować *Informatio*, które dotyczy udzielenia odpowiedzi na *dubium* początkowe, a więc udowodnienia męczeństwa ks. Stanisława Streicha, jego przyczynę oraz opinię męczeństwa.

⁷² ANAW, *List abp. Filippo Cortesi do kard. Augusta Hlonda...*, dok. cyt.

⁷³ Por. M. Szczepaniak, *Zgubna propaganda...*, dz. cyt., s. 136.

⁷⁴ Okropna zbrodnia polskiego komunisty, w: „L'Osservatore Romano”, nr 49, 1 marca 1938 r., s. 6.

⁷⁵ ANAW, *List abp. Filippo Cortesi do kard. Augusta Hlonda...*, dok. cyt.

⁷⁶ ANAW, *List abp. Filippo Cortesi, nuncjusza apostolskiego w Polsce do kard. Eugenio Pacelli, sekretarza stanu Stolicy Apostolskiej*, Warszawa, 9 marca 1938 r.

⁷⁷ ANAW, *List kard. August Hlonda, Prymasa Polski do abp. Filippo Cortesiego – nuncjusza apostolskiego w Polsce*, Warszawa, 7 marca 1938 r.

⁷⁸ APK, *Wspomnienie Marioli Kaźmierczak*, Poznań, 2018 r.

Po wnikliwej analizie zeznań świadków, ale przede wszystkim po pogłębieniu merytorycznym i analizie zebranej całej dokumentacji procesowej w rozdziale *Summarium Documentorum*, należy stwierdzić, iż zebrane dokumenty i wszelkie materiały dowodowe w trakcie procesu beatyfikacyjnego ks. Stanisława Streicha fazy diecezjalnej są wystarczające do poznania nie tylko biogramu Sługi Bożego, ale także z detaliczną dokładnością odtworzenia przebiegu ostatnich chwil z życia ks. Streicha, czasu żałoby i pogrzebu, w końcu reakcji społeczeństwa na to, co wydarzyło się w Luboniu, a także procesu mordercy, Wawrzyńca Nowaka. Dobór dokumentów oraz ich podział umieszczonych w *Positio* jest poprawny i prawidłowy. Co więcej, przy redakcji zagadnienia zachowano wszelkie wytyczne Kongregacji Spraw Kanonizacyjnych. Zebrany materiał jest także cennym świadectwem famy świętości i męczeństwa Sługi Bożego, który miał wewnętrzne nastawienie, aby Bogu nie stawiać oporu i nie sprzeciwiać się Mu, choćby to miało być związane z ofiarą z własnego życia. Kiedy przed śmiercią, był u swojej matki w Bydgoszczy, wówczas powiedział: „na co się poświęcałem, to muszę wykonać”⁷⁹. Mógł tak powiedzieć, ponieważ żył Chrystusem, a uzbrojony Jego słowami „Wstańcie, nie lękajcie się!”⁸⁰, które czytał na Mszy św. w czasie której zginął, wyszedł odważnie ku swojemu przeznaczeniu. Z tej godziny grozy pozostała cenna pamiątka – przestrzelony kulą zamachowca ewangeliarz⁸¹.

Pewne jest, że w obliczu tego dramatu wpływy organizacji lewicowych na mieszkańców Lubonia znacznie zmalały. Wielu lubonian uczestnicząc w pogrzebie swego duszpasterza, w manifestacjach potępiających zbrodnię, jasno zdecydowało i określiło stronę, po której się opowiadają. Męczeńska śmierć ks. Stanisława Streicha stała się ważnym komponentem dziejów Lubonia. Wierny sługa Kościoła i patriota polski, uzyskał palmę męczeńską, a jego śmierć zaledwie o dwa lata wyprzedziła zbrodnię katyńską, dokonaną przez ten sam komunistyczny ustrój⁸².

Ks. dr Wojciech Mueller
Postulator procesu beatyfikacyjnego
Sługi Bożego ks. Stanisława Streicha

⁷⁹ APK, *Wspomnienie Stanisławy Zyty Błazejak*.

⁸⁰ Mt 17,7 b.

⁸¹ Por. S. Malepszak, R. Jaruszkiewicz, *Parafia św. Jana Bosko na tle historii Lubonia*, Luboń 1993, s. 38.

⁸² Mueller W., *Błogosławiona krew...*, dz. cyt., s. 118.

PISMO ŚWIĘTE

Pismo święte Starego i Nowego Testamentu, Biblia Tysiąclecia, Poznań-Warszawa 1983.

ARCHIWA

Archiwum Kurii Metropolitalnej w Poznaniu – AKMP

Archetypum. Sessio XXXVIII ac Postrema. Decretum conclusionis causae.

Archetypum. Sessio XXXVIII ac Postrema.

Archiwum Archidiecezjalne w Poznaniu – AAP

Teczka personalna KA-1107

Akt erekcyjny parafii pw. św. Jana Bosko w Luboniu Poznań, 1 października 1935 r.

Charakterystyka i sprawozdanie za czas pobytu w Seminarium Duchownym, Poznań, 22 kwietnia 1924 r.

Dekret Penitencjarii Apostolskiej, Rzym, 3 stycznia 1938 r.

List Wawrzyńca Nowaka do Władysławy Streich – matki zamordowanego księdza, Poznań, 2 grudnia 1938 r.

Nekrolog śp. ks. Stanisława Streicha sporządzony przez ks. Ignacego Adamskiego – dziekana stęszewskiego, Łódź-Wieś, 29 marca 1938 r.

Odpis świadectwa dojrzałości (Lp. 1526).

Opinia ks. Leona Rankowskiego, proboszcza parafii pw. Bożego Ciała w Poznaniu, Poznań, 23 kwietnia 1932 r.

Opinia ks. Stanisława Budaszewskiego, proboszcza parafii pw. św. Floriana i Najświętszego Serca Jezusa w Poznaniu, Poznań, 16 kwietnia 1928 r.

Pismo ks. Stanisława Streicha do Kurii Arcybiskupiej, Żabikowo, 13 lutego 1934 r.

Prośba ks. Stanisława Streicha o wakujący wikariat w parafii pw. św. Floriana i Najświętszego Serca Jezusa w Poznaniu, Poznań, 4 września 1927 r.

Prośba ks. Stanisława Streicha o wyznaczenie terminu egzaminu wikariuszowskiego, Poznań, 9 października 1929 r.

Prośba o przyjęcie do Seminarium Duchownego w Poznaniu, Bydgoszcz, 28 czerwca 1920 r.

Prośba Stanisława Streicha o przyjęcie do seminarium duchownego, Bydgoszcz, 28 czerwca 1920 r.

Relacja ks. Ignacego Adamskiego – dziekana stęszewskiego, na temat zbrodni lubońskiej, Łódź-Wieś, 27 lutego 1938 r.

Sprawozdanie za czas pobytu w seminarium duchownym, Gniezno, 16 listopada 1924 r.

Świadectwo chrztu Stanisława Streicha, Bydgoszcz, 13 kwietnia 1909 r.

Świadectwo zgonu ks. Stanisława Streicha, Poznań, 4 lutego 2019 r.

Testimonium confirmationis, Bydgoszcz, 28 czerwca 1920 r.

Wygłoszenie zapowiedzi przed święczeniami, Bydgoszcz, 24 maja 1924 r.

Archiwum Nuncjatury Apostolskiej w Warszawie – ANAW

List abp. Filippo Cortesi do kard. Augusta Hlonda, Prymasa Polski, Warszawa, 1 marca 1938 r.

List abp. Filippo Cortesi, nuncjusza apostolskiego w Polsce do kard. Eugenio Pacelli, sekretarza stanu Stolicy Apostolskiej, Warszawa, 9 marca 1938 r.

List kard. August Hlonda, Prymasa Polski do abp. Filippo Cortesiego – nuncjusza apostolskiego w Polsce, Warszawa, 7 marca 1938 r.

Archiwum postulacji Sługi Bożego ks. Stanisława Streicha w Kobylnicy – APK

Dziennik Ostrowski, Ostrów Wlkp., 3 marca 1938 r.

Dziennik Poznański, 1.10 Poznań, 22 marca 1938 r.

Dziennik Poznański, nr 52, s. 4, Poznań, 5 marca 1938 r.

Dziennik Poznański, Poznań, 2 marca 1938 r.

Dziennik Poznański, Poznań, 20 marca 1938 r.

Dziennik Poznański, Poznań, 4 marca 1938 r.

Homilia abp. Stanisława Gądeckiego, Metropolity Poznańskiego, Poznań, 6 listopada 2016 r.

Homilia bp. Grzegorza Balcerka, biskupa pomocniczego Archidiecezji Poznańskiej, Luboń, 31 stycznia 2018 r.

Homilia bp. Zdzisława Fortuniaka, emerytowanego biskupa pomocniczego Archidiecezji Poznańskiej, Luboń, 27 lutego 2018 r.

Kurier Poznański, Poznań, 21 marca 1938 r.

List ks. Stanisława Streicha do matki, Władysławy Streich, Luboń, 12 sierpnia 1937 r.

Odpowiedź Władysławy Streich na list Wawrzyńca Nowaka, Poznań, 2 grudnia 1938 r.

Pismo ks. Stanisława Streicha do Kurii Arcybiskupiej, Luboń, 28 kwietnia 1937 r.

Wspomnienie Marioli Kaźmierczak, Poznań, 2018 r.

Wspomnienie Stanisława Malepszaka.

Wspomnienie Stanisławy Zyty Błazejak.

Archiwum rodzinne w Skokach – ARS

List Franciszka Streicha do syna, ks. Stanisława, Bydgoszcz, 24 grudnia 1930 r.

List ks. Stanisława Streicha do matki, Władysławy Streich, Luboń, 28 lutego 1937 r.

List ks. Stanisława Streicha do matki, Władysławy Streich, Luboń, 11 lutego 1938 r.

List ks. Stanisława Streicha do rodziny, Poznań, 23 stycznia 1931 r.

List ks. Stanisława Streicha do rodziny, Poznań, 23 stycznia 1931 r.

List Stanisława Streicha do rodziców, Poznań, 14 października 1920 r.

List Stanisława Streicha do rodziców, Poznań, 15–16 maja 1921 r.

List Stanisława Streicha do rodziców, Poznań, 21 października 1920 r.

List Stanisława Streicha do rodziców, Poznań, 30 stycznia 1921 r.

List Stanisława Streicha do rodziców, Poznań, 5 grudnia 1920 r.

Testament ks. Stanisława Streicha, Luboń, 22 października 1937 r.

Archiwum parafii pw. św. Jana Bosko w Luboniu – APJB

Folder na temat zbrodni lubońskiej, Luboń, marzec 1938 r.

Odezwa Archidiecezjalnego Komitetu Akcji Katolickiej, Poznań, marzec 1938 r.

Protokół sekcji zwłok śp. ks. Stanisława Streicha, Poznań, 1 marca 1938 r.

Przemówienie prokuratora Tadeusza Pasikowskiego, Poznań, 21 marca 1938 r.

Uzasadnienie aktu oskarżenia, Poznań, 21 marca 1938 r.

Wspomnienie naocznego świadka życia i męczeństwa ks. Stanisława Streicha – Józefa Pawlickiego, Puszczykowo, 26 lutego 1998 r.

Wspomnienie naocznego świadka życia ks. Stanisława Streicha – Stanisławy Zyty Błazejak, Luboń, 15 września 1993 r.

Zeznania świadków, Poznań, 21 marca 1938 r.

Dokumenty kościoła i wypowiedzi papieskie

CCS – Regolamento della Congregazione per le Cause dei Santi, Roma 1983.

Sanctorum Mater – instrukcja Kongregacji Spraw Kanonizacyjnych o prowadzeniu dochodzenia diecezjalnego lub eparchialnego w sprawach kanonizacyjnych, Lublin 2011.

BIBLIOGRAFIA

Droga do świętości – Sługa Boży ks. Stanisław Streich, „Biuletyn informacyjny”, nr 4, 2021. „Dziennik Poznański”, 22 marca 1938 r., s. 1.10.

Ks. St. Kaczorowski. Kazanie nad trumną śp. ks. Proboszcza Stanisława Streicha w Luboniu 3 marca 1938 r. „Dziennik Bydgoski”, nr 55 (1938), s. 12.

Malepszak S., Jaruszkiewicz R., *Parafia św. Jana Bosko na tle historii Lubonia*, Luboń 1993.

Misztal H., *Prawo kanonizacyjne według ustawodawstwa Jana Pawła II*, Lublin – Sandomierz.

Mueller W., *Błogosławiona krew – męczeństwo Sługi Bożego ks. Stanisława Streicha*, Poznań 2017.

Mueller W., *Sacerdos et Hostia. Ks. Stanisław Streich – Męczennik sprawy Chrystusowej*, Poznań 2021.

Oder S., *Złożenie akt dochodzenia diecezjalnego w Kongregacji Spraw Kanonizacyjnych, weryfikacja jego ważności i opracowanie „Positio”*, „Wydawnictwo Karmelitów Bosych”, Kraków 2009 r.

Okropna zbrodnia polskiego komunisty, w: „L'Osservatore Romano”, nr 49, 1 marca 1938 r. Szczepaniak M., *Zgubna propaganda. Reakcja nuncjusza w Warszawie na zabójstwo ks. Stanisława Streicha*, w: „Ecclesia. Studia z Dziejów Wielkopolski”, t. 12 (2017).

Śp. Franciszek Streich z Sodalicii Mariańskiej Panów w Bydgoszczy, w: „Sodalis Marianus”, zeszyt 7–8 (lipiec-sierpień 1931), s. 182–183.

Święcenia w Katedrze Poznańskiej, w: „Goniec Wielkopolski”, 11 czerwca 1925 r.

Biogram

Rev. dr Wojciech Mueller, priest of the Archdiocese of Poznań, doctor of theological sciences, freelance employee of the Faculty of Theology of Adam Mickiewicz University, member of the Collegio dei postulanti in Rome, postulator in two beatification processes of candidates for altars from the Poznań Archdiocese: followers – the Servant of God rev. Aleksander Woźny and a martyr – the Servant of God, rev. Stanisław Streich.

Latest publications:

Mueller W., „Sacerdos et Hostia. Rev. Stanisław Streich – Martyr for the cause of Christ”, Poznań 2021.

Mueller W., „Whoever seeks truth seeks God. Edith Stein and Judaism”, Poznań 2021.

ORCID 0000-0002-1354-7190

Andrzej P. Perzyński

Uniwersytet Kardynała Stefana Wyszyńskiego

Ważny impuls w dialogu chrześcijańsko-żydowskim. Watykański dokument „Dary i wezwanie Boże...” – próba oceny

**An important impulse in Christian-Jewish dialogue.
A Vatican document *The Gifts and the Calling of God
are Irrevocable* – an assessment attempt**

ABSTRAKT

Artykuł zatytułowany „Ważny impuls w dialogu chrześcijańsko-żydowskim. Watykański dokument „Dary i wezwanie Boże...” – próba oceny” składa się z następujących części: 1. Wstęp; 2. Historyczne znaczenie „*Nostra Aetate*” (n. 4); 3. Węzłowe elementy dialogu; 3.1. Chrystologia; 3.2. Jedność jako tło; 4. Kwestie problematyczne; 4.1. Problem idei wypełnienia; 4.2. Niekompletny charakter zbawienia; 4.3. Chrystocentryzm kosztem teologii trynitarniej; 4.4. Problem misji; 4.5. Zbyt wielu adresatów; 4.6. Nowe wino i stare bukłaki; 5. Konkluzja. Celem artykułu jest uważna analiza treści watykańskiego dokumentu z 2015 roku: „Dary i powołanie Boże są nieodwołalne (Rz 11,29)” oraz wydobyć z niego głównych wątków i zasadniczych tez doniosłych dla dialogu chrześcijańsko-żydowskiego.

SŁOWA KLUCZOWE:

deklaracja *Nostra Aetate*, stosunki katolicko-żydowskie, zdecydowane partnerstwo, elementy niewrażliwe dialogu, problem misji, przymierze z Izraelem, drogi zbawienia, idea wypełnienia, odrzucenie teologii zastępstwa, pozytywny bilans, otwarte perspektywy

ABSTRACT

The article „An important impulse in Christian-Jewish dialogue. A Vatican document *The Gifts and the Calling of God are Irrevocable* – an assessment attempt” consist of the following parts: 1. Introduction; 2. Historical significance of “*Nostra Aetate*” (n. 4); 3. Nodal elements of the dialogue; 3.1. Christology; 3.2. Unity as background; 4. Problematic issues; 4.1. Problem of the idea of fulfillment; 4.2. The incomplete nature of salvation; 4.3 Christocentrism at the expense of Trinitarian theology; 4.4 The problem of mission; 4.5 Too many addressees; 4.6 New wine and old wineskins; 5 Conclusion. The purpose of this article is to carefully analyze the content of the 2015 Vatican document: “*The Gifts and the Calling of God are Irrevocable* (Rom 11,29)” and to extract from it the main themes and essential theses momentous for Christian-Jewish dialogue.

KEYWORDS:

declaration *Nostra Aetate*, Catholic-Jewish relations, firm partnership, critical elements of dialogue, problem of mission, covenant with Israel, ways of salvation, idea of fulfillment, rejection of replacement theology, positive balance, open outlook

1. WSTĘP

Od pierwszego historycznego dokumentu dialogowego (10 punktów z Seelisberg – 5 sierpnia 1947) do dnia dzisiejszego wiele dokumentów Kościołów chrześcijańskich proponuje nowe, ważne impulsy i drogi rozwoju dialogu chrześcijańsko-żydowskiego¹. Już w 1982 roku Renzo Fabris postawił pytanie: „Teraz, kiedy program Seelisbergu został zrealizowany, co powinniśmy zrobić?” Po czym przytoczył fragment przemówienia kard. Etchegaray z 1981 roku do członków Francuskiego Stowarzyszenia Przyjaźni Żydowsko-Chrześcijańskiej: „Dziś otwiera się nowa epoka, która będzie od nas wymagać być może nowej Karty Seelisberg, zaktualizowanej, a przede wszystkim jeszcze odważniejszej”. Następnie zaproponował sposób kontynuowania rozpoczętej drogi: „Krótko mówiąc, aby otworzyć przyjaźń między Żydami i chrześcijanami na przyszłość, musimy starać się nie tylko rozpowszechnić wśród chrześcijan dorobek przebytej drogi, to znaczy sprawić, by stał się on rzeczywistością życia w katechezie, w liturgii, w teologii i duszpasterstwie Kościoła, w codziennych zwyczajach i kulturze chrześcijan: wszyscy wiemy, jak bardzo jest to pilne i konieczne! – Ale musimy też starać się wyznaczyć sobie nowe cele, na które będą mogły spojrzeć te grupy, które od Seelisbergu po dzień dzisiejszy starają się ukierunkować wysiłki innych chrześcijan”².

10 grudnia 2015 roku Papieska Komisja ds. Stosunków Religijnych z Judaizmem opublikowała dokument: „Dary i wezwanie Boże są nieodwołalne” (Rz 11,29). Refleksja teologiczna na temat stosunków katolicko-żydowskich z okazji 50. rocznicy „Nostra aetate” (nr 4)”³. Cztery dni później na Uniwersytecie w Tel Awiwie odbyło się kolokwium na temat: „*Nostra Aetate*: dokumenty i wskazania Kościoła katolickiego na temat narodu żydowskiego po Shoah”. Obecność kard. K. Kocha

¹ Por. Dwutomowy zbiór dokumentów dialogu chrześcijańsko-żydowskiego: F. Sherman (ed.), *Bridges – Documents of the Christian-Jewish Dialogue (1945–1985)*: Vol 1 (Paulist Press, 2011); *Building a New Relationship (1986–2013)*: vol. 2. (Paulist Press, 2014).

² R. Fabris, *Uno nella mia mano. Israele e Chiesa in cammino verso l'unità*, Qiqajon, Magnano 1999, 159. 161. Zob. też A. Perzyński, *Christian-Jewish dialogue in historical perspective*, w: Tenże, *Rediscovering Unity. Ecumenical Essays*, Wyd. Naukowe UKSW, Warszawa 2021, s. 25–38.

³ *The Gifts and the Calling of God are Irrevocable” (Rom 11:29) – A Reflection on Theological Questions Pertaining to Catholic – Jewish Relations on the Occasion of the 50th Anniversary of “Nostra aetate” (no.4) – 10 December 2015*. Dalej watykański dokument będzie cytowany jako: Dokument „Dary i wezwanie Boże...”. Jego polski przekład jest dostępny na stronie Polskiej Rady Chrześcijan i Żydów (www.prchiz.pl).

i ks. N. Hofmanna, sekretarza komisji, nadała wydarzeniu charakter jubileuszowy⁴. Doniosłość tego wydarzenia była wyjątkowa. Katolicki dokument o dialogu z judaizmem opatrzone komentarzami został wydany w języku hebrajskim przez izraelski uniwersytet. Samo to wydarzenie pokazuje, jak daleko od Soboru Watykańskiego II zaszli partnerzy w dialogu chrześcijańsko-żydowskim. Akademicki charakter kolokwium w Tel Awiwie wskazuje również na zainteresowanie studiami nad chrześcijaństwem ze strony świata żydowskiego⁵.

Celem, jaki sobie postawił autor artykułu, jest uważna analiza treści watykańskiego dokumentu oraz wydobyć z niego głównych wątków i zasadniczych tez doniosłych dla dialogu chrześcijańsko-żydowskiego (2. Historyczne znaczenie „Nostra Aetate” (n. 4); 3. Węzłowe elementy dialogu), a następnie krytyczne zwrócenie uwagi na pewne jego ograniczenia i braki (4. Kwestie problematyczne). Całość podsumowuje krótka konkluzja.

2. HISTORYCZNE ZNACZENIE „NOSTRA AETATE” (N. 4)

W części historycznej dokumentu „Dary i wezwanie Boże...”, a następnie, w kolejnych częściach, przedstawiony jest przełomowy teologicznie dorobek „Nostra aetate” 4 i jego magisterialne interpretacje. Jest oczywiste, że w porównaniu do wielowiekowego „nauczania pogardy”⁶ wobec Żydów, które było udziałem chrześcijaństwa, została współcześnie otwarta zupełnie nowa karta. Odrzucone zostają rozmaite elementy teologii zastępstwa (substytucji), która od czasów patrystycznych (*Adversus Judeos*) miała swoje wielorakie historyczne odsłony⁷.

⁴ Na stronie Międzynarodowej Rady Chrześcijan i Żydów (ICCJ) są dostępne teksty (<https://ccjr.us/dialogika-resources/documents-and-statements/analyses/crrj-2015dec10>) wystąpień podczas konferencji prasowej: Kard. K. Koch: *Presentation of the Document*; Norbert J. Hofmann: *On the Birth of the Document*; David Rosen: *Reflexions from Israel*; Edward Kessler: *Reflections from a European Jewish Theologian*.

⁵ Por. G. S. Rosenthal, *A Jubilee for All Time. The Copernican Revolution in Jewish-Christian Relations*, Philadelphia 2017.

⁶ Por. Jules Isaac, *L'Enseignement du mépris: vérité historique et mythes théologiques*, Ed. Fasquelle, Paris 1962.

⁷ W przedmowie do swej książki „Traktat o Żydach” (Wyd. ATK, Warszawa 1993) – należącej do ścisłego kanonu prac o dialogu chrześcijańsko-żydowskim – wybitny niemiecki biblista Franz Mussner napisał: „Niegdyś, za czasów Ojców Kościoła, powstał *Tractatus adversus Judaeos*, zaś antyżydowski duch tego traktatu oddziaływał aż po naszą epokę. Teraz więc, w kontekście daleko idących przemian w postawie Kościołów wobec judaizmu, nadeszła pora, by napisać *Tractatus pro Judaeis*”.

Dokument „Dary i wezwanie Boże...” stanowczo potwierdza niezawodną wierność Boga wobec swego ludu (n. 33), trwały charakter misji zbawczej narodu żydowskiego („lud Boży Izraela”, n. 23), jego trwanie po wydarzeniu Chrystusa (n. 32 i 36), nieodwołalność i trwałość Przymierza z Izraelem (n. 27, n. 33, n. 35 itd.); są to podstawowe motywy obecne w dokumencie. Inne prawdy na które dokument zwraca uwagę to: trwałość wyjątkowej misji Izraela (n. 32 i 36), przestrzeganie przepisów Tory jako sposób na komunie z Bogiem i wypełnienie Jego woli (n. 24).

Dokument „Dary i wezwanie Boże...” stanowczo potwierdza niezawodną wierność Boga wobec swego ludu (n. 33), trwały charakter misji zbawczej narodu żydowskiego („lud Boży Izraela”, n. 23), jego trwanie po wydarzeniu Chrystusa (n. 32 i 36), nieodwołalność i trwałość Przymierza z Izraelem (n. 27, n. 33, n. 35 itd.); są to podstawowe motywy obecne w dokumencie.

Jeśli chodzi o relację między chrześcijaństwem a judaizmem, dokument „Dary i wezwanie Boże...” przypomina o żydowskich korzeniach chrześcijaństwa, o żydowskości Jezusa i apostołów, dość obszernie naświetla proces rozdziału Kościoła od Synagogi i stwierdza bez zastrzeżeń brak jakichkolwiek podstaw dla teorii zastępstwa lub zastąpienia (n. 17). Potwierdza się „nieodwołalnie współzależną” więź między Żydami i chrześcijanami (n. 13), która nadaje ich dialogowi wyjątkową doniosłość i specyfikę w porównaniu z dialogiem z innymi religiami (n. 20): tekst określa go jako „wewnątrzrodzinny” (n. 20).

Treść dokumentu *implicite* nawiązuje do najnowszych wyników badań nad początkami chrześcijaństwa. Rozpoznaje się teorie Daniela Boyarina na temat procesu separacji między wyznawcami Jezusa z Nazaretu a judaizmem postbiblijnym⁸. Do metafory rodzinnej Jana Pawła II („jesteście naszymi starszymi braćmi”, n. 20) i Benedykta XVI („jesteście naszymi ojcami w wierze”, n. 14) dołącza

⁸ Por. D. Boyarin, *La partition du judaïsme et du christianisme*, Cerf, Paris 2011.

metafora braci bliźniaków, rozwinięta przez Alana Segala⁹ i Israela Yuvala¹⁰: „Żydzi i chrześcijanie są zatem zrodzeni z tej samej matki i mogą być uważani za należących do tego samego rodzeństwa” (n. 15). Jednym z pierwszych uczonych, którzy zapoczątkowali zmianę w rozumieniu więzi łączących pierwotnie Kościół i judaizm, był Robin Scroggs. To, co pisał on w 1986 r., było zwiastunem nurtu badań dziś określanego często jako badania nad „rozejściem się dróg” dwóch religii.

Dokument stwierdza, że zarówno współczesny judaizm, jak i wiara chrześcijańska wywodzą się z judaizmu Drugiej Świątyni, a po jej zniszczeniu każdy z nich interpretował Pismo Święte w świetle własnych przekonań (n. 30). Konsekwencją tego były dwa rodzaje odpowiedzi na tę nową sytuację, a dokładniej dwa nowe sposoby czytania Pisma Świętego, a mianowicie egzegeza chrystologiczna chrześcijan i egzegeza rabiniczna nowej formy judaizmu, która rozwinęła się w historii. (n. 10) Wizja historii promowana przez dokument watykański unieważnia ideę historycznej sukcesji, w linii prostej, Kościoła przejmującego autorytet religijny od Synagogi, co prowadziło do teorii substytucji: „Kościół chrześcijański nie może być uważany po prostu za gałąź lub owoc Izraela (Mt 8,10–13)”, czytamy nieco dalej, gdy dokument podejmuje Pawłowy obraz korzenia Izraela, do którego zostały wszczepione dzikie gałęzie pogan (por. Rz 11,16–21) (n. 34).

W dokumencie jest wyrażone przekonanie, że obszar Pisma świętego jest tym, w którym dialog żydowsko-chrześcijański poczynił największe postępy. W istocie, w ciągu ostatnich pięćdziesięciu lat Biblia była uprzywilejowanym miejscem dialogu; jest to – jak się wydaje – najłatwiejszy teren¹¹. Dokument „Dary i wezwanie Boże...” pokazuje jak partnerzy dialogu spotykają się z Bogiem w Jego Słowie, każdy według własnej wiary. Dlatego w n. 26 stwierdza się, że „Tora i Chrystus są *locus* (miejscem), obecności Boga w świecie, tak jak ta obecność jest doświadczana w poszczególnych wspólnotach kultu”. Doświadczeniem tym można się teraz dzielić, podczas gdy w przeszłości było ono konkurencyjne, jak podkreśla się w tekście: „Po wiekach przeciwstawnych stanowisk dialog żydowsko-katolicki postawił sobie za zadanie doprowadzenie do dialogu tych dwóch

⁹ A. F. Segal, *Rebecca's Children: Judaism and Christianity in the Roman World*, Harvard University Press, Cambridge (Mass.) 1986.

¹⁰ I. Y. Yuval, «*Deux peuples en ton sein*». *Juifs et chrétiens au Moyen Âge*, Albin Michel, Paris 2012.

¹¹ Por. A. Perzyński, *Interpretation of Scripture*, w: Tenże, *Rediscovering Unity. Ecumenical Essays*, Wyd. Naukowe UKSW, Warszawa 2021, s. 48.

nowych sposobów odczytywania Pism biblijnych, aby podkreślić ich „bogatą komplementarność” tam, gdzie ona istnieje, i „pomagać sobie nawzajem w studiowaniu bogactwa Słowa” (*Evangelii gaudium*, 249) (n. 31).

To, co zwróciło uwagę czytelników i komentatorów medialnych, to n. 40, w którym stwierdza się, że „Kościół katolicki nie prowadzi, ani nie popiera żadnej konkretnej instytucjonalnej pracy misyjnej skierowanej ku Żydom”. Prawdopodobnie po raz pierwszy takie oficjalne stanowisko zostało tak jasno i wyraziście wyrażone w tekście Papieskiej Komisji ds. Stosunków Religijnych z Judaizmem.

Należy dodać, że w tekście wielokrotnie podkreśla się rosnącą przyjaźń między uczestnikami dialogu, a także klimat zaufania umożliwiający podejmowanie trudnych tematów i przewyżnianie napięć. Komisja Papieska wyraża również pragnienie, aby spotkanie między Żydami i chrześcijanami nie pozostało wyłącznie sprawą specjalistów, i dlatego zaleca, aby „katolickie instytucje edukacyjne, szczególnie poświęcające się formacji kapłanów, włączyły do swoich programów nauczania zarówno „*Nostra aetate*”, jak i kolejne dokumenty Stolicy Apostolskiej dotyczące wprowadzania w życie deklaracji soborowej” (n. 45). Zachęta ta została sformułowana już w pierwszym dokumencie Papieskiej Komisji ds. Stosunków Religijnych z Judaizmem z 1974 r. wzywającym do recepcji nauczania soborowego¹². Papieska Komisja podkreśla w analizowanym dokumencie, że „dialog, z teologicznego punktu widzenia między [Żydami i chrześcijanami] nie jest sprawą wyboru, ale obowiązku” (n. 13).

¹² Komisja Stolicy Apostolskiej do Spraw Stosunków Religijnych z Judaizmem, *Wskazówki i sugestie w sprawie wprowadzania w życie deklaracji soborowej Nostra aetate nr 4*. (1 grudnia 1974). Pełny polski tekst dokumentu jest dostępny na stronie Polskiej Rady Chrześcijan i Żydów – www.prchiz.pl.

To, co zwróciło uwagę czytelników i komentatorów medialnych, to n. 40, w którym stwierdza się, że „Kościół katolicki nie prowadzi, ani nie popiera żadnej konkretnej instytucjonalnej pracy misyjnej skierowanej ku Żydom”. Prawdopodobnie po raz pierwszy takie oficjalne stanowisko zostało tak jasno i wyraziście wyrażone w tekście Papieskiej Komisji ds. Stosunków Religijnych z Judaizmem¹³. Należy zwrócić uwagę na termin „misja instytucjonalna”, który oznacza, że Kościół katolicki nie ma żadnego strategicznego programu pastoralnego ewangelizowania Żydów. W świetle historii trzeba wspomnieć o przymusowych konwersjach i chrztach, które naznaczyły historię narodu żydowskiego w wielu krajach Europy, np. w czasie wypędzenia Żydów z Hiszpanii w 1492 roku¹⁴.

3. WĘZŁOWE ELEMENTY DIALOGU

Wszystkie dane, które wymieniliśmy, są zorientowane i zbiegają się wokół głównego pytania, które cały dokument stawia badaniom teologicznym: Jak pogodzić spójnie wiarę katolików w powszechną misję zbawczą Jezusa Chrystusa z artykułem wiary, że Bóg nigdy nie odwołał swojego przymierza z Izraelem¹⁵. Przeanalizujmy pokrótce, jak przedstawia się to napięcie.

¹³ „Stajemy tutaj przed tajemnicą działania Bożego, które nie jest sprawą wysiłków misyjnych, by nawrócić Żydów, ale oczekiwania „znanego tylko Bogu dnia, w którym wszystkie ludy jednym głosem będą wzywać Pana i «służyć Mu jednomyślnie» (So 3,9)” („Nostra aetate”, art. 4)”. (n. 37)

¹⁴ Bagaż historycznych obciążeń kościołów chrześcijańskich jest ogromny. Formy prozelityzmu uprawianego wobec Żydów były w historii rozmaite: od działań „intelektualno-teologicznych” jak kazania, publiczne debaty z żydowskimi uczonymi w Piśmie, po najróżnorodniejsze postaci przemocy: ośmieszanie, oskarżanie, walkę ekonomiczną i instytucjonalną, sprawy sądowe, przepisy prawne izolujące społeczność żydowską (getta), chrzty na siłę, a wreszcie pogromy, wypędzenia itd. Co więcej, tego rodzaju postawy miały miejsce w tak wielu krajach i na tak szeroką skalę, że nie można uznać ich za wyraz lokalnych konfliktów czy wypaczeń miejscowego chrześcijaństwa i Kościoła.

¹⁵ „Dla katolików inną kwestią centralną musi nadal być bardzo złożony problem teologiczny, jak wiara chrześcijańska w powszechne zbawcze znaczenie Jezusa Chrystusa może być spójnie łączona z równie jasną deklaracją wiary w nigdy nie odwołane przymierze Boga z Izraelem. Wiarą Kościoła jest prawda, że Chrystus jest zbawicielem dla wszystkich. Zatem nie może być dwóch dróg prowadzących do zbawienia, ponieważ Chrystus jest zbawicielem nie tylko pogan, ale także żydów. Stajemy tutaj przed tajemnicą działania Bożego, które nie jest sprawą wysiłków misyjnych, by nawrócić Żydów, ale oczekiwania „znanego tylko Bogu dnia, w którym wszystkie ludy jednym głosem będą wzywać Pana i «służyć Mu jednomyślnie» (So 3,9)” („Nostra aetate”, art. 4)”. (n. 37).

3.1. Chrystologia

Specyfika watykańskiego tekstu polega na wydobyciu na światło dzienne tematu, który od czasu „Nostra aetate” n. 4 pozostawał w ukryciu: kwestii chrystologicznej. Chrystologia była do tej pory ubogą stroną dialogu żydowsko-chrześcijańskiego i tekstów opublikowanych po „Nostra aetate” 4. Zaslugą dokumentu „Dary i wezwanie Boże...” jest więc to, że w sposób zdecydowany przedstawia chrystologię jako różnicę między Żydami i chrześcijanami, jako „punktem centralnym i newralgicznym dialogu żydowsko-chrześcijańskim” (n. 14). Analizowany dokument przypomina prawdy podstawowe jak korzenie Jezusa w swoim narodzie, wykazuje, że Jego nauczanie nie było sprzeczne czy przeciwstawne wobec tradycji, oraz przedstawia różnice zdań między Żydami a chrześcijanami na temat tożsamości Jezusa z Nazaretu. Tekst nie koncentruje się jednak na osobie Jezusa, Jego podwójnej naturze czy tożsamości mesjańskiej.

Bardzo szybko temat chrystologiczny koncentruje się wyłącznie na jedynej drodze zbawienia, którą jest Chrystus, a tekst wydaje się być zainteresowany wyłącznie ostateczną i powszechną misją zbawczą Chrystusa. Stwierdzenie to powtarza się jak refren i jest połączone z ostrzeżeniem – bez wątplenia dla niektórych teologów – że nie mogą istnieć „dwie drogi zbawienia”¹⁶. Aby zrozumieć ten nacisk, trzeba zrozumieć problem, przed którym stoi teologia katolicka od momentu odrzucenia teologii zastępstwa (substytucji), która na różne sposoby dyskwalifikowała znaczenie zbawcze ludu Izraela (Synagogi) w czasach Kościoła. Obecnie, wobec nieodwołania Przymierza, teologia ma za zadanie zastanowić się nad współistnieniem Starego Przymierza i „Nowego Przymierza, które dla chrześcijan jest ostatecznym i wiecznym przymierzem, a zatem stanowi interpretację. Jest to ostateczne wypełnienie się tego, co zapowiadali prorocy Starego Przymierza” (n. 32).

3.2. Jedność jako tło

Dokument „Dary i powołanie Boże...” oferuje kilka wskazań związanych z wyzwaniem stojącym przed teologią. Dokument wyjaśnia, dlaczego zagadka nieodwołanego starego przymierza w odniesieniu do Kościoła nie może być rozwiązana przez koncepcję dwóch dróg zbawienia: jest to jedność Bożego planu zbawienia dla całego rodzaju ludzkiego od samego początku. To jest credo Kościoła: jedyny

¹⁶ To określenie występuje w dokumencie przynajmniej 10 razy.

Bóg i Stwórca obiecał Abrahamowi zgromadzić ludzi w jedną rodzinę. W związku z tym „Dla wiary chrześcijańskiej jest oczywiste, że może istnieć tylko jedna historia przymierza Boga z ludzkością” (n. 32). Przymierze Boga z Abrahamem jest przedstawione w dokumencie jako konstytutywne dla dialogu żydowsko-chrześcijańskiego, ponieważ patriarcha jest ojcem Izraela i ojcem wiary chrześcijan (n. 33).

Jeśli rozumie się tę wizję historii ludzkości, rozumie się także, dlaczego tekst watykański ma ton zdecydowanie inkluzywny: istnieje tylko jeden lud Boży, którego znakiem (*sacramentum*, zob. LG 1) jest Kościół, miejsce zgromadzenia Żydów i pogan, do którego wszyscy ludzie są wezwani (LG). Istnieje też tylko jedno przymierze, które odnawia się w ciągu jednej historii zbawienia: „Każde z tych przymierzy obejmuje uprzednie przymierze i interpretuje je w nowy sposób. To samo dotyczy Nowego Przymierza, które dla chrześcijan jest ostatecznym wiecznym przymierzem, i stąd ostateczną interpretacją tego, co zostało obiecanie przez proroków Starego Przymierza” (n. 32).

Jest zatem koherentne stwierdzenie, że zbawczy plan Boga, który wypełnił się w osobie Jego jedyne Syna, obejmuje wszystkich ludzi pod przewodnictwem tego jedyne, powszechnego pośrednika i wypełnia obietnicę, której nośicielami jest naród żydowski, a mianowicie doprowadzenia wszystkich ludzi do oddawania czci Jedynemu Bogu. „Wiara w powszechne, a zatem wyłączne pośrednictwo zbawcze Jezusa Chrystusa należy do podstaw wiary chrześcijańskiej. Podobnie wiara w jednego Boga, Boga Izraela, który objawiając się w Jezusie Chrystusie ukazał się w pełni jako Bóg wszystkich narodów, bowiem w Nim wypełniła się obietnica, że wszystkie narody będą się modlić do Boga Izraela jako jedyne Boga (por. Iz 56,1-8)” (n. 35)

Żydzi nie tylko nie są wykluczeni z tego zbawczego planu Boga, ale – jako pierwsi powołani – w tajemniczy sposób w nim uczestniczą, choć nie doczekali się jego ostatecznego wypełnienia. „Z teologicznego punktu widzenia nie ma żadnych wątpliwości, że Żydzi są uczestnikami Bożego zbawienia, ale jak to może być możliwe bez wyraźnego wyznawania Chrystusa, jest i pozostaje niezgłębioną tajemnicą Bożą” (n. 36).

Ich misja trwa więc nadal, jako ludu Starego Przymierza, nigdy nie odwołana, ale w dynamicznej interakcji z Kościołem, a można powiedzieć, że w pewien sposób za łaską Chrystusa działającą w świecie, czego tekst nie mówi, ale sugeruje: „Trwałość roli ludu przymierza Izraela w Bożym planie zbawienia należy odnieść

dynamicznie do „ludu Bożego Żydów i pogan, zjednoczonego w Chrystusie”, Tym, którego Kościół wyznaje jako powszechnego pośrednika stworzenia i zbawienia. W kontekście Bożej woli powszechnego zbawienia, wszystkich ludzi, którzy jeszcze nie otrzymali Ewangelii należy przyporządkować do ludu Bożego Nowego Przymierza. „Przed wszystkim więc ten naród, który otrzymał przymierze i obietnice, a z którego narodził się Chrystus według ciała (por. Rz 9,4–5) lub dzięki wybraniu szczególnie umiłowany ze względu na praojców, albowiem Bóg nie żałuje darów i wezwania” (por. Rz 11,28–29), („Lumen gentium”, 16)” (n. 43).

„Pojęcie misji w dialogu między Żydami a chrześcijanami musi być przedstawione poprawnie” (n. 41). Tak więc, chociaż Kościół nie promuje instytucjonalnej misji do Żydów, zachęca chrześcijan do „świadczenia w życiu osobistym” (n. 42). „Gorliwość o „dom Pana” musi się u nich łączyć z całkowitą ufnością w ostateczne zwycięstwo Boga. Misja chrześcijańska oznacza, że wszyscy chrześcijanie, we wspólnocie z Kościołem, wyznają i głoszą historyczną realizację woli Boga powszechnego zbawienia w Jezusie Chrystusie (por. „Ad gentes”, 7)” (n. 41).

Innymi słowy, można powiedzieć, nie nadwężając tekstu, że Żydzi żyją pod rządami Starego Przymierza, to znaczy, że już czczą i służą temu jedynemu Bogu, do którego narody mają się zwrócić – i dlatego zachowują zbawczą misję jako świadkowie Boga Abrahama, Izaaka i Jakuba. Jednak, tak jak wszyscy ludzie, mogą być zbawieni tylko przez Chrystusa. Co prawda, nie przyjęli jeszcze tej dobrej nowiny, ale są pierwszymi, którzy ją otrzymają i odkryją, w czasie i chwili, które wybrał sam Bóg.

4. KWESTIE PROBLEMATYCZNE

Na konferencji prasowej 10 grudnia 2015 w Rzymie rabin David Rosen¹⁷ słusznie stwierdził, że dokument „Dary i wezwanie Boże...” to „katolicki dokument odzwierciedlający katolicką teologię”. Tekst dokumentu nieuchronnie zawiera fragmenty, które nie mają i nie mogą mieć oddźwięku w teologii żydowskiej. Takie jest prawo dialogu.

W dalszej części tego artykułu zostanie poruszone kilka kwestii, które wydają się problematyczne dla samego dialogu, do którego dokument ma prowadzić.

¹⁷ <https://ccjr.us/dialogika-resources/documents-and-statements/analyses/crrj-2015dec10/> David Rosen: *Reflexions from Israel*.

4.1. Problem idei wypełnienia

Temat wypełnienia, nierozzerwalnie związany z jednym Przymierzem i jednością historii zbawienia, powraca w sposób powtarzający się w całym tekście i rodzi pytania. W istocie pojęcie spełnienia jest złożone i wymaga każdorazowego zdefiniowania. O ile analizowany dokument dość wyraźnie mówi o spełnieniu obietnicy danej Abrahamowi (n. 33), czyli o rozszerzeniu Przymierza na wszystkie narody, o tyle pozostałe przypadki (dobrych piętnaście) są używane tak, jakby były oczywiste, ale bez precyzji. Co na przykład należy rozumieć, gdy mówi się, że „Izrael nie osiągnął takiego wypełnienia” (n. 23)? Czy nie należałoby rozróżnić między spełnieniem obietnic danych prorokom, obietnicami danymi Izraelowi w jego własnej historii, a obietnicami dotyczącymi czasów eschatologicznych?

Czy wypełnianie się Pisma i wypełnianie się czasu nie są dwoma różnymi pojęciami? Do czego odnosi się Jezus, gdy na krzyżu woła „wszystko się wypełniło”? Tak więc całościowa i generalizująca idea „wypełnienia”, (słowo, któremu towarzyszą przymiotniki takie jak „ostateczne”, „nowe”, „niedoścignione”, „ekskluzywne”), pozostawia poczucie, że dyskurs ten, pomimo pozytywnych i ważnych afirmacji związanych z trwałością narodu żydowskiego, nie potrafi uwolnić się od wyłącznie linearnej wizji historii zbawienia. Tak więc, gdy Żydzi przychodzą „przed”, a Kościół „po”, mamy do czynienia z rejestrem „mniej” i „więcej”, z tym, co niedoskonałe w obliczu doskonałości, a więc z wyraźną wyższością Kościoła nad narodem żydowskim.

I jak można potwierdzić nieodwołanie Przymierza z Izraelem, jeśli jednocześnie mówi się – w sposób, który wydaje się zamykać pytanie – że Nowe Przymierze wypełnia Stare? Dobrze jest podkreślone, że Nowe Przymierze nie zastępuje starego, ale je wypełnia. Ale jak można pogodzić te dwa zdania, biorąc pod uwagę sposób, w jaki przedstawiona jest idea wypełnienia (spełnienia)?

Szkoda, że Papieska Komisja nie odwołała się bardziej szeroko do swoich wcześniejszych dokumentów, m.in. do „Uwag na temat poprawnego przedstawiania Żydów i judaizmu w głoszeniu Słowa Bożego i katechezie Kościoła katolickiego (1985)”, które stanowią cenne narzędzie w myśleniu o relacjach z Izraelem. Pokazują one, że relacją między Żydami i chrześcijanami rządzi napięcie, które wymaga jednoczesnego trzymania się podwójnych (par) terminów, w których wyraża się relacja między dwiema ekonomiami Starego i Nowego Testamentu: – obietnica i spełnienie; – ciągłość i nowość; – jedyność i powszechność; – wyjątkowość i wzorcowość (n. 5). Terminów zestawionych w parę nie należy odczytywać

w sposób dualistyczny, stawiając judaizm po lewej stronie, a chrześcijaństwo po prawej, lecz w relacji dialektycznej, w służbie historii i jej dopełnienia. Na przykład, nieco dalej, w związku z typologią, wspomniany dokument „Uwagi na temat poprawnego przedstawiania Żydów i judaizmu...” ukazuje, że łańcuch obietnic i wypełnienia dotyczy także czasu Kościoła: „Typologia oznacza ponadto zwrócenie się ku spełnieniu planu Bożego, kiedy „Bóg będzie wszystkim we wszystkich” (1 Kor 15,28). Fakt ten odnosi się również do Kościoła, który już został urzeczywistniony w Chrystusie, niemniej oczekuje swojej ostatecznej doskonałości jako Ciało Chrystusa. Fakt, że Ciało Chrystusa dąży jeszcze do swej miary wielkości doskonałej (por. Ef 4,12–13), w niczym nie umniejsza wartości bycia chrześcijaninem” (n. II.8)

4.2. Niekompletny charakter zbawienia

Pojęcie „zbawienia”, podobnie jak pojęcie „wypełnienia”, cierpi z powodu braku jasnej definicji w dokumencie „Dary i powołanie Boże...”. Zatrzymamy się bardziej nad pojęciem niepełności zbawienia, które pojawiając się zbyt rzadko w tekście, nadaje idei wypełnienia charakter zbyt ostateczny.

Jeśli idea wypełnienia zbawienia w dokumencie „Dary i wezwanie Boże...” pojawia się z pewnymi ograniczeniami i brakiem precyzji, to również dlatego, że pojęcie niepełności zbawienia jest niewystarczająco włączone w dyskurs.

Niezwykle ważne jest uwzględnienie niepełności zbawienia w teologii, gdy spotyka się ona z Izraelem. Historia zbawienia trwa nadal w czasach Kościoła. Paweł nie waha się powiedzieć, że „w nadziei zostaliście zbawieni” (Rz 8,24). Wypełnienie się zbawienia w Chrystusie wciąga nas głębiej w nadzieję obietnic mesjańskich, z których nie wszystkie zostały wypełnione. Zbawienie ma zatem dwa odrębne i wyraźne wymiary: to, co już się dokonało, wypełniło i to, co ma dopiero nadejść i nie jest jeszcze wypełnione.

W dokumencie „Dary i wezwanie Boże...” nie ma wystarczająco jasnego rozróżnienia między tymi dwoma wymiarami zbawienia, tak że ma się wrażenie, iż jest się w obecności tylko jego doskonale zrealizowanej części, a za mało jego mesjańskiego stawania się. Na przykład, kiedy tekst watykańskiego dokumentu pisze o współpracy między Żydami i chrześcijanami, przywołuje po prostu znaczenie wspólnego świadectwa o miłości i opiece Boga (n. 49), co można uczynić także w przypadku innych religii. Jednak to właśnie wymiar mesjański nadaje tej współpracy specyficzny charakter i głębokie znaczenie.

Co więcej, w omawianym dokumencie jest niewiele wzmianek o paruzji. Właśnie dlatego, że zbawienie jest jeszcze w trakcie procesu przyjścia, istnieje „przestrzeń” dla misji narodu żydowskiego, który idzie obok Kościoła, a ta inność nie czyni go przedchrześcijańskim czy nieświadomym.

Należy ponadto podkreślić, że teoria, zgodnie z którą chrześcijanie są zbawieni przez Chrystusa, a Żydzi przez Torę, jest zasadniczo akceptowana przez watykański dokument. W rzeczywistości, zgodnie z tradycją żydowską, przestrzeganie przykazań Tory nie ma na celu zbawienia, ale uświęcenie. Tylko Bóg zbawia swój lud, i w tej kwestii chrześcijanie i Żydzi są zgodni.

Należy ponadto podkreślić, że teoria, zgodnie z którą chrześcijanie są zbawieni przez Chrystusa, a Żydzi przez Torę, jest zasadniczo akceptowana przez watykański dokument. W rzeczywistości, zgodnie z tradycją żydowską, przestrzeganie przykazań Tory nie ma na celu zbawienia, ale uświęcenie. Tylko Bóg zbawia swój lud, i w tej kwestii chrześcijanie i Żydzi są zgodni. Dla tych ostatnich Bóg uratował swój lud, uwalniając go z niewoli egipskiej. To zbawienie jest sednem jego modlitwy. Jest to jednak droga do ostatecznego zbawienia, które zostanie dane przez Boga, a w którym wybitną rolę odgrywa Mesjasz. To odniesienie do powtórnego przyjścia Mesjasza w chwale na końcu czasów, które w pełni pogodzi Żydów i chrześcijan, otworzyłoby szerzej debatę chrystologiczną, nie podważając wiary katolickiej.

4.3. Chrystocentryzm kosztem teologii trynitarnej

W obciążonym historycznie dziedzictwie teologii zastępstwa (substytucji) chrystologia odegrała ważną rolę, ponieważ „wyznawana u boku Izraela lub przeciw Izraelowi (...), chrystologia rozwijała się bez teologicznego odniesienia do Boga

przymierza z Izraelem, tego Boga, który jednak potwierdził w Biblii, że nie może odwołać swojego przymierza z Izraelem”¹⁸.

Dokument „Dary i wezwanie Boże...” w sposób istotny i zdecydowany koryguje tę chrystologię separacji i zamierza uczynić z chrystologii przedmiot dialogu, a nie polemiki. Jednak chrystocentryzm dokumentu nie ułatwia namysłu nad tą aporią ważności przymierza możeszowego w obliczu powszechności zbawienia w Chrystusie. Ryzyko polega na pomniejszaniu lub relatywizowaniu żywotności (trwania) przymierza w judaizmie, aby chronić wyznanie wiary w jedyne w swoim rodzaju pośrednictwo Jezusa Chrystusa. Tekst stara się tego uniknąć, przypominając wielokrotnie o nieodwołaniu przymierza synajskiego, ale nie zawsze udaje mu się zachować spójność refleksji. W rzeczywistości chrystologii brakuje wymiaru trynitalnego. Nie można za to winić wyłącznie analizowanego dokumentu. Rzeczywiście, tajemnica Ducha Świętego jest wielkim nieobecnym we wszystkich tekstach dotyczących Żydów i judaizmu, począwszy od „Nostra aetate” (1965), poprzez dokument „Wskazówki i sugestie w sprawie wprowadzania w życie deklaracji soborowej „Nostra aetate” nr 4. (1974), aż po analizowany dokument „Dary i wezwanie Boże...” (2015).

Ten brak roli Ducha Świętego powoduje, że teologia jest zbyt „binarna”. Z jednej strony jest Bóg, Stwórca, Bóg Izraela, co do którego Żydzi i chrześcijanie wydają się zgodni, a z drugiej strony Syn, Mesjasz i powszechny Zbawiciel, jedyna droga zbawienia dla jednych, dla innych przeszkoda. Jednak to cała Trójca Święta jest zaangażowana na każdym etapie świętej historii ludzkości, od stworzenia do końca czasów. Stwierdzenie, że Bóg zbawia ludzkość, oznacza, że zbawia zarówno Ojciec, jak i Syn oraz Duch Święty. Powiedzieć, że Jezus, Syn Boży, zbawia, to znaczy powiedzieć, że Bóg zbawia. Kiedy Bóg zbawia Izraela, zgodnie z chrześcijańskim rozumieniem Boga, Duch Boży i Syn Boży zbawiają Izraela tak samo jak Ojciec. Bóg działał i działa dzisiaj dla Izraela i dla Kościoła.

4.4. Problem misji

Dokument „Dary i wezwanie Boże...” jest bardzo świadomy delikatności tematu misji. Przede wszystkim pamięć o Żydach pozostaje naznaczona wspomnieniem przymusowych nawróceń lub prozelityzmu wobec nich, w kontekście nauczania

¹⁸ P. G. Aring, *La christologie dans le dialogue judéo-chrétien aujourd'hui*, Istina 31(1986), s. 373.

pogardy. Należy też pamiętać, że temat misji do Żydów wywołał dość poważny kryzys podczas Soboru, ponieważ w trzeciej wersji tekstu „*Nostra aetate*” w fazie kształtowania się i dyskusji nad tekstem dokumentu dość wyraźnie wspominało się o ich nawróceniu. „*Nostra aetate*” n. 4 rozwiązało do pewnego stopnia tę kwestię, podejmując temat „z góry”, tzn. odwołując się do czasów eschatologicznych, za pomocą cytatu z proroka Sofaniasza (3,9), który zostaje podjęty w dokumencie „Dary i wezwanie Boże...” (n. 37).

Wydaje się całkiem jasne, że dokument watykański zachowuje ostrożność, gdy stwierdza, że Kościół nie ma projektu misyjnego wobec Żydów, ale spieszy dodać, że chrześcijanie muszą dawać świadectwo. Nie ma tu nic nowego, ponieważ dokument „*Wskazówki i sugestie ws. wprowadzania w życie soborowej deklaracji Nostra Aetate*” (1974) już wcześniej wyraźnie mówił na ten temat: „Warunkiem dialogu jest szacunek dla drugiego, takiego jaki jest, a szczególnie dla jego wiary i jego religijnych przekonań. Zgodnie z naturą swej świętej misji, Kościół głosić powinien światu Jezusa Chrystusa (*Ad gentes*, 2). Bacząc, by świadectwo dane Jezusowi Chrystusowi nie było odczuwane przez Żydów jako agresja, katolicy dołożą starań, by żyć i głosić swą wiarę w bezwzględnym szacunku dla wolności religijnej” (I. Dialog).

Ze swej strony watykański dokument „Dary i wezwanie Boże...” nie podaje żadnego teologicznego uzasadnienia dla zaniechania misji wśród Żydów i wydaje się nie brać pod uwagę cytatu, który mimo to przytacza w n. 36: „Św. Bernard z Clairvaux (*De consideratione*, III, 1, 3) mówi, że dla Żydów „wyznaczony został określony punkt w czasie i nie można go antycypować”¹⁹.

Problem, który można dostrzec, polega na tym, że tekst sugeruje, iż powody, dla których Kościół nie prowadzi instytucjonalnej misji wobec Żydów, są natury ludzkiej lub psychologicznej – pamięć o Shoah lub szacunek dla ludzi, którzy uznają Biblię – a nie są konsekwencją czegokolwiek, co zostało powiedziane wcześniej. Wreszcie zdanie: „Kościół musi zatem postrzegać ewangelizację Żydów, którzy wierzą w jednego Boga, w sposób odmienny od ewangelizacji skierowanej do

¹⁹ Warto zauważyć, iż do tego cytatu nawiązuje Benedykt XVI w „*Jezusie z Nazaretu*” i daje odpowiedź na pytanie o misję Izraela cytując Hildegardę Brem, która komentuje słowa św. Bernarda: „Mając na uwadze List do Rzymian 11,25, Kościół nie musi się zajmować nawracaniem Żydów, ponieważ musi oczekiwać nadejścia określonej przez Boga chwili, „aż do czasu, gdy wejdzie do [Kościola] pełnia pogan (Rz 11,25)”, Benedykt XVI, *Jezus z Nazaretu*, cz. 2., Jedność, Kielce 2011, s. 55.

ludzi innych religii i światopoglądów” (n. 40) rodzi pytanie na czym ma polegać ów „odmienny sposób”, w jaki ta ewangelizacja powinna się odbywać. Czy może to być misja, która powinna być realizowana poprzez przykład i świadectwo życia? Nic nie powiedziano nic o sposobie przeżywania dialogu.

Powiedzmy sobie jasno: nie chodzi o to, by zabronić chrześcijanom wyrażania swojej wiary i odpowiadania się za prawdą, która sprawia, że żyją. Podstawą prawdziwego dialogu jest możliwość swobodnego wyrażania swojej wiary przez każdą osobę. Wolność religijna polega również na tym, że każdy człowiek, w ramach swojej osobistej drogi, może wyznawać inną wiarę niż ta, w której się urodził, i to we wszystkich kierunkach.

Dla chrześcijan, którzy czują się zobowiązani do ewangelizowania – zgodnie z nakazem zawartym w Mt 28,19: „czyńcie uczniami wszystkie narody” – najlepszym sposobem ewangelizowania jest działanie, a nie głoszenie kazań czy chodzenie od drzwi do drzwi. Kiedy ktoś zapyta ich, dlaczego starają się o objęcie opieką zdrowotną ubogich, przygarniają dzieci z rodzin zastępczych lub odwiedzają ludzi w DPS-ach czy w więzieniu, mogą wówczas odpowiedzieć: „Ponieważ miłość Chrystusa przynagła mnie”.

4.5. Zbyt wielu adresatów

Redaktorzy tekstu dokumentu „Dary i wezwanie Boże...” stanęli przed trudnym zadaniem napisania tekstu dla kilku rozmówców, i w tym być może tkwi główny problem.

Przede wszystkim chodziło o uaktualnienie chrześcijańskiej doktryny o Żydach i judaizmie dla katolików o skrajnych i niekiedy antagonistycznych poglądach. Dokument „Dary i wezwanie Boże...” mają stanowić zabezpieczenie dla zbyt liberalnych teologów opowiadających się za dwiema drogami zbawienia, ale także odpowiedzieć na kontrowersje dotyczące misji. Do tej kategorii należy część poświęcona Listowi do Hebrajczyków (n. 18), która odnosi się do kontrowersji z bp. A. Dullessem. Ale dokument ten uświadamia także bardziej tradycyjnym, a nawet tradycjonalistycznym nurtom powagę, owocność i nieodwołalność deklaracji „Nostra aetate” 4. Ma odwagę, na przykład, cytować niektórych Ojców Kościoła (n. 17) i ich wyraźny udział w powstaniu i podtrzymywaniu teologii zastępstwa.

Jednak dokument „Dary i wezwanie Boże...” to nie tylko tekst dla katolickich czytelników, ponieważ określa się on również jako dokument dialogowy, który wyznacza program tematów do zbadania. Należy zatem żałować, że kwestie te

nie zostały lepiej przedstawione jako pytania otwarte. Zbyt często ma się wrażenie, że mamy się do czynienia z wykładem doktrynalnym zamykającym dalsze badania i dialog jakby wbrew temu, co jest napisane na wstępie. Tak jest w przypadku nieustannego powtarzania o jedynej drodze zbawienia, z którym żydowski rozmówca nie wie, co zrobić. Innym przykładem jest cytat papieża Franciszka, podczas spotkania z członkami MKSC 30 czerwca 2015 r. w Rzymie (n. 24), który prezentuje interesujące stanowisko, ale w n. 25 zostaje podjęty ponownie, aby kontynuować rozumowanie o niemożności istnienia dwóch dróg zbawienia:

Wyznania chrześcijańskie odnajdują swoją
jedność w Chrystusie; judaizm odnajduje swoją
jedność w Torze. Chrześcijanie wierzą, że Jezus
Chrystus jest Słowem Bożym, które stało się
ciałem na świecie; dla Żydów Słowo Boże jest
obecne przede wszystkim w Torze. Obie tradycje
wiary opierają się na jednym Bogu, Bogu
Przymierza, który objawia się ludziom przez swoje
Słowo. W poszukiwaniu właściwej postawy wobec
Boga chrześcijanie spoglądają na Chrystusa jako
źródło nowego życia, Żydzi na nauczanie Tory.

„Wyznania chrześcijańskie odnajdują swoją jedność w Chrystusie; judaizm odnajduje swoją jedność w Torze. Chrześcijanie wierzą, że Jezus Chrystus jest Słowem Bożym, które stało się ciałem na świecie; dla Żydów Słowo Boże jest obecne przede wszystkim w Torze. Obie tradycje wiary opierają się na jednym Bogu, Bogu Przymierza, który objawia się ludziom przez swoje Słowo. W poszukiwaniu właściwej postawy wobec Boga chrześcijanie spoglądają na Chrystusa jako źródło nowego życia, Żydzi na nauczanie Tory” (n. 24). Opracowując relację między Jezusem a Torą, chrześcijanami a Chrystusem i Żydami a Torą, można by sformułować pytanie o powszechność zbawienia w Chrystusie i ważność Przymierza Mojżeszowego w kategoriach innych niż niedopuszczalny dla wiary chrześcijańskiej paralelizm.

4.6. Nowe wino i stare bukłaki

Kiedy biskupi zgromadzeni na Soborze głosowali nad tekstem deklaracji „Nostra aetate” (1965), a w szczególności nad jego 4. paragrafem, większość z nich nie zdawała sobie sprawy z przełomowych konsekwencji tego dokumentu dla teologii. Debaty koncentrowały się raczej na kwestii odpowiedzialności za śmierć Jezusa (tzw. bogobójstwo, deicide) i na obalaniu starych antyjudajstycznych stereotypów i antyewangelicznych uprzedzeń.

Odrzucenie teologii zastępstwa skutkowało po Soborze pęknięciem starych bukłaków, w których ta teologia, przez długie wieki, się mieściła. Ale do tego nowego wina soborowego nauczania potrzebne są nowe bukłaki. W rzeczywistości, być może największą wadą przeanalizowanego dokumentu watykańskiego jest to, że wkłada on nowe wino ostatnich pięćdziesięciu lat postępu w stosunkach z Żydami do starych bukłaków pojęć teologicznych, które zostały użyte jako argument za teologią zastępstwa (substytucyjną). Oczywiście nie należy odrzucać takich pojęć, jak wypełnienie, prefiguracja i typologia. Trzeba je jednak poważnie przerobić, aby stały się nowymi bukłakami zdolnymi do przyjęcia nowego wina, jakim jest ontologiczny związek wiary chrześcijańskiej z judaizmem, Kościoła z Synagogą i narodem żydowskim.

Dokument „Dary i wezwanie Boże...” jednoznacznie podkreśla specyfikę relacji z narodem żydowskim, a to nowe wino może być tylko korzystne dla obu partnerów dialogu. Jest to zatem zaproszenie do kreatywności w teologii, bez zaprzeczania tradycji i wierze chrześcijańskiej. Aby tak się stało, naród żydowski musiałby zostać ukazany wobec Kościoła w prawdziwej odmienności, inności lub – jak pisała Komisja Episkopatu Francji ds. Stosunków z Judaizmem o relacjach między Żydami a chrześcijanami – w sytuacji „wymagającego i zdecydowanego partnerstwa”²⁰. W dokumencie watykańskim nie jest to jednak wystarczająco jednoznaczne, klarowne i spójne, między innymi dlatego, że pojęcia teologiczne, którymi się dokument posługuje, niekiedy jako oczywistymi osiągnięciami, pozostają jednak naznaczone piętnem teologii zastępstwa, którą przecież dokument mimo wszystko jednoznacznie odrzuca.

²⁰ Comité épiscopal de France pour les relations avec le judaïsme, «*L'attitude des chrétiens à l'égard du judaïsme. Orientations pastorales*», Documentation Cath. 1631 (1973), p. 419–422.

5. KONKLUZJA

Dokument „Dary i wezwanie Boże...” nosi wyraźne ślady teologicznych kontrowersji, a nawet lęków w Kościele, dotyczących dwóch dróg zbawienia, misji do Żydów i bez wątpienia ziemi Izraela. Milczenie w tej ostatniej kwestii jest samo w sobie wymowne i świadczy o trudności w podejściu do niego, choćby tylko jako do problemu otwartego. Te wewnętrzne napięcia i ostrożny charakter tekstu dokumentu niekiedy odbierają jasność i przejrzystość niektórym jego fragmentom, jak na przykład temu dotyczącemu Przymierza. Jest to chyba raczej nieuniknione, gdy tekst jest pisany przez zespół różnych autorów.

Powyżej wzmiankowane braki i niedociągnięcia nie powinny przesłonić pozytywnego bilansu przełomowego postępu w nauczaniu Kościoła o Żydach, ani otwartych na przyszłość perspektyw, które otwiera analizowany dokument, ani uczciwości i wnikliwości, z jaką podchodzi on do najtrudniejszych kwestii. Dlatego, poza pewnym niedosytem, jakie może wywołać lektura niektórych fragmentów dokumentu, można z pewnością przyłączyć się do życzenia kard. K. Kocha, aby ten dokument został dobrze przestudiowany przez wszystkich zaangażowanych w dialog żydowsko-chrześcijański i aby stanowił dla nich stymulujący impuls do refleksji, akademickich rozmów i twórczej wymiany²¹.

BIBLIOGRAFIA

- Aring P. G., *La christologie dans le dialogue judéo-chrétien aujourd'hui*, Istina 31(1986), s. 373.
- Benedykt XVI, *Jezus z Nazaretu*, cz. 2., Jedność, Kielce 2011.
- Boyarín D., *La partition du judaïsme et du christianisme*, Cerf, Paris 2011.
- Comité episcopal de France pour les relations avec le judaïsme, «*L'attitudedes chrétiens à l'égard du judaïsme. Orientations pastorales*», Documentation Cath. 1631 (1973), p. 419–422.

²¹ Na zakończenie swojego wystąpienia prezentującego dokument podczas konferencji prasowej kard. K. Koch stwierdził: „Jesteśmy oczywiście wdzięczni za wszelkie wysiłki zarówno Żydów, jak i katolików na rzecz wspierania naszego dialogu. Równie ważne jest jednak, by pamiętać – jak zaznaczono w dokumencie – że zwłaszcza z teologicznego punktu widzenia znajdujemy się dopiero na nowym początku, a wiele pytań pozostaje otwartych i wymaga dalszych badań. Z tego powodu mam nadzieję, że niniejszy dokument zostanie dobrze przyjęty przez wszystkich zaangażowanych w dialog żydowsko-chrześcijański oraz że jest on interesujący i może dostarczyć im bodźców do refleksji, do rozmów i do przyszłej wymiany”.

- Fabris R., *Uno nella mia mano. Israele e Chiesa in cammino verso l'unità*, Qiqajon, Magnano 1999.
- Isaac J., *L'Enseignement du mépris: vérité historique et mythes théologiques*, Ed. Fasquelle, Paris 1962.
- Komisja Stolicy Apostolskiej do Spraw Stosunków Religijnych z Judaizmem, *Wskazówki i sugestie w sprawie wprowadzania w życie deklaracji soborowej Nostra aetate nr 4*. (1 grudnia 1974).
- Perzyński A., *Christian-Jewish dialogue in historical perspective*, w: Tenże, *Rediscovering Unity. Ecumenical Essays*, Wyd. Naukowe UKSW, Warszawa 2021, s. 25–38.
- Perzyński A., *Interpretation of Scripture*, w: Tenże, *Rediscovering Unity. Ecumenical Essays*, Wyd. Naukowe UKSW, Warszawa 2021, s. 48.
- Rosenthal G. S., *A Jubilee for All Time. The Copernican Revolution in Jewish-Christian Relations*, Philadelphia 2017.
- Segal A. F., *Rebecca's Children: Judaism and Christianity in the Roman World*, Harvard University Press, Cambridge (Mass.) 1986.
- Sherman F. (ed.), *Bridges – Documents of the Christian-Jewish Dialogue (1945–1985)*: Vol 1 (Paulist Press, 2011); *Building a New Relationship (1986–2013)*: vol. 2. (Paulist Press, 2014).
- The Gifts and the Calling of God are Irrevocable" (Rom 11:29) – A Reflection on Theological Questions Pertaining to Catholic – Jewish Relations on the Occasion of the 50th Anniversary of "Nostra aetate" (no. 4) – 10 December 2015.*
- Yuval I. Y., «*Deux peuples en ton sein*». *Juifs et chrétiens au Moyen Âge*, Albin Michel, Paris 2012.

Biogram

Andrzej P. Perzyński – (ur. 1958), prof. dr hab., na Wydziale Teologicznym UKSW w Warszawie pełni funkcje profesora zwyczajnego w Katedrze Religiologii i Ekumenizmu. Prezbiter archidiecezji łódzkiej. Wykładowca zagadnień ekumenicznych oraz teologii dogmatycznej w UKSW w Warszawie oraz w Wyższym Seminarium Duchownym i w Instytucie Teologicznym w Łodzi. Współinicjator powstania Polskiego Forum Chrześcijańskiego. Członek Zarządu Polskiej Rady Chrześcijań i Żydów. Wiceprezes Stowarzyszenia im. Jerzego Turowicza. Ostatnio opublikował: *Rediscovering Unity. Ecumenical Essays*, Wyd. Naukowe UKSW, Warszawa 2021.
ORCID 0000-0002-2955-0909

Maciej Radej

Uniwersytet Papieski Jana Pawła II w Krakowie

Pionier francuskiego kaznodziejstwa radiowego – Pierre Lhande SJ (1877–1957)

A Pioneer of French radio preaching – Pierre Lhande SJ (1877–1957)

ABTRAKT

Pierre Lhande zasłynął nie tylko z badań nad językiem i literaturą baskijską, pracą w redakcji miesięcznika „Études” w Paryżu oraz duszpasterstwem robotników na przedmieściach stolicy Francji, ale przede wszystkim jako pionier kaznodziejstwa radiowego we Francji. Jego kazania głoszone w latach 1927–1934 odniosły wielki sukces. Potwierdza to liczna korespondencja oraz pełne uznania artykuły w prasie. Był on wielkim pasjonatem radia, jako nowego środka komunikacji społecznej. Dawał temu wielokrotnie wyraz w swoich kazaniach i pismach. Nigdy jednak nie kwestionował kaznodziejstwa tradycyjnego, co więcej uważał je za ważniejsze. W jego ocenie kazania radiowe uzupełniają ten tradycyjny przekaz.

SŁOWA KLUCZOWE:

Pierre Lhande, kazania radiowe, Radio-Paris, specyfika kaznodziejstwa radiowego

ABSTRACT

Pierre Lhande has become famous not only for his research on the Basque language and literature, his work in the editorial office of the “Études” monthly magazine in Paris and the ministry of workers in the suburbs of the French capital, but above all, as a pioneer of radio preaching in France. His sermons preached from 1927 to 1934 were a great success. This is confirmed by numerous correspondence and appreciative articles in the press. He was very passionate about radio as a new means of social communication. He expressed it many times in his sermons and writings. However, he never questioned traditional preaching, and considered it even more important. In his opinion, radio sermons complete this traditional message.

KEYWORDS:

Pierre Lhande, radio sermons, Radio-Paris, the specificity of radio preaching

Przeżywany w roku 2021 jubileusz 90-lecia Radia Watykańskiego pozwolił przybliżyć niektóre aspekty obecności Dobrej Nowiny w środkach społecznego

przekazu¹. Wydaje się, że w Polsce nadal niewiele wiadomo o pionierach, którzy podejmowali głoszenie Ewangelii w początkach istnienia radia. Jednym z nich był francuski jezuita Pierre Lhande, w latach 1927–1934 wybitny kaznodzieja radiowy². Artykuł zapoznaje z tym, którego Corinne Bonafoux-Verrax nazwała „najznakomitszym kaznodzieją radiowym” (*le prédicateur le plus célèbre de la radio*)³ i jego wkładem w dzieło ewangelizacji przy pomocy tego medium. Po nakreśleniu kontekstu historyczno-geograficznego, w którym wzrastał przyszły jezuita, ukazane zostaną początki kaznodziejstwa radiowego i pierwsze wystąpienia Lhande’a, czynniki, które zadecydowały o jego sukcesie, specyfika kazania radiowego, a w końcu pozostawiona przez niego spuścizna pisarska.

PIERRE LHANDE – CZTERY OBSZARY JEGO DZIAŁALNOŚCI

Małą ojczyzną przyszłego kaznodziei była Bajonna (fr. Bayonne, bask. Baiona). To w tym mieście, w regionie Nowa Akwitania, w departamencie Pireneje Atlantyczne (Pyrénées-Atlantique), 9 lipca 1877 roku urodził się Pierre Lhande⁴. Tereny te na granicy Francji i Hiszpanii, nad Zatoką Biskajską zamieszkują Baskowie. On też będzie przynależał do tego narodu bez państwa i wiele uczyni dla jego języka i kultury. W Polsce rodzinne miasto Lhande’a kojarzy się z sumami bajońskimi, olbrzymimi kwotami, jakie Księstwo Warszawskie po podpisaniu porozumień właśnie w Bajonnie było winne Napoleonowi. To określenie „sumy bajońskie” weszło do języka potocznego jako określenie bajecznych, nieosiągalnych pieniędzy.

¹ Zob. np. M. Szczepaniak, K. Zagórska, *Ewangelizacja radiowa w ujęciu synchronicznym i diachronicznym*, [w:] *Dobra Nowina w środkach społecznego przekazu*, red. H. Sławiński, Kraków 2020, s. 65–94; M. Radej, „*Mira sane ope Marconiana*”. *Pierwsze radiowe transmisje mszy świętych*, „Kultura-Media-Teologia” 2020 nr 43, s. 88–101; Tenże, *Nowe wyzwania katolickich mediów. Przesłanie papieża Franciszka do członków Catholic Press Association*, „Studia Włocławskie” t. 23 (2021), s. 392–400.

² W literaturze polskiej można spotkać niewielkie wzmianki o P. Lhande, bądź w krótkiej jednostronicowej recenzji jego książki *L’Évangile par-dessus les toits. Radio-Sermons 1927*, zamieszczonej przez ks. Antoniego Sobczyńskiego na łamach „Przeglądu Homiletycznego” nr 3 (1928), s. 235, bądź w publikacjach ks. Macieja Szczepaniaka zwłaszcza [w:] *Msza fonogeniczna. Pierwsza polska radiowa transmisja mszy świętej i towarzyszące jej okoliczności*, Poznań 2013.

³ C. Bonafoux-Verrax, *Le Père Lhande (1877–1957): pionnier de la prédication radiophonique*, „Revue des Sciences Religieuses” 78, nr 3 (2004), s. 407.

⁴ Zdaniem Jeanne Moret, *Le Père Lhande, pionnier du Christ dans la banlieue et à la radio*, Paris 1964, s. 10, nazwisko rodzinne Pierre’a w rzeczywistości brzmiało: Bassagaitz.

Ojcem przyszłego jezuity był Jean-Pierre z zawodu rzemieślnik, a matką urodzona w stolicy Urugwaju, w Montevideo – Pauline. Po edukacji w szkole podstawowej oraz średniej w kolegium św. Franciszka z Asyżu w Mauléon, Pierre wstąpił do diecezjalnego seminarium duchownego w swoim rodzinnym mieście i spędził w nim dwa lata. Jednakże nie został księdzem diecezjalnym. Coraz bardziej fascynowali go jezuici. Po odbyciu u nich rekolekcji w Pau wstąpił do Towarzystwa Jezusowego 5 września 1900 roku, rozpoczynając nowicjat w Rodez, starożytnym mieście w regionie Oksytanii.

Były to bardzo trudne czasy dla Kościoła katolickiego we Francji. Przełom wieku XIX i XX wypełniały na przemian ostre konflikty wywoływane przez państwo francuskie i chwile względnego spokoju, jaki miał trwać aż do wybuchu pierwszej wojny światowej. Ze względu na rolę, jaką odgrywały w nauczaniu zgromadzenia zakonne doprowadzono do zamknięcia wielu klasztorów męskich, przede wszystkim jezuickich, odbierania nauce religii charakteru obowiązkowego, usuwania zakonnic i zakonników ze szkół państwowych. Sekularyzacji szkolnictwa, stanowiącej kluczowe posunięcie w dążeniu do laicyzacji całego społeczeństwa, towarzyszyły inne kroki zmierzające do sekularyzacji głównych służb publicznych, jak: zniesienie instytucji kapelanów wojskowych, usunięcie symboli religijnych z sądów i ze szpitali, zniesienie publicznych modlitw przed rozpoczęciem obrad obu izb parlamentu, przekształcenie opieki społecznej w instytucję wyłącznie świecką. W czasie kiedy P. Lhande wstąpił do jezuickiego nowicjatu, przyjęta została przez parlament ustawa z 1 lipca 1901 roku, realizowana z systematyczną konsekwencją przez Émila Combes’a, lewicującego radykała i zawziętego wroga Kościoła. Ustawa ta doprowadziła wiosną 1903 roku do brutalnego rozproszenia 30 tysięcy zakonników. Był to jeszcze jeden krok na drodze do bardzo rygorystycznego oddzielenia Kościoła od państwa oraz zerwania konkordatu i stosunków dyplomatycznych pomiędzy Francją i Watykanem, co ostatecznie nastąpiło w 1905 roku⁵.

Na skutek prześladowań Pierre Lhande zmuszony został do opuszczenia Francji już w 1901 roku. Jak sam później przyznawał, przed odjazdem na wygnanie i wejściem do pociągu wypowiedział tę prostą modlitwę: „Matko Boża z Rodez,

⁵ L. J. Rogier, G. Sauvigny, J. Hajjar, *Historia Kościoła*, t. 4: lata 1715–1848, Warszawa 1987, s. 57–60. Dzisiaj spośród 87 upaństwowionych w 1905 roku katedr – dwudziestu grozi ruina, w tym dwóm o wybitnych walorach artystycznych: katedrom w Amiens i w Chartres, figurującym na liście „światowego dziedzictwa” pod opieką UNESCO.

Matko Boża z Ceignac⁶, sprowadź nas tu ponownie”⁷. Swoją formację duchową i intelektualną kontynuował w Belgii, Jersey, Holandii i Hiszpanii. Wielką rolę w jego dorastaniu do kapłaństwa i apostołatu odegrał jezuita Georges Longhaye (1839–1920), autor m.in. wydanego w 1888 roku ważnego dla homiletyki dzieła: *La prédication, grands maîtres et grandes lois* (*Kaznodziejstwo, wielcy mistrzowie i wielkie zasady*). Jemu także zawdzięczał gruntowne przygotowanie do głoszenia słowa Bożego, co zaowocowało później wielkim sukcesem w kaznodziejstwie radiowym. Ostatecznie, po wielu perypetiach Pierre Lhande został wyświęcony na kapłana 28 sierpnia 1910 roku w Enghien, w Belgii⁸.

W czasie, kiedy P. Lhande wstąpił do jezuickiego nowicjatu przyjęta została przez parlament ustawa z 1 lipca 1901 roku, realizowana z systematyczną konsekwencją przez Émila Combes’a, lewicującego radykała i zawziętego wroga Kościoła. Ustawa ta doprowadziła wiosną 1903 roku do brutalnego rozproszenia 30 tysięcy zakonników.

Patrząc retrospektywnie na całą działalność Lhande’a od chwili święceń kapłańskich można wyróżnić cztery obszary jego aktywności. Najpierw przez kilka lat uczył w kolegiach jezuickich w Hiszpanii, Belgii, by przed pierwszą wojną światową po złagodzeniu polityki wobec Kościoła wrócić z wygnania do Francji. Po wybuchu wojny, jak większość jezuitów zdolnych do służby wojskowej, Lhande

⁶ Bazylika mniejsza Matki Bożej z Ceignac znajduje się w Calmont, w regionie Oksytanii i jest ważnym miejscem pielgrzymkowym.

⁷ C. Bonafoux-Verrax, *Le Père Lhande (1877–1957): pionnier de la prédication radiophonique*, „Revue des Sciences Religieuses” 78, nr 3 (2004), s. 401.

⁸ E.-M. Bocek-Valy, *Pierre Lhande (1877–1957) et le corpus des Radio-sermons aux origines de la radiophonie*, Université de Lorraine, Nancy 2015, s. 49–68; DDOC_T_2015_0141_VALY_BOCEK [dostęp 17. 10. 2021].

został powołany do wojska⁹. Następnie w latach 1920–1924 wykładał język i literaturę baskijską w Instytucie Katolickim w Tuluzie. To właśnie te badania nad językiem i literaturą baskijską będą stanowić pierwszy obszar jego działalności. Jako świetny znawca języka baskijskiego opracował słownik baskijsko-francuski i francusko baskijski (*Dictionnaire basque-français et français-basque*). Pierwszy z zaplanowanych na dziesięć tomów wydał drukiem w Paryżu w 1926 roku. Pierre Lhande był Baskiem i do dziedzictwa kulturowego i religijnego tego narodu będzie wielokrotnie nawiązywał także jako kaznodzieja radiowy¹⁰.

Drugi etap działalności Lhande'a obejmował pracę w redakcji miesięcznika „Études” w Paryżu. Czasopismo to wydawane przez jezuitów od 1856 roku do dzisiaj poświęcone jest przeglądowi katolickiego życia kulturalnego. W „Études” początkowo polemizowano z liberalizmem rosyjskim, gallikanizmem i modernizmem, popierając badania naukowe w zakresie egzegezy biblijnej, historii Kościoła i filozofii w celu osiągnięcia syntezy humanizmu i chrześcijaństwa. Bieżącą problematykę religijną, społeczną i kulturalną opracowują także świeccy specjaliści. „Études” preferuje katolickie kryteria oceny i orientacji przy rozwiązywaniu aktualnych zagadnień. W poszczególnych zeszytach omawiane są krytycznie dzieła z zakresu literatury i sztuki, dokonywany przegląd religijnych książek, filmów i płyt. Czasopismo zamieszcza także sprawozdania z życia Kościoła¹¹. Pierre Lhande pracował w Paryżu jako redaktor przeglądu „Études” w latach 1924–1939.

Z tym wymiarem jego pracy łączy się trzeci obszar jego działalności. Było to duszpasterstwo robotników na przedmieściach stolicy Francji. W tym czasie do Paryża przybywali ludzie z całego kraju i z dalsza w poszukiwaniu pracy i chleba. Byli oni pozbawieni wszelkiej opieki, narażeni na wyzysk i nędzę, także moralną. Wszystko pogłębiał jeszcze światowy kryzys gospodarczy przełomu lat dwudziestych i trzydziestych. Pierre Lhande był jednym z pierwszych, który próbował temu zaradzić. W licznych reportażach publikowanych w „Études”, a następnie wydanych w trzech tomach pt. *Le Christ dans la banlieue* (1927); *Le Dieu qui bouge*

⁹ Jak zauważa E.-M. Bocek-Valy, dz. cyt., s. 17, Pierre Lhande stracił w czasie wojny swego brata Jana, który zginął 5 grudnia 1916 r. oraz trzech swoich przyjaciół kapłanów, wysłanych na front. Ich pamięci poświęcił swoją książkę: *Trois prêtres soldats. Lieutenant Abbé Charo, Lieutenant de Daran SJ, Joseph Cascua SJ* (Paris 1918).

¹⁰ E.-M. Bocek-Valy, dz. cyt., s. 74–80.

¹¹ J. Sieg, „Études”, [w:] *Encyklopedia katolicka*, t. 5, Lublin 1989, s. 1225.

(1930) i *La Croix sur les fortifs* (1931), uwrażliwiał na kwestię robotniczą i ukazywał jak trudno jest żyć po chrześcijańsku w opanowanych przez wrogich Kościołowi „czerwonych przedmieściach”¹². W swoich artykułach i książkach na ten temat P. Lhande wykazywał się wyjątkowym talentem pisarskim, głęboką znajomością tematu, wrażliwością na ludzką biedę i miłosierdziem. Jego reportaże o zdechrystianizowanych przedmieściach paryskich przyczyniły się do erygowania na tym terenie sieci parafii i podjęcia budowy wielu katolickich świątyń¹³. P. Lhande jest także u początku inicjatywy powołania do życia przez kard. Jean’a Verdier *Les Chantiers du Cardinal*, istniejącej do dzisiaj organizacji non-profit, której celem jest budowa i utrzymanie świątyń na przedmieściach Paryża. Pierre Lhande jest również autorem kilku powieści, m.in. *Mirentchu*, *Yolanda*, *Mon petit prêtre*, które najpierw zamieszczał na łamach „Études”.

W licznych reportażach publikowanych w „Études”, a następnie wydanych w trzech tomach pt. *Le Christ dans la banlieue* (1927); *Le Dieu qui bouge* (1930) i *La Croix sur les fortifs* (1931), uwrażliwiał na kwestię robotniczą i ukazywał jak trudno jest żyć po chrześcijańsku w opanowanych przez wrogich Kościołowi „czerwonych przedmieściach”.

Czwartym obszarem działalności, szczególnie ważnym w życiu P. Lhande’a, było kaznodziejstwo radiowe. W tej dziedzinie okazał się prawdziwym pionierem i odniósł wielki sukces¹⁴.

¹² C. Bonafoux, *Le Père Lhande, jésuite-reporter de la banlieue, „Chrétiens et Sociétés XVI^e-XXI^e siècles”* 21 (2014), s. 147–168.

¹³ H. de Gensac, *Lhande Pierre*, [w:] *Dictionnaire de spiritualité*, t. 9, s. 744.

¹⁴ J. Moret, *Le Père Lhande...*, dz. cyt., s. 113–127.

POCZĄTKI KAZNODZIEJSTWA RADIOWEGO

Warto zaznaczyć najpierw, że Francja nie była ojczyzną wynalazku radia; nie ona też zapoczątkowała kaznodziejstwo radiowe. Pierwszą przeprowadzoną transmisją religijną były niedzielne nieszpory z Calvary Episcopal Church w amerykańskim Pittsburghu, 2 stycznia 1921 roku¹⁵. W różnych krajach szybko zaczęły powstawać stacje radiowe, nadające regularny program. Pośród audycji religijnych ważną rolę zaczęły pełnić kazania radiowe. Już w listopadzie 1925 roku włoski franciszkanin, ojciec Vittorio Facchinetti (1883–1956)¹⁶, w związku ze zbliżającym się kolejnym stuleciem od śmierci świętego Franciszka z Asyżu, rozpoczął na falach rozgłośni w Mediolanie cykl programów religijnych poświęconych myśli franciszkańskiej, który kontynuował później w formie tzw. ilustracji do Ewangelii¹⁷.

Także we Francji wynalazek włoskiego fizyka i konstruktora Guglielmo Marconiego (1874–1937) szybko stał się narzędziem głoszenia Ewangelii. Początki jednak były bardzo skromne. Z przeprowadzonych badań wynika, że w latach dwudziestych XX wieku w USA było 9 odbiorników na 100 mieszkańców, 6 w Wielkiej Brytanii, a tylko 1,5 we Francji. Dopiero w latach trzydziestych nastąpił szybki rozwój radia we Francji od 0,5 mln odbiorników w 1930 roku do prawie 5 mln w 1938–1939¹⁸. Nadawanie regularnych programów rozpoczęło we Francji już w 1922 roku z paryskiej Wieży Eiffła. W przeciwieństwie do krajów dysponujących jedynie rozgłośniami państwowymi, nad Sekwaną istniały także liczne rozgłośnie prywatne. Programy nadawało bowiem 14 stacji prywatnych i 10 państwowych. Jedyną rozgłośnią mającą regularny program religijny było Radio-Paris. Musiało się ono jednak podzielić czasem antenowym przeznaczonym na

¹⁵ M. Szczepaniak, K. Zagórska, *Ewangelizacja radiowa w ujęciu synchronicznym i diachronicznym*, [w:] *Dobra Nowina w środkach społecznego przekazu*, red. H. Sławiński, Kraków 2020, s. 69.

¹⁶ J. Duchniewski, *Facchinetti Camillo OFM*, [w:] *Encyklopedia katolicka*, t. 5, Lublin 1989, t. 5, s. 9.

¹⁷ M. Szczepaniak, *Msza fonogeniczna. Pierwsza polska radiowa transmisja mszy świętej i towarzyszące jej okoliczności*, Poznań 2013, s. 222. Zob. V. Facchinetti, *La radio e l'apostolato religioso*, Milano 1930; tenże, *Predicazione radiofonica*, Brescia 1931; tenże, *I vangeli domenicali attraverso la radio*, Brescia 1931; tenże, *Le Beatitudini*, Milano 1931; tenże, *I Sacramenti*, Milano 1932; tenże, *Gesù nell'Evangelo*, Milano 1932–1933; tenże, *Prepariamoci all'Anno Santo*, Milano 1933.

¹⁸ C. Bonafoux-Verrax, *Le Père Lhande (1877–1957)*, op. cit., s. 402–403.

audycje religijne z trzema wyznaniami obecnymi w stolicy. Dlatego też w Radio-Paris pół godziny w każdy czwartek mieli na swój program protestanci, w piątki Żydzi, a katolicy w niedziele. Ponadto Radio-Paris nadawało przez sześć niedziel Wielkiego Postu konferencje głoszone do środowisk intelektualnych w paryskiej katedrze Notre-Dame. Były to słynne *les Conférences de Notre-Dame* lub *les Conférences de Carême*, które zapoczątkował charyzmatyczny kaznodzieja, jakim był Henri Dominique Lacordaire (1802–1861). Transmitowane było też przez cały rok kazanie niedzielne z katedry. Mimo tego katolicy odczuwali potrzebę dodatkowego czasu antenowego na swe programy religijne. Do całości obrazu warto dodać, że od 1928 roku swój program na tematy wiary chrześcijańskiej miał również w piątki z kościoła reformowanego w paryskim Passy-Annonciation słynny pastor Marc Boegner (1881–1970), teolog i eseista, działacz ekumeniczny, a w czasie II wojny światowej znany członek francuskiego ruchu oporu¹⁹.

PIERWSZE KAZANIE RADIOWE PIERRE'A LHANDE'A

Pierre Lhande był bardzo dobrze przygotowany do kaznodziejstwa podczas swoich studiów w zakonie jezuitów. W szczególności wiele zawdzięczał wspomnianemu już ojcu Longhaye. Ten długi okres przygotowania do pełnienia posługi słowa na ambonie składał się z poznania teoretycznego i ćwiczeń w głoszeniu kazań wobec wspólnoty. Wystąpienia te były później szczegółowo analizowane zarówno przez profesora jak i uczestników zajęć. Wszystko to nauczyło Lhande'a wrażliwości na oczekiwania audytorium. Już jako kapłan przez wiele lat głosił kazania. Zdobyte doświadczenia mógł w pełni spożytkować w dotąd nieznanym rodzaju kaznodziejstwa, jakim były kazania radiowe.

Najpierw zwrócił on na siebie uwagę panegirykiem: *Dieu et Jeanne (Bóg i Joanna)*, wygłoszonym w paryskiej katedrze Notre-Dame, 13 maja 1923 roku. Francja czciła wtedy na różne sposoby swoją bohaterkę narodową z XV wieku – św. Joannę d'Arc (zm. 1431). Podczas wojny stuletniej ta młodziutka dziewczyna poprowadziła armię francuską do kilku ważnych zwycięstw, przyczyniając się koronacji Karola VII. Schwytana przez Burgundczyków i przekazana Anglikom została spalona na stosie w wieku 19 lat. W latach dwudziestych Francja cieszyła się z kanonizacji słynnej *Dziewicy Orleańskiej*, której dokonał w Rzymie papież Benedykt

¹⁹ Tamże.

XV 16 maja 1920 roku. Kazanie ojca Lhande'a, które zrobiło na wszystkich duże wrażenie, wpisywało się w ciąg uroczystości dziękczynnych po tej kanonizacji. Dlatego też gdy arcybiskup Paryża, którym w latach 1920–1929 był kard. Louis-Ernest Dubois, poszukiwał kandydata na kaznodzieję radiowego zadanie to powierzył Lhande'owi.

Data uznawaną oficjalnie za początek głoszenia regularnych kazań radiowych we Francji na falach Radio-Paris jest niedziela 2 stycznia 1927 roku. Wcześniej zdarzały się pojedyncze przypadki takich transmisji najczęściej w formie odtwarzania nagranych kazań głoszonych z ambony.

Data uznawaną oficjalnie za początek głoszenia regularnych kazań radiowych we Francji na falach Radio-Paris jest niedziela 2 stycznia 1927 roku. Wcześniej zdarzały się pojedyncze przypadki takich transmisji najczęściej w formie odtwarzania nagranych kazań głoszonych z ambony²⁰. Tak o tej doniosłej chwili pisze autorka biografii jezuitę Jeanne Moret: „W niedzielę, 2 stycznia 1927 roku, o godz. 12.15, zdarzył się cud. Słuchacze nastavili swoje odbiorniki w oczekiwaniu na jakąś muzykę, być może modnego wówczas amerykańskiego tańca fokstrota. Zamiast tego usłyszeli fragmenty oratorium *Mesjasz* Georga Friedricha Händla. Następnie rozległ się głos zapowiadający... Nie, to niemożliwe, kaznodzieję znanego z katedry Notre-Dame i usłyszeli jego pierwsze słowa: „Mes frères!” „Moi bracia”²¹. Lakonicznie, choć nie bez patosu, pisał o tej chwili sam Lhande: „Ks. Gerlier,

²⁰ Jak zauważa M. Szczepaniak, *Msza fonogeniczna*, dz. cyt., s. 223, w 1926 roku na falach Radio-Toulouse transmitowano kazania wygłaszane w tamtejszej katedrze, co spotkało się nawet z protestem ze strony regionalnej administracji poczt i telegrafów, gdyż uważano, że są to audycje sprzeczne z obowiązującym prawem.

²¹ J. Moret, *Le Père Lhande...*, dz. cyt., s. 115. W relację tę wkradł się błąd. Autorka myli się pisząc, że kazanie to było „w niedzielę, 2 lutego 1927”. Tymczasem 2 lutego była wtedy środa. Transmisja odbyła się 2 stycznia i wtedy w 1927 roku przypadała niedziela.

na polecenie kard. Dubois, poprosił mnie o zainaugurowanie nowej formy posługi duszpasterskiej w Kościele. 2 stycznia 1927 roku wygłosiłem przed mikrofonem Radioli, mieszczącej się wtedy przy bulwarze Haussmanna, pierwsze kazanie niesione na falach na cztery strony świata”²².

Niezwykłe przemyślane i piękny był wstęp kazania, rozpoczynający się od formy adresatywnej „Mes frères!”. Wynika z niego, że swój przekaz Lhande adresował do wszystkich, nikogo nie wykluczając: „Moi bracia, Dlaczego nie mógłbym nazwać Was tym tradycyjnym tytułem używanym w kaznodziejstwie katolickim, o Wy, niezliczeni i nieznani słuchacze do których dociera moje słowo dzisiaj w tych tajemniczych przestrzeniach, które rozciągają się wokół mnie aż do nieskończoności. Moi bracia! Czyż nie jesteście w całej teologicznej mocy tego słowa najpierw członkami naszej duchowej rodziny, której przewodzi Chrystus, latorośle złączone z tym samym szczepem winnym i karmieni tym samym sokiem, wy, którzy mnie słuchacie w tej godzinie bardziej swoją duszą niż uszami, w której tętni życie samego Boga: łaska uświęcająca. Moi bracia! Jesteście nimi także w sensie szerokim, przynależący do różnych wyznań, nawet niewierzący, których w wierze odkrywam jako nieszczęśliwych synów tego samego Ojca, który jest w niebie i dzieci ogromnej ludzkości, za którą to całą Chrystus chciał cierpieć, odpokutować i umrzeć”²³.

Wydarzenie to miało duże znaczenie w Kościele i w mediach. Pierre Lhande był tego świadomy, dlatego we wstępie do pierwszego tomu swoich kazań radiowych datowanym na 10 kwietnia 1927 roku napisał: „Upłynęły zaledwie trzy miesiące od dnia, kiedy zainaugurowaliśmy za pozwoleniem Jego Eminencji kardynała Dubois, arcybiskupa Paryża, zupełnie nową formę posługi wobec dusz, której wcześniej nikt by się nie spodziewał; tę, którą nazwaliśmy i którą się nazywa prawie wszędzie kazaniem radiowym („radio-sermon”). Nie ma już wątpliwości, że w różnych krajach, szczególnie w Stanach Zjednoczonych, Kanadzie, Anglii, Szwajcarii, Holandii, wprowadza się do radioodbiorników kazania głoszone na ambonie przez księży katolickich. Nawet we Francji, w Tuluzie i w Bordeaux, „uchwycono” i „przekazano” mowy bądź panegiryki wygłoszone pod sklepieniami katedr przez słynnych kaznodziejów”²⁴.

²² C. Bonafoux-Verrax, *Le Père Lhande (1877–1957)*, op. cit., s. 408.

²³ P. Lhande, *L'Évangile par-dessus les toits. Radio-Sermons 1927*, Paris 1928, s. 21 (tłumaczenie własne – M. R.).

²⁴ Tenże, *Preface*, [w:] Tenże, *La lumière du monde. Radio-Carême 1927*, Paris 1927, s. 3 (tłumaczenie własne – M. R.).

SPECYFIKA KAZANIA RADIOWEGO

Powstanie tej nowej formy głoszenia słowa Bożego umożliwiło wiele czynników. Z jednej strony towarzyszyła temu przedsięwzięciu wiara ożywiająca kaznodziejów i ich odwaga zmierzenia się z czymś całkowicie nieznanym, z drugiej postęp technologiczny w dziedzinie radiofonii umożliwiający „nadawanie Ewangelii ponad dachami” (*L'Évangile par-dessus les toits*) – jak lubił podkreślać P. Lhande. Widział w tym spełnienie się słów Jezusa: „Co mówię wam w ciemności, powtarzajcie na świetle, a co słyszycie na ucho, rozgłaszajcie na dachach” (Mt 10, 28). Wyzwania jakie niosło głoszenie kazań radiowych przed mikrofonem dotyczyły zarówno kaznodziei jak i słuchacza. Dla mówcy przyzwyczajonego do przestrzeni sakralnej w której dotąd przemawiał ryzyko niosło głoszenie w studio, brak widzialnego odbiorcy i jego reakcji oraz ograniczenia czasowe wystąpienia. Niepowodzenie mogło wynikać także ze strony słuchacza. Docierany do niego przekaz mógł być słabo słyszalny lub nie do zaakceptowania z racji zbyt trudnego i niezrozumiałego słownictwa nie dostosowanego do jego poziomu intelektualnego, co mogło doprowadzić do fiaska podjętych wysiłków.

W tradycyjnym kaznodziejstwie mówca kościelny staje na ambonie przed zgromadzoną rzeszą pobożnie usposobionych słuchaczy. Słowa z ust jego wpadają wprost do uszu zasłuchanych. Z duszy mówcy przelewają się myśli i uczucia do dusz wiernych. Całe otoczenie i wystrój kościoła pomaga zarówno mówiącemu, jak i słuchającym ułatwiać im przyjęcie słowa Bożego. Mówiący może z całą swobodą rozwinąć kaznodziejskie zasoby, nagromadzone we własnym wnętrzu, aby je przerzucić do wnętrza otaczającej go rzeszy. Tymczasem ówczesny kaznodzieja radiowy nie występował w kościele, tylko w studio, głosił nie wobec zgromadzenia wiernych, tylko wobec mikrofonu, który podobny był do skrzynki czy pudełka o nietypowych kształtach, w niczym nie przypominających żywych słuchaczy.

Głosić kazanie w studio przed mikrofonem dla niewidzialnego audytorium, rozsianego po wszystkich tych miejscach, w których nastawiono radioodbiorniki, to nowoczesna odmiana kaznodziejskiej działalności, wymagająca do osobliwych warunków osobliwego przygotowania. Trzeba tu ze słuchaczami, których się nie widzi, nawiązać i utrzymać kontakt myślowy i uczuciowy. Przemawiając do tych, których się widzi, można się posługiwać gestami i mimiką. W kazaniu radiowym te środki działające na wzrok, należało zastąpić innymi, działającymi na słuch.

Lhande próbował ożywić wyobraźnię słuchaczy na różny sposób. Na przykład głosząc kazania wielkopostne w 1928 roku skoncentrowane na świętej Teresie od Dzieciątka Jezus, niezwykle czczonej francuskiej karmelitanke, kanonizowanej w 1925 roku, zachęcał swych słuchaczy żeby wzięli do ręki jej obrazek i postavili go sobie obok radioodbiornika. Do swych słuchaczy zwracał się po imieniu: „Genowefo, idź poszukać obrazek świętej w twoim pokoju... Małgorzato, wyjmij go ze swojej książeczki do nabożeństwa... Jakubie, Dédé, Marcelu, Piotrze weź go z twojego kominka. Poczekam na was... Zrobione. Zaczynam”²⁵.

Lhande doszedł więc do wniosku, że przed mikrofonem radiowym należy mówić jak przyjaciel do przyjaciela, dyskretnie apelując do serca i umiarkowanie do umysłu. Podkreślał, że kaznodziejstwo radiowe wymaga innego stylu i tonu niż to tradycyjne.

Pierre Lhande był świadom wyzwania jakie niesie kaznodziejstwo radiowe. Jako jego pionier poszukiwał najlepszego sposobu dotarcia do słuchaczy. Pierwsze kazanie, to z 2 stycznia, wygłosił w formie rozmowy, drugie w formie uroczystej, tak jak się mówiło wówczas z ambony. Otrzymana później korespondencja dowiodła, że słuchaczom bardziej podobało się pierwsze kazanie. Lhande doszedł więc do wniosku, że przed mikrofonem radiowym należy mówić jak przyjaciel do przyjaciela, dyskretnie apelując do serca i umiarkowanie do umysłu. Podkreślał, że kaznodziejstwo radiowe wymaga innego stylu i tonu niż to tradycyjne²⁶.

Przecierając drogi nowej formie głoszenia słowa Bożego, Pierre Lhande odniósł wielki sukces. Potwierdza to liczna korespondencja oraz pełne uznania artykuły w prasie. Stanowią one interesujący dokument postrzegania radia jako nowego medium łączącego nadawcę z całym światem oraz pokonującego czas i przestrzeń. Listy nadsyłało nie tylko z Francji, ale także z Anglii, Holandii czy

²⁵ P. Lhande, *Le Bon Pasteur. Radio-Carême 1928*, Paris 1928, s. 50.

²⁶ Tenże, *L'Évangile par-dessus les toits. Radio-Sermons 1927*, Paris 1928, s. 14–15.

Hiszpanii. Podkreślano w nich, że „cała Europa może korzystać z gorliwości Francji”. Słuchaczka pochodzenia francusko-kanadyjskiego mieszkająca w małej wiosce w Anglii pisała o grupie szesnastu osób gromadzących się co niedzielę przed odbiornikiem radiowym, aby wysłuchać kazania Lhande’a²⁷.

Pierre Lhande był wielkim pasjonatem radia, jako nowego środka komunikacji społecznej. Dawał temu wielokrotnie wyraz w swoich kazaniach i pismach. Nigdy jednak nie kwestionował kaznodziejstwa tradycyjnego, co więcej uważał je za ważniejsze. W jego ocenie kazania radiowe uzupełniają ten tradycyjny przekaz²⁸.

SPUŚCIZNA PISARSKA PIERRE’A LHANDA

Wobec wielkiego społecznego zapotrzebowania na kazania wygłoszone przez Lhande’a w radiu szybko przystąpiono do wydawania ich w formie drukowanej w paryskim wydawnictwie Spes²⁹. W ten sposób wydano 12 tomów, dokumentując dorobek kaznodziejski jezuitę z lat 1927–1934. Tworzą go następujące tytuły:

L’Évangile par-dessus les toits. Radio-Sermons 1927 (1928)

La lumière du monde. Radio-Carême (1927)

Le Bon Pasteur. Radio-Carême 1928 (1928)

Les pauvres dans l’Évangile. Radio-Sermons 1929 (1929)

Les Béatitudes (1929).

De Bethléem au Golgotha. Radio-Sermons 1930 (1930)

Le Pater (1930)

La France missionnaire (1931)

L’Évangile de la douleur. Radio-Sermons 1932 (Paris 1932)

Carillon de fêtes (1933)

L’Évangile par-dessus les frontières (1934)

Petites béatitudes pour jours d’épreuves (1934)³⁰.

²⁷ Tenże, *La lumière du monde. Radio-Carême*, Paris 1927, s. 73. Zob. M. Szczepaniak, *Msza fonogeniczna*, dz. cyt., s. 223.

²⁸ E.-M. Bocek-Valy, dz. cyt., s. 97.

²⁹ Jak podkreśla M. Szczepaniak, *Msza fonogeniczna*, dz. cyt., s. 223, zapotrzebowanie na te kazania było tak wielkie, że zaraz po wygłoszeniu drukowano je w tygodniku „La Semaine Religieuse de Paris” wraz z nadsyłanymi listami od słuchaczy, a książka pt. *La lumière du monde. Radio-Carême* (Paris 1927) uzyskała *Imprimatur* i *Nihil Obstat* paryskiej kurii jeszcze przed wygłoszeniem przez Lhande’a ostatniego z kazań.

³⁰ H. de Gensac, dz. cyt.; C. Bonafoux-Verrax, dz. cyt., s. 415–416.

Niestety, żadna z tych książek nie została przełożona na język polski, jednakże recenzując pierwszą z nich *L'Évangile par-dessus les toits* ks. Antoni Sobczyński pisał: „Dobrze się stało, że seria tych kazań, w liczbie 18, wygłoszonych przed mikrofonem od Nowego Roku do Wielkanocy 1927 roku, ukazała się w druku. Język żywy a potoczny, styl prosty a podniosły, wyrażenia takie ludzkie i takie namaszczone, – wszystko to trafiało do rozsypanej rzeszy skupionych przy aparatach słuchaczy... wszystko to trafiać będzie do czytelników, którzy się zabiorą do uważnego przeczytania radio-kazań o. Lhande'a”³¹.

Kazania te były także nagrywane na płytach 33 obrotowych. Lhande cieszył się z tej formy propagowania Ewangelii, nazywając ją „cudownym rozmnożeniem słowa Bożego”³².

Groźba zawieszenia programów religijnych nasilała się w miarę wzrostu ich popularności. Już w 1927 roku Kongres Wolnej Myśli (*la Libre Pensée*) zażądał usunięcia tych audycji. Francuska masoneria nasiliła te ataki z chwilą kiedy państwo francuskie weszło w posiadanie stacji Radio-Paris.

PRZERWANY SUKCES

Wspaniale rozwijające się dzieło kaznodziejstwa radiowego prowadzone przez P. Lhanda napotkało także na przeszkody. Pierwszą z nich były trudności czynione ze strony laickiego państwa. Groźba zawieszenia programów religijnych nasilała się w miarę wzrostu ich popularności. Już w 1927 roku Kongres Wolnej Myśli (*la Libre Pensée*) zażądał usunięcia tych audycji. Francuska masoneria nasiliła te ataki z chwilą kiedy państwo francuskie weszło w posiadanie stacji Radio-Paris.

³¹ A. Sobczyński, dz. cyt., s. 235.

³² C. Bonafoux-Verrax, dz. cyt., s. 411.

Mimo protestów, w imię laickości państwa, zawieszono nadawanie religijnych programów. Po raz ostatni Pierre Lhande wygłosił kazanie w Radio-Paris 31 grudnia 1933 roku. W następną niedzielę, 7 stycznia 1934 roku, mógł to uczynić już za pośrednictwem Radia Luksemburg, które notabene posiadało silniejszy 200 kW nadajnik (Radio-Paris miało tylko 75 kW)³³.

Definitywnie kaznodziejstwo radiowe Pierre'a Lhande'a przerwał w kwietniu 1934 roku brutalny atak afazji. Kaznodzieja stopniowo tracił zdolność mowy. Choroba ta, spowodowana uszkodzeniem mózgu, występuje często nagle. Tak też było w jego przypadku. Straszliwym paradoksem był fakt, że ten, który zachwycał słowem tysiące ludzi stracił mowę. Lhande stopniowo wycofywał się z życia publicznego. Ostatnie 20 lat swego życia spędził w rodzinnych stronach w Tardets, w departamencie Pireneje Atlantyckie. Tam też zmarł 17 kwietnia 1957 roku³⁴.

Spotykając się dzisiaj z tak wspaniale rozwiniętym kaznodziejstwem radiowym, telewizyjnym czy internetowym warto pamiętać o jednym z jego francuskich pionierów, który przecierając drogi nowej formie głoszenia słowa Bożego odniósł wielki sukces i zapisał się złotymi zgłoskami w historii przekazu Ewangelii. Pokazał, jak ważne są narzędzia nowej komunikacji dla działalności misyjnej Kościoła. Z doświadczenia Lhande'a korzystali jego następcy podejmujący niełatwą misję głoszenia słowa Bożego za pośrednictwem medium, jakim jest radio.

BIBLIOGRAFIA

- Bocek-Valy E.-M., *Pierre Lhande (1877–1957) et le corpus des Radio-sermons aux origines de la radiophonie*, Université de Lorraine, Nancy 2015; DDOC_T_2015_0141_VALY_BOCEK [dostęp 17.10.2021].
- Bonafoux C., *Le Père Lhande, jésuite-reporter de la banlieue*, „Chrétiens et Sociétés XVI^e-XXI^e siècles” 21 (2014), s. 147–168.
- Bonafoux-Verrax C., *Le Père Lhande (1877–1957), pionnier de la prédication radiophonique*, „Revue des Sciences Religieuses” t. 78, z. 3 (2004), s. 401–416.
- Facchinetti V., *La radio e l'apostolato religioso*, Milano 1930.
- Gensac H. de, *Lhande Pierre*, [w:] *Dictionnaire de spiritualité*, t. 9, s. 744.
- Moret J., *Le Père Lhande, pionnier du Christ dans la banlieue et à la radio*, Paris 1964.

³³ Tamże, s. 403–404.

³⁴ Tamże, s. 402; E.-M. Bocek-Valy, dz. cyt., s. 26.

- Poncelet Y., *Un éclairage à l'approche du cent cinquantième. L'œuvre du Père Lhande (1927–1934)*, [w:] P. Colin, *Les catholiques français et l'héritage de 1789*, Paris 1989, s. 165–185.
- Radej M., „*Mira sane ope Marconiana*” *Pierwsze radiowe transmisje mszy świętych*, „Kultura-Media-Teologia” 2020 nr 43, s. 88–101.
- Radej M., *Nowe wyzwania katolickich mediów. Przesłanie papieża Franciszka do członków Catholic Press Association*, „Studia Włocławskie” t. 23 (2021), s. 392–400.
- Szczepaniak M., *Msza fonogeniczna. Pierwsza polska radiowa transmisja mszy świętej i towarzyszące jej okoliczności*, Poznań 2013.
- Szczepaniak M., Zagórska K., *Ewangelizacja radiowa w ujęciu synchronicznym i diachronicznym*, [w:] *Dobra Nowina w środkach społecznego przekazu*, red. H. Sławiński, Kraków 2020, s. 65–94.

Biogram

Ks. Maciej Radej – kapłan diecezji kieleckiej, doktor nauk teologicznych, związany z Katedrą Duchowości Mediów i Relacji Społecznych w Instytucie Dziennikarstwa, Mediów i Komunikacji Społecznej Uniwersytetu Papieskiego Jana Pawła II w Krakowie, członek m.in. Rady Naukowej serii wydawniczej „W Społeczno-Medialnej Sieci”. Obszar zainteresowań to m.in. warunki skutecznego komunikowania się.

ORCID 0000-0002-0127-7875

Michał Rams-Ługowski

Uniwersytet Śląski w Katowicach

Jacques Lacan jako teoretyk komunikowania

Jacques Lacan as a Theorist of Communication

ABSTRAKT

Artykuł jest wprowadzeniem do psychoanalizy Jacquesa Lacana w kontekście nauk o komunikacji społecznej i mediach. Poprzez przedstawienie koncepcji trzech porządków ontologii subiektywnej (Realne, Symboliczne i Wyobrażeniowe) autor rekonstruuje rozumienie komunikacji zawarte w omawianej teorii oraz nakreśla stanowisko francuskiego psychoanalityka w relacji do nauk społecznych. W odniesieniu do każdej z przedstawionych koncepcji Lacana autor przedstawia propozycje wykorzystania omawianej teorii w badaniu mediów i komunikacji społecznej. Artykuł wieńczy przegląd literatury z zakresu nauk społecznych, w której wykorzystano psychoanalizę Lacana do badania procesów komunikacyjnych.

SŁOWA KLUCZOWE:

Lacan, psychoanaliza, filozofia komunikowania, filozofia mediów, filozofia nauk społecznych

ABSTRACT

The article is an introduction to Jacques Lacan's psychoanalysis in the context of Communication and Media Studies. By presenting the concept of the three orders of subjective ontology (Real, Symbolic and Imaginary), the author reconstructs the understanding of communication inherent to the discussed theory and outlines the position of the French psychoanalyst in relation to social sciences. Regarding each of the presented Lacanian concepts, the author suggests further application of the discussed theory in research of media and social communication. The article ends with a review of the literature in the field of social sciences, where Lacanian psychoanalysis was used to study communication processes.

KEYWORDS:

Lacan, psychoanalysis, philosophy of communication, philosophy of media philosophy of social sciences

WSTĘP: OD HABERMASA DO LACANA

Przywoływanie Jacquesa Lacana na polu nauk społecznych jest w praktyce jednoznaczne z przerzucaniem pomostu między filozofią a naukami szczegółowymi. Dlatego za punkt wyjścia niniejszego tekstu obrałem Jürgena Habermasa, filozofa nieco bliższego osobom badającym komunikowanie. Mimo, iż w Polsce działa

szereg badaczy implementujących refleksję filozoficzną w naukach o mediach i komunikacji społecznej, tak już uwzględnienie jej w badaniach empirycznych zdaje się przychodzić przedstawicielom tej dyscypliny z trudem. Niedobór filozoficznej perspektywy dostrzec można szczególnie w zestawieniu z jej potencjałem krytycznym, refleksyjnym oraz wypływającą z niej zdolnością do tworzenia i dekonstruowania podstawowych pojęć. Tak też filozofia Habermasa oraz towarzysząca jej implementacja komunikacyjnej racjonalności zdaje się nie interesować badaczy komunikowania w zakresie większym, niż przyswajanie pojedynczych pojęć, refleksji dotyczących konkretnych zjawisk społecznych oraz wycelowanych w oddziaływanie mediów narzędzi krytyki, które przypominają raczej hermeneutyczne klucze odczytywania tekstów kultury, niż wyraz świadomego uczestniczenia w „zwrocie komunikacyjnym” reprezentowanym przez Habermasa.

Idąc dalej, można przywołać uwagę Emanuela Kulczyckiego, który zauważa, iż naukom o komunikacji towarzyszy brak podejmowania samoświadomej refleksji metodologicznej,

co powoduje natomiast utrzymywanie się wielu sprzecznych poglądów i twierdzeń. To, co badacze określają mianem refleksji komunikacyjnej bądź komunikologicznej, nie stara się szukać swojego ugruntowania. Nie chodzi oczywiście o jakieś transcendentne, poza-kulturowe warunki istnienia praktyk komunikacyjnych, lecz o metodyczną refleksję nad sposobem istnienia komunikacji w ramach kultury oraz refleksji nad narzędziowym charakterem odnośnych praktyk¹.

Skąd właściwie tak silna konstatacja Kulczyckiego? Otóż filozofia pełni ważną funkcję w konstruowaniu aparatu pojęciowego nauk społecznych. Sam Habermas problematyzował w swoich pracach relację tych nauk z filozofią, co Andrzej M. Kaniowski opisuje w następujący sposób:

Emfaticzne pojęcia filozofii (podmiot, dzieje, wolność, prawda itd.) ulegają odemfaticznieniu czy odsublimowaniu i przekładane są na bardziej prozaiczne pojęcia, którymi operują następnie konkretne teorie i konkretne nauki, w tym zwłaszcza nauki społeczne [...]. To przybliżenie tych pojęć do skończonego wymiaru ziemskiego i skończonego ludzkiego rozumu czyni z nich pojęcia, których adekwatność (emfaticznie można powiedzieć „prawdziwość”) potwierdzona zostaje nie przez spójność

¹ E. Kulczycki, *Teoretyzowanie komunikacji*, Wydawnictwo Naukowe IF UAM, Poznań 2012, s. 9.

czy elegancję budowanej konstrukcji ani przez ich osadzenie w uświęconym (otoczonym aurą *sacrum*) dyskursie, lecz przez ich eksplanacyjną płodność, to znaczy trafność potwierdzoną w ramach (hipotetycznych) programów badawczych konfrontowanych z materiałem empirycznym².

Dlatego też na wstępie postanowiłem sięgnąć po Habermasa, ponieważ „przekładanie pojęć” jest czymś, co proponuję w artykule.

Zdecydowałem się zagłębić w twórczość Lacana, dlatego że uświadamia ona jak istotnym zagadnieniem dla psychoanalizy już od czasów Freuda był język i komunikacja. Jednak to dopiero jego francuski kontynuator, korzystając z aparatu pojęciowego filozofii oraz językoznawstwa, wydobył ten potencjał w całej okazałości i osadził go w kontekście strukturalizmu i poststrukturalizmu jako kolejnych prób filozoficznego zrozumienia społeczeństwa i kultury.

Niemniej jednak Lacan nie jest w Polsce teoretykiem czytany i uznawany w kontekście socjologicznym lub medioznawczym: zainteresowaniem tych dziedzin cieszą się raczej postacie takie jak Marks, Foucault i ewentualnie Habermas. Jednakże według Slavoję Žižka popularność tego ostatniego, szczególnie jako adwersarza Foucault, jest czymś symptomatycznym – według autora *Wzniosłego obiektu ideologii*, Habermas pisząc o komunikacji społecznej w kontekście poststrukturalizmu unika bezpośredniej konfrontacji z Lacanem:

[...] dyskusja Habermas-Foucault, przysłania sobą inną opozycję, która jest pod względem teoretycznym od niej donioślejsza: dyskusję Althusser-Lacan. Jest coś zagadkowego w nagłym zmięczeniu szkoły althusserowskiej, coś, czego nie można wyjaśnić w kategoriach porażki teoretycznej. Wydaje się raczej, że w teorii Althusserowskiej tkwi jakieś traumatyczne jądro, które zostało szybko zapomniane, „zrepresjonowane”; stanowi ona rzeczywisty przypadek teoretycznej amnezji. Dlaczego zatem opozycja Althusser-Lacan została zastąpiona rodzajem substytucji metaforycznej przez opozycję Habermas-Foucault? W grę wchodzi mianowicie cztery odmienne postawy etyczne, a zarazem cztery różne pojęcia podmiotu³.

O jakie pojęcia podmiotu chodzi i dlaczego akurat lacanowskie miałyby nas najbardziej interesować? Žižek opisuje koncepcję Habermasa jako „etykę

² A.M. Kaniowski, *Wstęp. Rehabilitacja i transformacja filozofii praktycznej*, [w:] J. Habermas, *Teoria działania komunikacyjnego*, tłum. A.M. Kaniowski, PWN, Warszawa 1999, t. 1, s. lxx–lxxi.

³ S. Žižek, *Wzniosły obiekt ideologii*, tłum. J. Bator i P. Dybel, Wydawnictwo Uniwersytetu Wrocławskiego, Wrocław 2001, s. 13–14.

niezakłóconej komunikacji”, która opiera się na ideale „uniwersalnej, intersubiektywnie przezroczystej wspólnoty” – stąd też Habermas mówi o „podmiocie refleksji transcendentalnej”⁴. W przypadku Foucault mamy do czynienia ze zwrotem przeciwko takiemu uniwersalizmowi, gdzie „każdy podmiot musi kształtować własny sposób panowania nad sobą, nie wspomagając go uniwersalnymi prawami”. Takie ujęcie podmiotowości wpisuje się w elitarną tradycję humanistyczną, która nawiązuje do koncepcji człowieka renesansu. Według Žižka Habermas i Foucault wychodzą z tych samych założeń: obaj opierają się na wizji zharmonizowanego podmiotu, który posiada zdolność niczym niezakłóconej komunikacji intrapersonalnej i jest w stanie odciąć wszelkie powiązania z narzucanymi z zewnątrz ideologiami. W tym miejscu Žižek proponuje inną perspektywę:

Rzeczywiste zerwanie z tym sposobem myślenia stanowi koncepcja Althussera. Twierdzi on bowiem, że ludzką kondycję cechuje pewna szczelina, rysa, błędne rozpoznanie siebie; utrzymuje też, że idea możliwego końca ideologii jest ideą ideologiczną *par excellence*⁵.

Motyw wewnętrznego pęknięcia podmiotu, zakłóceń w sferze intrapersonalnej oraz błędnego rozpoznania (*méconnaissance*) przywędrował do Althussera właśnie od Lacana⁶. U niego też ów marksista odnalazł inspiracje dla radykalnej teorii interpelacji podmiotu, według której to ideologie wytwarzają podmiotowość, a nie na odwrót⁷. Niemniej Žižkowi nie wystarcza ta perspektywa, ponieważ postrzega ona historię oraz procesy symboliczne jako pozbawione aktywnie uczestniczących w nim podmiotów – jest skrajnie deterministyczna. Co więcej, stanowisko Althussera nie odpowiada na zasadnicze pytanie, które zadaje Žižek: „W jaki sposób ideologiczny aparat państwowy [...] się uwewnętrznia? W jaki sposób produkuje efekt ideologicznej wiary w Wielką Sprawę i związany z nią efekt subiektywizacji, rozpoznania własnej ideologicznej pozycji?”⁸.

⁴ Tamże., s. 14.

⁵ Tamże.

⁶ E. Roudinesco, *Jacques Lacan. Jego życie i myśl*, Wydawnictwo KR, Warszawa 2005, s. 424–440.

⁷ L. Althusser, *Ideologie i aparaty ideologiczne państwa*, tłum. A. Staroń, Nowa Krytyka 2017, http://www.nowakrytyka.pl/pl/Ksiazki/Ksiazki_on-line/?id=888 [dostęp 28.03.2022].

⁸ S. Žižek, *Wzniosły obiekt ideologii...*, dz. cyt., s. 60.

Odpowiedź przychodzi ze strony Lacana: „[...] owa zewnętrzna «maszyna» aparatu państwa oddziałuje na nas jedynie o tyle, o ile w nieświadomej ekonomii podmiotu jest doświadczana jako traumatyczny, pozbawiony sensu nakaz”⁹. To, co wymyka się zdeterminowaniu – niesymbolizowalne i libidalne – jest jednocześnie warunkiem podporządkowania się podmiotu danej ideologii. Teza ta ma niebagatelne znaczenie dla rozumienia procesów ideologicznych czy też w ogóle politycznych i społecznych, ale z perspektywy nauki o komunikowaniu odchodzi jednak zbyt daleko od podstaw – abstrahuje od próby zrozumienia pojedynczych procesów komunikacyjnych czy też komunikowania jako takiego. Dlatego też w niniejszym tekście powracam do Lacana, stawiając mu podstawowe pytania o naturę komunikowania.

1. TRZY PORZĄDKI ONTOLOGII SUBIEKTYWNEJ

Chcąc zrekonstruować lacanowską teorię komunikowania, należy najpierw zwrócić uwagę na stanowisko, jakie Lacan zajmuje w kwestii nauki (a szczególnie nauk społecznych) oraz filozofii. Stosunek ten nie jest oczywisty, ale w skrócie można opisać go jako poszukiwanie trzeciej drogi, która zachowałaby praktyczny i prawdziwościowy aspekt nauki – najlepiej widoczny w terapeutycznej działalności psychoanalityków – przy jednoczesnym wykorzystaniu krytyczności dyskursu filozoficznego.

Problemy, jakie Lacan dostrzega w naukach społecznych, formułuje w ramach czegoś, co moglibyśmy nazwać lacanowską ontologią, czyli teorią bytu antycypowaną przez jego teorię psychoanalityczną. Samo użycie słowa ontologia jest już w tym kontekście pewną filozoficzną ekstrapolacją, aczkolwiek podejmowaną na przykład w seminarium XII, gdzie mówi on o „ontologii subiektywnej” (podmiotowej)¹⁰. Ontologia ta opiera się na triadzie trzech porządków opisujących podmiot: Realnym, Symbolicznym i Wyobrażeniowym (*réel, symbolique, imaginaire* – w skrócie: RSI)¹¹. Od 1975 roku Lacan zaczął przedstawiać tę triadę w formie węzła boromejskiego, aby zaznaczyć, iż fenomenologię podmiotu

⁹ Tamże.

¹⁰ J. Lacan, *Problèmes cruciaux pour la psychanalyse*, Staferla 2012, s. 135.

¹¹ Podążając za tłumaczeniami Pawła Dybła stosuję zapis lacanowskich porządków dużą literą. Por.: S. Žižek, *Wzniosły obiekt ideologii...*, dz. cyt.

w psychoanalizie konstytuuje połączenie tych trzech porządków¹². Na tym etapie możemy rozumieć RSI jako trzy kategorie, w ramach których Lacan rozróżniał doświadczenia napotymane w psychoanalizie. Co więcej, według niego każdy z trzech porządków może być definiowany tylko w relacji do pozostałych dwóch – stąd metafora węzła boromejskiego, który rozpada się, gdy usuniemy którykolwiek z jego pierścieni¹³.

1.1. Realne

Realnym jest przede wszystkim to, czego język nie jest w stanie w pełni uchwycić, ponieważ leży to u jego własnych podstaw. Wypowiedzenie Realnego w rejestrze Symbolicznym, byłoby jak próba podniesienia się poprzez chwycenie za własne włosy. Niemniej, kontynuując tę metaforę, próba takiego wyczynu może pozostawić nas z bólem głowy, tak jak doświadczenie Realnego pozostawia nas z niedającą się usymbolizować traumą. Przykładem takiego doświadczenia w psychoanalizie jest moment, w którym podmiot zdaje sobie sprawę, iż żadne znaczące, żadna tożsamość nie jest w stanie ostatecznie opisać tego, kim jesteśmy.

Rejestr Wyobrażeniowego przejawia ambiwalentny stosunek do Realnego. Z jednej strony, człowiek z łatwością projektuje na nie wizje absolutnego poznania, wszelkie metanarracje i ideologie. Z drugiej jednak strony, jeśli wokół takich wizji zawiązuje się wyobrażenie podmiotu o sobie samym, czyli ego, to konfrontacja obu tych rejestrów może wywołać frustrację, a nawet agresję.

Aby zrozumieć dlaczego Realne wiąże się z traumą i frustracją podmiotu, warto spojrzeć na to pojęcie, jako na element krytycznego rozwinięcia językoznawstwa strukturalistycznego de Saussure'a. Mówiąc o Realnym Lacan odwołuje się do pojęć znaczącego i znaczonego, ale jednocześnie odrzuca możliwość językowego czy też w ogóle poznawczego dotarcia do ostatecznych desygnatów:

Nie sposób, by na tej drodze sprawy posunęły się naprzód bez wykazania, że nie istnieje żadne znaczenie, które ostałoby się inaczej niż poprzez odesłanie do innego znaczenia: posuwając do skrajności uwagę, że nie ma takiego istniejącego języka, dla którego mogłaby powstać kwestia jego niewystarczalności w pokryciu pola

¹² V. Clavurier, *Réel, symbolique, imaginaire : du repère au nœud*, „Essaim”, 2010, t.2, nr 25, s. 84, 88–90.

¹³ D. Evans, *An introductory dictionary of Lacanian psychoanalysis*, Routledge, London and Basingstoke 2006, s. 135.

znaczonego, albowiem efektem jego istnienia jako języka jest właśnie to, iż jest on tam w stanie sprostać każdej potrzebie¹⁴.

Wracając z ujęcia językoznawczego do epistemologicznego, w perspektywie lacanowskiej podmiot jest zawsze uwikłany w poznanie – każde poznanie jest subiektywne – ponieważ sama podmiotowość jest według Lacana efektem mowy, modalnością komunikacyjną, bardziej niż substancjalnym bytem¹⁵. Dlatego też wprowadzając pojęcie Realnego Lacan zwraca uwagę na niesymetryczność ludzkiego poznania względem jego przedmiotów:

Istnieje więc *coś*, o czym możemy powiedzieć – a zasługiwałoby to na wyjątkową dyskusję – mianowicie, że istnieje pewne *realne*, jakaś dana, a to co jest dane jest też w pewien ustrukturyzowane. Dokładniej chodzi o to, żeby wiedzieć jak wypracowało się tę daną, jeśli w toki rozwoju, postępu wiedzy, w którym jesteśmy, zmierzamy do coraz ściślejszego zawężenia *sensu tego, co tajemnicze* – czy to właściwe słowo w kontekście *tych naturalnych asymetrii*?¹⁶

Owym „sensem tego, co tajemnicze” byłyby na przykład libidalne związki podmiotu ze zwykłymi, wydawałoby się, z fizykalnego punktu widzenia obiektami, które niemniej przypominają danej osobie o niemożliwości w pełni wydajnej ekspresji i intersubiektywności. Problem Realnego tkwi właśnie w tym, iż efekty tych związków Lacan dostrzega w mowie, ale ich źródło plasuje już poza językiem. Dlatego też Realne nie jest czymś substancjalnym, na przykład najmniejszą częścią materii, do której nie możemy dotrzeć. Nie jest ono też czymś transcendentnym – nie pochodzi spoza rzeczywistości człowieka. Realne jest przede wszystkim czymś formalnym – poznawczą przeszkodą wpisaną w sam proces postrzegania albo niemożliwością w pełni adekwatnej ekspresji i desygnacji, która jest immanentna dla mowy. Efekty napotykania tych przeszkód odnajdujemy zarówno w Symbolicznym, jako zakłócenia komunikacji, jak i w Wyobrażeniowym, jako próbę ukrycia ich pod powierzchnią fantazji i obrazów ego. Formalny

¹⁴ J. Lacan, *Instancja litery w nieświadomości albo rozum od czasów Freuda*, tłum. J. Waga, „Psychoanaliza”, 2014, nr 5, s. 14.

¹⁵ Tenże, *Subversion du sujet et dialectique du désir dans l'inconscient freudien*, [w:] *Écrits*, Éditions du Seuil, Paris 1966, s. 793–827; Tenże, *Les quatre concepts fondamentaux de la psychanalyse*, Éditions du Seuil, Paris 2014, s. 156–159.

¹⁶ Tenże, *Le Moi dans la théorie de Freud...*, dz. cyt., s. 54 [tłum. własne].

charakter Realnego dobrze oddają pierwsze słowa telewizyjnego wystąpienia Lacana z 1973 roku:

Zawsze mówię prawdę: nie całą, ponieważ wypowiedzieć całości nigdy nam się nie udaje. Powiedzieć wszystko jest niemożliwym materialnie: brakuje słów. To właśnie przez tę niemożliwość prawda dotyka Realnego¹⁷.

W wersji z *Autres écrits* Jacques-Alain Miller, redaktor seminariów Lacana, dodatkowo ilustruje powyższy fragment *mathemem*¹⁸ S(~~A~~), czyli oznaczeniem (S jak *signifiant*) braku w Innym (przekreślone A jak *Autre*), które Evans czyta w następujący sposób: „Niezależnie od tego jak wiele znaczących dodamy do łańcucha znaczących, będzie on zawsze niekompletny; zawsze brakuje mu znaczącego, który mógłby go dopełnić”¹⁹.

Spotkania z Realnym mogą wywoływać
komunikacyjny szum lub, wręcz przeciwnie,
nagłe zerwanie komunikacji oraz próby
wyobraźniowego załatania napotkanej
luki w Symbolicznym.

Jak więc zoperacjonalizować najbardziej enigmatyczny rejestr Lacanowskiej ontologii w ramach badania komunikacji? Wskazówką, iż mamy do czynienia z Realnym, mogłyby być wszelkie zakłócenia występujące po stronie nadawcy związane z niemożnością satysfakcjonującej ekspresji. Rejestr ten ujawnia się również w momentach, kiedy podmioty uczestniczące w danym dyskursie czy

¹⁷ Tenże, *Télévision*, [w:] *Autres écrits*, Éditions du Seuil, Paris 2001, s. 509 [tłum. własne].

¹⁸ Według Michała Gusina *mathem*, czyli lacanowski zapis przypominający matematyczną notację, miał być jak najlepiej komunikowalnym i minimalistycznym zapisem, który nie zakłócałby procesu nauczania psychoanalizy skojarzeniami pochodzącymi z Wyobraźniowego. M. Gusin, *Symptomy psychoanalizy. Jacques Lacan: od filozofii do antyfilozofii*, Universitas, Kraków 2018, s. 39–40; Tenże, *Jasność z miłości do języka*, op. cit., s. xx–xxi. Zob. również: J.-C. Milner, *Dzieło jasne...*, op. cit., s. 165–169.

¹⁹ D. Evans, *An introductory dictionary of Lacanian psychoanalysis*, dz. cyt., s. 99 [tłum. własne].

też utożsamiające się z jakąś ideologią lub metanarracją dostrzegają ich niekompletność jako niedoskonałych reprezentacji rzeczywistości. Spotkania z Realnym mogą wywoływać komunikacyjny szum lub, wręcz przeciwnie, nagłe zerwanie komunikacji oraz próby wyobrażeniowego załatania napotkanej luki w Symbolicznym. W odpowiednich warunkach, takich jak chociażby proces psychoanalityczny, mogą one również skutkować wypracowaniem sceptycznej lub nawet krytycznej postawy poznawczej u danej osoby. Krótko mówiąc, poszukiwanie Realnego w komunikowaniu jest przede wszystkim tropieniem wewnętrznych sprzeczności dyskursów, ograniczeń języka oraz towarzyszących im prób wyparcia bądź przysłonięcia tych niedoskonałości ludzkiej komunikacji.

1.2. Symboliczne

Kolejny porządek w triadzie Lacana to Symboliczne – to, co w zasadzie pokrywa się z typowym przedmiotem zainteresowania komunikologii i medioznawstwa. W seminarium II odpowiednikiem Symbolicznego jest na przykład wzór chemiczny trimetyloaminy, który przywidział się Freudowi we śnie. Stanowi on przykład wiedzy dyskursywnej, intersubiektywnej, która przychodzi do wyobraźni ze świata kultury²⁰. Żeby nieco zorientować Lacana względem historii humanistyki, można dodać, że Symboliczne przypomina heglowskiego Ducha (*der Geist*), rozumianego jako życie kultury i języka – swoistą zobiektywizowaną podmiotowość²¹. Symboliczne to właśnie to, co uważamy za obiektywne: desygnaty języków i dyskursów, a więc również i wiedza naukowa. Z drugiej strony, Lacan opisując ten rejestr czerpał *explicite* z refleksji Claude'a Levi-Straussa oraz Marcela Maussa próbując uwzględnić opisaną przez nich koncepcję wymiany symbolicznej jako podstawę zawiązywania się relacji społecznych²².

Lacan nie odchodzi zbyt daleko od strukturalizmu, gdyż Symboliczne to właśnie swoista siatka znaczących, struktura stojąca za tym, co intersubiektywne i kulturowe, w której plasują się nauki oraz wszelkie inne wytwarzane przez ludzi dyskursy. Nauka wyróżnia się spośród nich jedynie sposobem, w jaki rości sobie prawa do orzekania o naturze rzeczywistości oraz wewnętrzną spójnością. Niemniej

²⁰ J. Lacan, *Le Moi dans la théorie de Freud et dans la technique de la psychanalyse*, Staferla [b.r.], s. 111.

²¹ Por.: F. Jameson, *The Hegel Variations. On the Phenomenology of Spirit*, Verso, London and New York 2010, s. 11–13.

²² D. Evans, *An introductory dictionary of Lacanian psychoanalysis*, dz. cyt., s. 203.

jako „prawowitą naukę Realnego” Lacan postrzega logikę – jest ona jednocześnie konieczna i uniwersalna, ale przy tym sama w sobie nie odnosi się do żadnych konkretnych pojęć. Jest ona prawdą o strukturze, ale nie prawdą o jakimkolwiek bycie²³. Byt zresztą, jak czytamy w seminarium III, to również efekt mowy – istnieje dla nas to, co umiemy nazwać. Nieco niżej w swoistej hierarchii realności czy też obiektywności Lacan plasuje kolejno matematykę i fizykę. Najbardziej oddalonymi od Realnego naukami są jego zdaniem nauki społeczne, ze szczególnym uwzględnieniem psychologii, która dzieli pole zainteresowań z psychoanalizą. Ujmując to obrazowo, nauki społeczne są dla Lacana siatką znaczących nałożoną na istniejącą już siatkę dyskursywnych relacji składających się na społeczeństwo. Rzadko dotykają one warunków istnienia społeczeństwa jako takiego czy też, ogólniej rzecz ujmując, intersubiektywności, a zamiast tego produkują kolejną warstwę Symbolicznego²⁴.

Z rejestrem tym wiąże się również inny istotny aspekt, na który zwraca uwagę Anna Turczyn, a mianowicie interpelacja podmiotu, czyli zaistnienie człowieka w mowie. Symboliczne, jako kultura i język, istnieje przed narodzinami człowieka i posiada wyznaczone dla niego wcześniej miejsce, na przykład imię wybrane przez rodziców albo role społeczne, w które przyjdzie się mu wrodzić²⁵. Dlatego dla Lacana symboliczna podmiotowość człowieka zawiązuje się jeszcze przed jego fizycznym pojawieniem się na świecie. Co więcej, Turczyn zwraca uwagę na rozwojowe postrzeganie człowieka w psychoanalizie: jego komunikacja rozpoczyna się od niezapośredniczonej symbolicznie relacji z matką, która często bywa idealizowana w późniejszych etapach życia. Niemniej w pewnym momencie dziecko będzie musiało nawiązać komunikację z dorosłymi, chociażby w celu spełnienia swoich podstawowych potrzeb fizjologicznych, co znowu wiąże się z przyswajaniem kolejno języka niewerbalnego i werbalnego. Wtedy też następuje interpelacja człowieka jako podmiotu w polu Symbolicznego. Z jednej strony, dziecko zyskuje nowe narzędzie oddziaływania na świat zewnętrzny, ale z drugiej strony, niewymagająca symboli relacja z matką pozostaje od teraz utraconym

²³ J. Lacan, *L'Étourdit*, [w:] *Autres écrits*, dz. cyt., s. 449.

²⁴ Tenże, *Seminarium III. Psychozy*, tłum. J. Waga, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2014, s. 7–31.

²⁵ A. Turczyn, *O interpelacji, czyli o zainicjowaniu podmiotu w strukturze grafu pragnienia*, [w:] *Lacan, Žižek. Rewolucja pod spodem*, red. P. Czapliński, Poznańskie Studia Polonistyczne, Poznań 2008, s. 59–60.

ideałem²⁶. Sytuacja ta jest o tyle ważna dla Lacana, iż upatruje w niej źródło rozdarcia każdego mówiącego podmiotu i to rozdarcia, które każdy na swój sposób próbuje odwrócić. Od momentu wkroczenia człowieka w pole Symbolicznego jest on zarazem podmiotem fizycznym, mówiącym ciałem, ale również podmiotem w zdaniu. Co więcej, podział następuje również pomiędzy Wyobrażeniowym a Symbolicznym podmiotu: jego obrazem własnym (*moi* lub *ego*), a językową reprezentacją (*je*). Tym samym Symboliczne należy postrzegać nie tylko jako strukturę na swój sposób zewnętrzną względem podmiotu, ale również przyczynę jego wewnętrznego rozdarcia²⁷.

**Badając komunikację z perspektywy
lacanowskiej warto zwrócić uwagę na
Symboliczne jako źródło rozdarcia podmiotu.
Wyrazem tego aspektu może być chociażby
rozdźwięk pomiędzy obrazem własnym danej
osoby a możliwościami zrekonstruowania tego
obrazu w intersubiektywnej komunikacji.**

Jak już wspomniałem, zakres rejestru Symbolicznego nie powinien być dla badaczy komunikowania czymś nietypowym. Również dla psychoanalityków jest on płaszczyzną, w ramach której spędzają najwięcej czasu komunikując się z analizantami²⁸. Niemniej obszary Symbolicznego, w których porusza się każde z nas, różnią się od siebie: mamy za sobą obcowanie z odmiennymi zestawami tekstów kultury, stosujemy różne warianty języka, a także uznajemy inne informacje za fakty reprezentujące całokształt rzeczywistości. Dlatego też Lacan przywiązywał

²⁶ Tamże, s. 61–63.

²⁷ J. Lacan, *Le stade du miroir comme formateur de la fonction du Je*, [w:] *Écrits*, dz. cyt., 94–98.

²⁸ Lacan zamiast określeń „pacjent” albo „klient” używa terminu „analizant” (fr. *analysant*) bazującego na angielskim *analysand*. Podkreśla on w ten sposób stronę czynną opisującą osobę, która w procesie psychoanalizy wykonuje większość pracy, a przy której analityk jedynie pomaga.

dużą wagę do wszechstronnej wiedzy swoich uczniów i ich biegłości w różnych dyskursach, czemu wyraz dał chociażby w rzuconej pół żartem, pół serio „rady dla młodego psychoanalityka” brzmiącej: „Rozwiązuj krzyżówki”²⁹. Wszystko to, aby móc odróżnić występujące w mowie analizanta symptomy napotkania Realnego lub idiosynkrazje wypływające z Wyobrażeniowego od treści będących jedynie obcym dla analityka wycinkiem Symbolicznego. Jest to o tyle cenna uwaga dla badaczy komunikowania, iż przestrzega ona przed nakładaniem na mowę respondentów własnej perspektywy komunikacyjno-poznawczej, która może odbierać nieznamość pewnych utworów jako przejaw niedoksztalcenia, dialekt jako wadę wymowy albo świadomość klasową jako wiarę w teorie spiskowe. Co więcej, badając komunikację z perspektywy Lacanowskiej warto zwrócić uwagę na Symboliczne jako źródło rozdarcia podmiotu. Wyrazem tego aspektu może być chociażby rozdźwięk pomiędzy obrazem własnym danej osoby a możliwościami zrekonstruowania tego obrazu w intersubiektywnej komunikacji. Podobnie zastanowić się można na ile czyjeś wypowiedzi są reprodukowaniem przyjętego z zewnątrz dyskursu, a na ile próbą wypowiedzenia własnych, indywidualnych pragnień.

1.3. Wyobrażeniowe

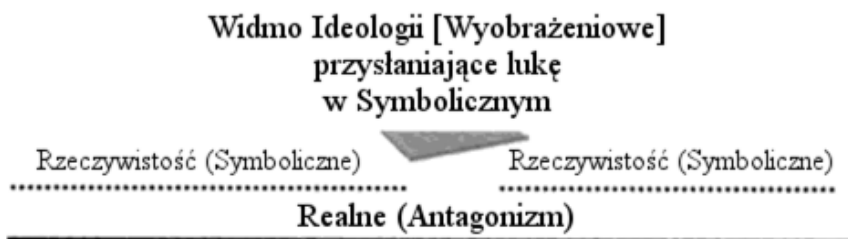
Trzeci porządek triady, czyli Wyobrażeniowe, jest najbardziej subiektywne. Lacan wskazuje na „ja” (*moi*), jako na domenę tego rejestru. „Ja” wyobrażeniowe to seria obrazów, przez które postrzegamy sami siebie; wszystko to, co możemy nazwać wręcz intrasubiektywnym. Nie możemy mówić tutaj o efektywnym komunikacyjnie symbolizowaniu – skuteczna intrasubiektywność jest według Lacana niemożliwa. Komunikowanie siebie jest ciągłym zmienianiem masek, tożsamości podmiotu, który nie posiada substancji (znaczonego, *signifié*). Dlatego też Lacan mówi o podmiocie przekreślonym lub podzielonym (*sujet barré*, zapisywane symbolem \$)³⁰. W intersubiektywnym świecie języka będzie on zawsze zapośredniczony przez znaczące, które nie mogą uchwycić ostatecznego i docelowego znaczonego. Natomiast w apercpcji podmiot może jedynie konstruować kolejne wyobrażenia siebie – ego, którego elementy (znaczące i obrazy) zaczerpuje z zewnętrznych

²⁹ J. Lacan, *Funkcja i pole mówienia i mowy w psychoanalizie*, tłum. B. Gorczyca i W. Celsluk-Gajewski, Wydawnictwo KR, Warszawa 1996, s. 55.

³⁰ Tenże, *Les quatre concepts fondamentaux de la psychanalyse...*, dz. cyt., s. 159.

względem niego dyskursów i które ani nie zapewniają mu auto-semiotycznej ciągłości, ani też symbolicznej autonomiczności w postrzeganiu samego siebie.

Jeśli za Žiżkiem uznamy fantazmat, czyli aspekt wyobrazeniowy, za centralny dla fenomenu ideologii, to przydatną ilustracją RSI może być ta, którą zaproponował Tony Myers (Ilustracja 1)³¹. W takim ujęciu, rzeczywistość Symbolicznego jest semiotyczną warstwą pokrywającą Realne, która umożliwia interpretację świata oraz orientowanie się w nim. Tam, gdzie pojawia się mówienie nieuzasadnione porządkiem Symbolicznym, „mówienie puste”³², które jest tak naprawdę komunikowaniem wyobrazeniowej treści ego, mamy do czynienia z Wyobrazeniowym, które w przypadku ideologicznego fantazmatu spełnia funkcję łatki przysłaniającej to, co niesymbolizowalne. W przypadku ideologii są to nierozwiązywalne społeczne antagonizmy, a w przypadku samego podmiotu i jego ego jest to realna niemożliwość w pełni wydajnej identyfikacji symbolicznej.



Ilustracja 1. Struktura ideologii w ujęciu Lacanowskim

Źródło: Opracowanie własne na podstawie: T. Myers, *Slavoj Žižek, [w:] Žižek. Przewodnik Krytyki Politycznej*, tłum. J. Kutyla, Wydawnictwo Krytyki Politycznej, Warszawa 2009, s. 108.

Chcąc zrozumieć rejestr Wyobrazeniowego, trudno nie przywołać koncepcji fazy lustra (*le stade du miroir*), która stanowiła pierwszy i najbardziej znany wkład Lacana do teorii psychoanalitycznej. W ramach tej koncepcji postulował on, iż dziecko w momencie najwyższej aktywności psychomotorycznej zawiązuje w swojej wyobraźni obraz własnego ciała. Odbicie, które dziecko dostrzega w lustrze, jest informacją pochodzącą z zewnętrznego świata, zbiorem znaczących, których desygnatem jest według dziecka ono samo. Źródłem takich informacji

³¹ S. Žižek, *Wzniósłoby obiekty ideologii...*, dz. cyt., s. 45–48.

³² Por.: J. Lacan, *Funkcja i pole mówienia i mowy w psychoanalizie*, dz. cyt., s. 29–36.

mogą być również wszelkie inne momenty interakcji ze światem, a szczególnie te zachodzące w ramach komunikacji interpersonalnej, kiedy to dziecko dowiaduje się jak jest postrzegane przez otaczający je świat³³.

Doświadczenia te składają się z czasem na zawiązanie ego podmiotu, które wchodzi w ciekawe z komunikologicznego punktu widzenia interakcje. Przede wszystkim Lacan twierdził, iż pochodzący z fazy lustra obraz Ja-idealnego (*je-ideal*, u Freuda: *Ideal Ich*) zawiązuje się u dziecka jeszcze przed socjalizacją i w późniejszym życiu może stać się źródłem konfliktów. Dochodzi do nich kiedy Wyobrażeniowe podmiotu nie odnajduje zgodności z Symbolicznym, co ma miejsce głównie w przypadku narcyzmu³⁴. Ego staje się wtedy źródłem wyparcia oraz agresji obecnych w komunikacji. Podmiot nie jest w stanie do końca włączyć się w Symboliczne, ponieważ, cytując Lacana, ego paraliżuje go w „systematycznej odmowie uznania rzeczywistości” (*méconnaissance systématique de la réalité*). Idąc dalej Lacan podkreśla również, iż wyobrażeniowy obraz ciała jest zależny od kultury, na co wskazują historyczne symptomy porażające ciało podmiotu w sposób powiązany z jego wyobrażeniową anatomią, obrazem własnym ciała³⁵. Wynika to z tego, iż również Wyobrażeniowe nie jest wolne od zapośredniczenia poprzez porządek Symboliczny – jego elementy stają się dla podmiotu budulcem własnej tożsamości, nawet w jej najbardziej intymnych aspektach. Jak podkreśla Lacan, „przywoływana dotychczas anatomia wyobrażeniowa różni się w zależności od sposobów pojmowania (jasnego lub zagmatwanego) funkcji organizmu, które są dominujące w danej kulturze. To wszystko dzieje się tak, jakby obraz ciała istniał samodzielnie, a przez autonomię mam tu na myśli niezależność od obiektywnej struktury”³⁶.

Z perspektywy badawczej jedną z najważniejszych refleksji, jaką przynosi psychoanaliza Lacanowska, jest uchwycenie przenikania zewnętrznych względem podmiotu elementów kultury do tego, w jaki sposób postrzega on sam siebie. W świetle takiego rozumienia podmiotowości komunikacja społeczna i media stają się potencjalnym zapośredniczeniem, a nawet i źródłem dla tych elementów ludzkiej tożsamości, które w innych ujęciach postrzegane są jako

³³ Tenże, *Some Reflections on the Ego*, „International Journal of Psycho-Analysis”, 1953, nr 34, s. 11–17.

³⁴ Tenże, *Le stade du miroir...*, [w:] *Écrits*, dz. cyt., 94–98.

³⁵ Tenże, *Some Reflections on the Ego*, dz. cyt., s. 12–13.

³⁶ Tamże, s. 13 [tłum. własne].

oderwane od społecznych uwarunkowań. Perspektywa Lacanowska zwraca szczególną uwagę na kulturowe warunki zawiązywania się tożsamości płciowej i seksualnej, co pozwala wyartykułować kolejny, obok m.in. feministycznego i queerowego, głos w krytycznych dyskusjach nad funkcjonowaniem płci w komunikacji społecznej. Uwzględnienie rejestru Wyobraźniowego i koncepcji fazy lustra w badaniach nad komunikowaniem pozwala chociażby na powiązanie postrzegania własnego ciała z przekazami medialnymi albo spojrzenia na media społecznościowe jako na narzędzia umożliwiające przełożenie ego na komunikację intersubiektywną.

Z perspektywy badawczej jedną z najważniejszych refleksji jaką przynosi psychoanaliza lacanowska jest uchwycenie przenikania zewnętrznych względem podmiotu elementów kultury do tego, w jaki sposób postrzega on sam siebie. W świetle takiego rozumienia podmiotowości komunikacja społeczna i media stają się potencjalnym zapośredniczeniem, a nawet i źródłem dla tych elementów ludzkiej tożsamości, które w innych ujęciach postrzegane są jako oderwane od społecznych uwarunkowań.

Tak jak wspomniałem, żaden z trzech rejestrów RSI nie powinien być postrzegany w oderwaniu od reszty i dlatego też zarysowane przeze mnie możliwości operacjonalizacji powinny być postrzegane łącznie, w ramach swoistej syntezy. Z punktu widzenia Lacana każdy akt komunikowania posiada swoje Realne, Symboliczne i Wyobraźniowe, które mówią nam kolejno o transcendentálnych uwarunkowaniach komunikacji, społecznej i kulturowej sytuacji mówiącego podmiotu oraz skomplikowanych relacjach pomiędzy tym, co subiektywne, a tym co intersubiektywne.

2. LACAN W BADANIACH NAD MEDIAMI I KOMUNIKOWANIEM SPOŁECZNYM

Zanim przejdę do omawiania wybranych przykładów operacjonalizacji psychoanalizy Lacana, chciałbym uzasadnić ich dobór. Z poniższego przeglądu wykluczyłem przede wszystkim badania dotyczące zjawisk komunikacyjnych, które jednocześnie abstrahują od komunikacyjnej natury tychże zjawisk. Pominąłem również prace, które nie odwołują się do psychoanalizy Lacana jako do teorii bazowej dostarczającej podstawowych założeń ontologicznych i epistemologicznych – w wielu badaniach jest ona raczej traktowana jako pewien zasób narzędzi interpretacyjnych, jako swoista doraźna hermeneutyka³⁷. Z tym ostatnim podejściem mamy do czynienia głównie w badaniach z zakresu kulturoznawstwa, które psychoanalizę Lacanowską odczytują poprzez filozofię Žiżka i które co prawda dzielą przedmiot zainteresowania z nauką o komunikowaniu i medioznawstwem, ale zamiast badania natury konkretnych form komunikowania, dokonują raczej interpretacji danych tekstów kultury³⁸.

Jednym z rzadkich w przykładów gruntownego podejścia do komunikologicznego odczytania Lacana jest analiza, którą przeprowadził Julio Cesar Lemes

³⁷ W kwestii zagadnienia teorii bazowych w medioznawstwie zob.: S. Weber, *Einführung: (Basis-)Theorien für die Medienwissenschaft*, [w:] *Theorien der Medien. Von der Kulturkritik bis zum Konstruktivismus*, UVK Verlagsgesellschaft mbH, Konstanz 2010, 2. wyd., s. 15–48.

³⁸ Por.: C. Burnham, *Does the Internet Have an Unconscious?*, Bloomsbury Academic 2018; J. Dean, *The Real Internet*, „International Journal of Žižek Studies”, 2010, t.4, nr 1; Tenże, *Affect and Drive*, [w:] *Networked Affect*, red. K. Hills, S. Paasonen, M. Petit, MIT Press, Cambridge, London 2015, s. 89–100; M. Flisfeder, *The Symbolic, the Sublime, and Slavoj Žižek's Theory of Film*, Palgrave Macmillan 2012; M. Flisfeder i L.-P. Wills, *Žižek and Media Studies: A Reader*, Palgrave Macmillan, New York 2014; T. McGowan, *Introduction: Enjoying the Cinema*, „International Journal of Žižek Studies”, 2007, t.1, nr 3; Tenże, *Psychoanalytic Film Theory and The Rules of the Game*, Bloomsbury Academic 2015. Przyczyny stronienia niniejszego przeglądu od odczytań psychoanalizy lacanowskiej w duchu *Culture Studies*, pokrywają się z perspektywą Dylana Evansa: „[...] istnieją znaczne różnice pomiędzy tym, jak Freud i Lacan podchodzą do dzieł sztuki. Chociaż Lacan mówi o sublimacji, w przeciwieństwie do Freuda nie uważa, że jest możliwe, a nawet pożądane, aby psychoanalitycy mówili cokolwiek o psychologii artysty na podstawie badania dzieła sztuki. To, że najbardziej fundamentalny kompleks (Edyp) w teorii psychoanalitycznej jest zaczerpnięty z dzieła literackiego, mówi Lacan, nie oznacza, że psychoanaliza ma cokolwiek do powiedzenia o Sofoklesie. [...] Dlatego Lacan odrzuca pogląd, iż krytykę literacką, która posługuje się pojęciami psychoanalitycznymi, można nazwać «psychoanalizą stosowaną», ponieważ «psychoanaliza jest stosowana, we właściwym tego słowa znaczeniu, tylko jako kuracja, a zatem wobec podmiotu, który mówi i słucha». D. Evans, *An introductory dictionary...*, dz. cyt., s. 13–14.

de Castro. Punktem wyjścia dla autora jest Lacanowska analiza dyskursu, aczkolwiek prezentuje specyficzny sposób jej rozumienia. Po pierwsze, pod pojęciem Lacanowskiej analizy dyskursu nie rozumie prostego przełożenia Lacanowskich kategorii na krytyczną analizę dyskursu, ale raczej metodę zbudowaną konsekwentnie wewnątrz psychoanalizy Lacana, w oparciu o to, jak definiował on dyskurs³⁹. Po drugie, autor nie poprzestaje na samej analizie dyskursu, traktując ją jedynie jako asumpt do bardziej systematycznej i epistemologicznej implementacji na polu badań nad komunikowaniem. Podchodzi on do interesującego nas zagadnienia, jako do elementu większej tradycji interdyscyplinarnego dialogu pomiędzy psychoanalizą jako taką a nauką o komunikowaniu⁴⁰.

Castro proponuje przełożenie podstawowych dla Lacana i konstytuujących według niego każdy dyskurs elementów – *znaczącego-mistrza* (*master signifier*), łańcucha znaczących, podzielonego podmiotu i obiektu małego (*objet petit a*) – na podstawowe pojęcia komunikacyjne – nadawca, komunikat, kod, kanał, odbiorca i tak dalej. Według mnie w tej analizie warto zwrócić uwagę na zarysowaną przez Castro relację pomiędzy nauką o komunikowaniu a psychoanalizą Lacanowską⁴¹. Chodzi tutaj o typowe dla stosunków pomiędzy teorią komunikacji masowej a filozofią wykorzystanie tej drugiej, jako teorii bazowej, a więc źródła podstawowych założeń i definicji dotyczących na przykład tego, kim są uczestnicy komunikowania albo jaka jest natura ich wzajemnego oddziaływania. Miejsce filozofii w tym przypadku zajmuje, rzecz jasna, Lacan wraz ze swoją teorią, przy czym – w przeciwieństwie do jednostronnych implementacji filozofii na gruncie teorii komunikowania masowego – jego psychoanaliza – jeśli chcemy dokonać rzeczywiście jej konsekwentnej implementacji – rościłaby sobie pretensje do krytykowania założeń nauki o komunikowaniu jako nauki społecznej. Taki właśnie kierunek proponuję w niniejszym tekście, idąc zresztą śladami Lacana i przytoczonym już wcześniej cytatem o konieczności „rozpoznania pojęć, na których opiera się

³⁹ Pojęcie dyskursu u Lacana jest zbyt złożone, aby przedstawiać je w tym artykule. Przybliżają je natomiast następujące pozycje: A. Doda-Wyszyńska, *Pośpiech i cynizm: wokół teorii dyskursów Jacques'a Lacana*, Wydawnictwo Fundacji Humaniora, Poznań 2002; K. Mikurda, *Nie-całość: Žižek, Dolar, Zupančič*, PWN, Warszawa 2015; M. Gusin, *Symptomy psychoanalizy...*, dz. cyt., s. 382–395.

⁴⁰ J.C.L. de Castro, *Applications of the Lacanian theory of discourses in the field of Communication*, „Intercom: Revista Brasileira de Ciências da Comunicação”, 2016, t.39, nr 2, s. 99–100.

⁴¹ Tamże, s. 103–106.

technika” – Lacanowi, rzecz jasna, chodziło o technikę psychoanalityczną, ale na potrzeby niniejszej refleksji możemy rozszerzyć wnioski z jego nauczania na wszelkie techniki badawcze nauk społecznych⁴². Dlatego też warto zwrócić uwagę nauki o komunikowaniu na momenty, w których systematyczne nauczanie Lacana konfrontuje się z intuicyjnym rozumieniem komunikowania oraz elementów – na które wskazuje chociażby klasyczny już model Shannona i Weavera – takich, jak odbiorca, nadawca albo adresat⁴³.

W tym kontekście, oprócz Castro, należy przywołać również Christiana Lundberga, który stawia Lacana wśród filozofów istotnych dla nauki o komunikowaniu i, co więcej, przedstawia komunikowanie jako jedno z centralnych zagadnień jego psychoanalizy. Swoją tekst Lundberg otwiera nawiązaniem do następujących słów z Seminarium III⁴⁴:

Nie sposób ująć zjawiska mówienia w formie schematu wykorzystywanego w niektórych teoriach zwanych teoriami komunikacji: nadawca, odbiorca i coś, co dzieje się pomiędzy. Najwyraźniej zapomina się, że w ludzkim mówieniu, wśród wielu innych rzeczy, nadawca jest zawsze równocześnie odbiorcą, że słyszy się dźwięk swoich własnych słów. Można nie zwracać na to uwagi, ale pewne jest, że się to słyszy⁴⁵.

Tutaj mamy znowu do czynienia z refleksją nad pojęciami podstawowymi dla nauki o komunikowaniu. Niemniej podejście Lundberga jest o tyle ciekawe, iż śledzi on konfrontacje młodego Lacana badającego automatyzm myślowy z podstawowymi zagadnieniami komunikowania, takimi jak podmiotowość lub znaczenie. W skrócie, Lundberg stosuje wobec historii rozwoju lacanowskiej teorii swoistą komunikologiczną hermeneutykę, która wskazuje na komunikacyjne wątki leżące u jej podstaw. Lundberg podkreśla, iż wątek komunikowania jest dla niej istotny i czyni ją istotnym punktem odniesienia dla teorii komunikowania w kontekście tak zwanego „zwrotu językowego” obecnego w filozofii⁴⁶.

⁴² J. Lacan, *Funkcja i pole...*, dz. cyt., s. 21.

⁴³ W. Weaver, *Recent Contributions to The Mathematical Theory of Communication*, „ETC: A Review of General Semantics”, 1953, t.10, nr 4, s. 264.

⁴⁴ C. Lundberg, *Jacques Lacan: Psychoanalysis With(in) Communication*, [w:] *Philosophical Profiles in the Theory of Communication*, red. J. Hannan, Peter Lang, New York 2013, s. 325.

⁴⁵ J. Lacan, *Seminarium III. Psychozy...*, dz. cyt., s. 47.

⁴⁶ C. Lundberg, *Jacques Lacan: Psychoanalysis...*, dz. cyt., s. 325–326.

Bardzo szeroką, a jednocześnie krytyczną interpretację komunikologiczną Lacana proponuje Anthony Wilden, pionier tłumaczenia go na język angielski. Wilden adaptuje lacanowską teorię na polu nauki o komunikowaniu motywowany głównie potrzebą stworzenia interdyscyplinarnego aparatu pojęciowego, który ujmowałby komunikowanie, jako zjawisko związane ze społecznymi uwarunkowaniami wiedzy jako takiej, czyli jako przedmiot epistemologii, ale również jako przedmiot zainteresowań filozofii nauki i filozofii krytycznej. Psychoanaliza Lacana, jako teoria zasilająca aparat pojęciowy Wildena, miałaby właśnie spełniać powyższe kryteria rozumienia zjawisk komunikacyjnych. Autor wskazuje również na istotną rolę psychoanalizy Lacanowskiej w opisywaniu fenomenu władzy, społecznej dominacji i związanymi z nią opresją i nierównościami⁴⁷. Podczas gdy znaczna część teorii racjonalizuje te zjawiska i poniekąd reprodukuje zastane *status quo*, Wilden wskazuje na specyficzne odczytanie Freuda, którego dokonuje Lacan, jako na źródło nowej i obiecującej komunikologicznej oraz inforologicznej perspektywy opisywania tych procesów⁴⁸.

Lacan, jak pisze Wilden, pokazuje, iż jednym z głównych przedmiotów zainteresowania Freuda była właśnie mowa, która stanowi istotę procesu psychoanalitycznego – w zasadzie stanowi ona jedyne medium psychoanalizy tak, jak i jedynym jej kodem jest język. Jako istotny przykład Wilden podaje sny, które chociaż złożone z obrazów, muszą zostać skrupulatnie przetłumaczone na słowa, aby można było dokonać ich interpretacji. W komunikologicznym odczytaniu autora *Écrits* pomaga również uwaga Wildena dotycząca inspiracji Lacana: zaliczają się do nich lingwistyka Romana Jakobsona i Ferdinanda de Saussure’a oraz strukturalistyczna antropologia Claude’a Levi-Straussa⁴⁹. Nawet jeśli celem Lacana nie było wyjaśnianie procesów komunikacyjnych, to sam aparat pojęciowy wywiedziony z prac powyższych badaczy nadaje jego psychoanalizie komunikologiczną inklinację. W tym miejscu musimy również zauważyć, iż ze wszystkich znanych mi badaczy i teoretyków interpretujących Lacana na polu komunikowania, Wilden poświęcił francuskiemu psychoanalitykowi najwięcej uwagi. Przejawia się to zarówno w ilości publikacji dotyczących komunikologicznego odczytania

⁴⁷ A. Wilden, *System and Structure. Essays in Communication and Exchange*, Tavistock Publications, London 1980, 2. wyd., s. xviii–xxvi.

⁴⁸ Tamże, s. 1–5.

⁴⁹ Tamże, s. 6.

Lacana, szerokim spektrum zagadnień poświęconych mu analiz oraz stopniu ich krytyczności⁵⁰.

Odmienne i specyficzną próbą osadzenia Lacana w kontekście filozofii komunikowania jest analiza porównawcza, której dokonuje Peter Dews zestawiając jego językowo zorientowaną psychoanalizę z filozofią racjonalności komunikacyjnej Jürgena Habermasa. Co ciekawe, autor dokonuje tego zestawienia, które znamy już ze *Wzniosłego obiektu ideologii*, z pobudek całkiem innych niż Žižek. Dews podkreśla na wstępie wspólne źródło namysłu obu teoretyków nad intersubiektywnością, mianowicie filozofię Hegla, oraz wynikające z niej ujęcie ludzkiej tożsamości jako konstruowanej w procesie społecznej interakcji. Co więcej, obaj zgadzają się, co do odrzucenia quasi-biologicznego odczytania Freuda, które podkreśla rolę instynktów, na rzecz rozumienia jego teorii w kategoriach narzędzi, które odszyfrowują „zaburzenia struktur symbolicznych” pochodzących z nieświadomości⁵¹. Kolejnym wspólnym wątkiem dla Lacana i Habermasa jest sprzeciw wobec behawiorystycznego redukowania komunikacji do bodźców i reakcji. Zamiast tego, obaj podkreślają w swoich pracach intersubiektywność ludzkiej komunikacji – jej nierozłączność z kulturą, jako wspólnotą podmiotów wchodzących w relacje wzajemnego uznania⁵². Dews odnajduje również podobieństwo pomiędzy Lacanem i Habermasem w kwestii uznawanego przez nich, co prawda na różne sposoby, idealnego modelu komunikacji jako punktu odniesienia dla uczestników danego dyskursu. Dla Lacana to, co w danym dyskursie uznawane jest za prawdziwe i poprawne symbolizuje figura wielkiego Innego (*grand Autre*) i stanowi ona punkt odniesienia zarówno dla prób zakomunikowania prawdy jak i kłamstwa oraz podstęp. Habermas, natomiast, idealny model komunikacji traktuje jako punkt odniesienia dla racjonalnej debaty, względem którego zarówno my, jak i nasi rozmówcy możemy oceniać jakość naszej komunikacji. Pomimo odwrotnych wręcz kierunków refleksji (kłamstwo u Lacana i racjonalna debata

⁵⁰ Por.: J. Lacan i A. Wilden, *The Language of the Self: The Function of Language in Psychoanalysis*, Johns Hopkins University Press 1997; A. Wilden, *On Lacan: Psychoanalysis, language, and communication*, „Contemporary psychoanalysis”, 1973, t. 9, nr 4, s. 445–470; Tenże, *System and Structure. Essays in Communication and Exchange...*, op. cit.; A. Wilden i R. Hammer, *The rules are no game. The strategy of communication*, Routledge, London and New York 1987.

⁵¹ P. Dews, *The paradigm shift to communication and the question of subjectivity: reflections on Habermas, Lacan and Mead*, „Revue internationale de philosophie”, 1995, t.49, nr 194, s. 490–492.

⁵² Tamże, s. 493–494.

u Habermasa), obie teorie zakładają pewien hipotetyczny punkt odniesienia, co właśnie Dews uznaje za niemożliwą do pomylenia i pominięcia zbieżność⁵³.

Rozpoznanie komunikologicznego potencjału psychoanalizy lacanowskiej przychodzi również z dziedziny, której Lacan był zagorzałym krytykiem, mianowicie z psychologii, za sprawą książki *Six Moments in Lacan*, której autorem jest Derek Hook. Wyróżnia on dwa centralne dla psychoanalizy lacanowskiej zagadnienia, służące za pomost pomiędzy nią, a współczesną psychologią: komunikację i tożsamość⁵⁴. Co ciekawe Hook przywołuje istotny cytat z wykładu, w którym Jacques-Alain Miller, bezpośredni następca Lacana w École de la Cause freudienne (Szkoła Sprawy Freudowskiej), wprowadza słuchaczy do motywów przyświecających Lacanowi w jego pierwszych seminariach:

Lacan nieustannie pracował nad strukturą komunikacji, starając się być coraz bardziej precyzyjnym – i dwadzieścia lat później jego opis był bardziej wyrafinowany – ale zawsze trzymał się tezy, że doświadczenie psychoanalityczne w niezwykle sposób wykorzystuje ogólną strukturę komunikacji. Na przykład w *Odmianach leczenia standardowego*⁵⁵ odnajdziecie ten sam nacisk na niecodzienną komunikację. Zawsze to słuchacz jako taki jest panem rozjemcy, to znaczy to on mówi tak lub nie, akceptuje lub odrzuca, decyduje się przyjąć za dobrą monetę⁵⁶.

Jednocześnie Hook podkreśla, iż to właśnie niedocenienie aspektu mowy i języka w psychologii stanowiło o jej dotychczasowej niekompatybilności z psychoanalizą Lacana. Co więcej, zauważa on, iż w pierwszych seminariach z lat 50. teoria komunikowania odgrywała rolę istotnego źródła inspiracji i pojęć takich jak na przykład entropia albo cybernetyka⁵⁷. Według Hooka Lacan odwoływał się również do modelu Shannona i Weavera, opisując jako szum komunikację *pustą*, należącą do porządku Wyobrażeniowego i reprezentującą ego, w przeciwieństwie do komunikacji *pełnej*, która odwołuje się do tego, co intersubiektywne

⁵³ Tamże, s. 494–497.

⁵⁴ D. Hook, *Six Moments in Lacan: Communication and identification in psychology and psychoanalysis*, Routledge 2018, s. 6.

⁵⁵ J. Lacan, *Variantes de la cure-type*, [w:] *Écrits*, dz. cyt., s. 323–362.

⁵⁶ J.-A. Miller, *An Introduction to Seminars I and II. Lacan's Orientation Prior to 1953 (II)*, [w:] *Reading Seminars I and II. Lacan's Return To Freud*, red. R. Feldstein, B. Fink, M. Jannus, State University of New York Press, Albany 1996, s. 18 [tłum. własne].

⁵⁷ D. Hook, *Six Moments in Lacan...*, dz. cyt., s. 3–4.

i społecznie postrzegane jako prawda, do porządku Symbolicznego⁵⁸. Mimo, iż książka Hooka nie jest pracą wypływającą z czysto komunikologicznego stanowiska i adekwatnych do niego poznawczych pobudek, ze wszystkich cytowanych tutaj prac rekonstruuje ona w sposób najintensywniejszy ujęcie komunikacji obecne w pracach Lacana. W moim odczuciu, pracom Wildena ustępuje ona jedynie objętością oraz stosunkowo niskim poziomem filozoficzno-krytycznego zaplecza. Hook nie stara się przekonywać czytelnika o tym, iż komunikowanie stanowi jedno z centralnych zagadnień Lacanowskiej psychoanalizy, ale zamiast tego wskazuje na konieczność obrania takiej perspektywy gwoi jej pogodzenia z psychologią, po czym w kolejnych rozdziałach systematycznie rozwija opis Lacanowskiej teorii komunikowania.

Pozostając w pobliżu psychologii chciałbym wspomnieć pokrótce o pedagogce, Klaudii Węc, która konsekwentnie wykorzystuje lacanowskie podejście w kontekście wychowawczym i edukacyjnym. Odwołam się do artykułu poświęconego krytyce kategorii kompetencji komunikacyjnej, w którym Węc zwraca uwagę na graniczne sytuacje komunikacyjne⁵⁹. Autorka podkreśla ważny aspekt teorii Lacana: „mówienie podmiotu i do podmiotu jest ważniejsze niż komunikacja rozumiana jako transmisja, której celem jest wymiana informacji”⁶⁰. Z tej pozycji Węc krytykuje rozpoznawane przez nią procesy pragmatyzacji oraz technologizacji nauczania. Zjawiska te uniemożliwiają, według autorki, nawiązanie rzeczywistej relacji między nauczycielem a uczniem i prowadzą jedynie do reprodukcji kompetencji narzucanych w ramach ekonomicznej inżynierii społecznej, zamiast upodmiotowienia podopiecznych. Autorka krytykuje przede wszystkim kategorię „kompetencji komunikacyjnej”, która odpowiednio zdefiniowana może zamienić się w narzucane dzieciom ramy przeżywania i wyrażania własnej podmiotowości. Tak też autorka sugeruje uznanie umiejętności powiedzenia „nie”, gestu odmowy, za jedyną uniwersalną kompetencję komunikacyjną⁶¹. Tekst ten jest o tyle ciekawy, iż nie tylko przybliży pewne kluczowe założenia Lacana związane z językiem i komunikowaniem, ale również wyjaśnia przy ich pomocy problemy komunikacyjne związane z wychowaniem oraz nakreśla miejsce transgresji, wyjścia poza narzucone dyskursy,

⁵⁸ Tamże, s. 12–13.

⁵⁹ K. Węc, *Kompetencje komunikacyjne w sytuacjach granicznych. Paradoksy języka*, „Kultura i Edukacja”, 2011, t. 82, nr 3, s. 86–96.

⁶⁰ Tamże, s. 87.

⁶¹ Tamże, s. 94–95.

w formowaniu się podmiotowości dzieci. Dorobek Klaudii Węc zasługuje na uwagę, ponieważ prezentuje więcej przykładów pedagogicznej operacjonalizacji psychoanalizy Lacanowskiej, które uwzględniają perspektywę komunikacji społecznej, a omówienie których wykracza poza ograniczenia niniejszego artykułu⁶². Niemniej ze wszystkich przytoczonych przeze mnie przykładów z nauk społecznych, ten konkretny cechuje największy potencjał wyjaśniający, a nawet aplikacyjny.

Na sam koniec tego przeglądu przywołam jeszcze jedno interesujące zastosowanie lacanowskich pojęć, które proponuje Clint Burnham, przykładając je do fenomenu nowych mediów z pogranicza Web 2.0 i 3.0. Burnham odwołuje się do koncepcji fazy lustra oraz wielkiego Innego, przy czym dla niego refleksja ta działa w obie strony: mówi nam coś nowego zarówno o nowych mediach jak i o samym Lacanie⁶³. Dla autora współczesnym odpowiednikiem czy też przedłużeniem fazy lustra jest *selfie*, fotograficzny autoportret, a rolę wielkiego Innego pełni Chmura, czyli wirtualna sieć będąca sumą wszystkich dostępnych publicznie baz danych⁶⁴. Zarówno *selfie* jak i Chmura okazują się być przykładami, pretekstem do szerszej refleksji nad ontologią nowych mediów, a raczej dialektyką zawiązującą się pomiędzy Lacanowskimi skrajnościami: osadzonym w Wyobrażeniowym ego – wyobrażonej tożsamości pojedynczej osoby – a funkcjonującym w Symbolicznym, lecz również wyobrażonym, wielkim Innym – domniemanej sumie wszystkich dyskursów i kodów.

3. PODSUMOWANIE I WNIOSKI

Kończąc powyższy przegląd, chciałbym przywołać streszczenie lacanowskiego ujęcia komunikacji, zaproponowane przez Dylana Evansa, które jednocześnie podsumowuje podstawową dystynkcję pomiędzy Lacanem a dominującymi teoriami komunikowania. Autor zauważa przede wszystkim, iż większość z nich

⁶² Swoje lacanowskie refleksje autorka zwięźliła dwiema monografiami: Taż, *Psychoanaliza w dyskursie edukacyjnym: radykalność humanistyczna teorii i praktyki pedagogicznej: konteksty nie tylko Lacanowskie*, Wydawnictwo Adam Marszałek, Toruń 2012; Taż, *Granice i transgresje współczesnego wychowania: psychoanaliza wobec kryzysu podmiotu: kontestacyjny wymiar pedagogiki krytycznej i jej praktyczne implikacje*, Wydawnictwo Adam Marszałek, Toruń 2015.

⁶³ C. Burnham, *Lacan and New Media*, [w:] *After Lacan: Literature, Theory and Psychoanalysis in the Twenty-First Century*, red. A. Mukherjee, Cambridge University Press, Cambridge 2018, s. 185.

⁶⁴ Tamże, s. 195.

odnosi się do dwóch aspektów: intencjonalności, która łączy się ze świadomością, oraz komunikacji jako binarnego procesu zachodzącego na linii nadawca-odbiorca. Niemniej jednak oba te ujęcia ulegają podważeniu w ramach doświadczenia psychoanalitycznego:

Po pierwsze, ujawnia się intencjonalność mowy wykraczającą poza uświadomiony cel. Po drugie, komunikat mówiącego jest postrzegany jako skierowany nie tylko do innego, ale także do niego samego; „nadawca jest zawsze równocześnie odbiorcą”. Zestawiając te dwa punkty razem, można powiedzieć, że część przesłania mówiącego, którą kieruje on do siebie samego, jest nieświadomą intencją, która kryje się za przesłaniem. W rozmowie z psychoanalitykiem, analizant [pacjent] również kieruje wiadomość do siebie, ale nie jest tego świadomy. Zadaniem analityka jest umożliwienie analizantowi usłyszenia komunikatu, który nieświadomie on do siebie kieruje; interpretując słowa analizanta, analityk pozwala, aby przesłanie analizanta powróciło do niego w swoim prawdziwym, nieświadomym wymiarze. Stąd Lacan definiuje komunikację analityczną jako czynność, w której „nadawca otrzymuje swoją własną wiadomość od odbiorcy w odwróconej formie”⁶⁵.

Jednakże, aby zrozumieć chociażby w jaki sposób Lacan dotarł do takiego stanowiska, musielibyśmy zacząć od podstawowego pojęcia, jakim jest podmiotowość, oraz tego, jak rozumie je Lacanowska psychoanaliza. Problem ten otwiera dalsze perspektywy komunikologicznej refleksji nad Lacanem, część z których chciałbym zidentyfikować w ramach podsumowania.

Z omówionej przeze mnie koncepcji RSI wynika szereg problemów, przed którym stają nauki społeczne chcące zaimplementować psychoanalizę lacanowską, aczkolwiek można je ująć w jednym zdaniu: muszą one w sposób krytyczny zwerfikować status badanego przedmiotu, stosowanych narzędzi (przede wszystkim języka) oraz udział badaczy w konstruowaniu dyskursu danej nauki. Stąd też wypływa radykalna krytyka, którą Lacan wysuwa względem psychologii: skoro ujmuje ona jedynie podmiot jako całość symboliczną gramatycznego Ja (*je*) lub całość wyobrażeniową ego (*moi*), jawiące się na zewnątrz jako *de facto* zjawiska komunikacyjne, to nie jest w stanie poznać *realnych* warunków jego zaistnienia i ślizga się jedynie po powierzchni zjawisk czysto *symbolicznych*⁶⁶. Odwołując się do grafiki Myersa (Ilustracja 1) tak rozumiana psychologia stanowiłaby kolejną,

⁶⁵ D. Evans, *An introductory dictionary...*, dz. cyt., s. 27.

⁶⁶ Tenże, *Subversion du sujet...*, dz. cyt., s. 798–799, 820.

wtórą warstwę rzeczywistości nałożoną na istniejący już w społeczeństwie dyskurs tego, co rzeczywiste. Co więcej, Lacan podkreślał, iż nauki społeczne mają skłonność do konstruowania swoich przedmiotów jeszcze przed napotkaniem ich w empirii. Na przykład w *Écrits* czytamy, iż „nie ma nauk o człowieku, ponieważ nie istnieje człowiek nauki, a jedynie jej przedmiot”⁶⁷. Problem konstruowania przedmiotu badań w naukach został poruszony również w seminarium XI: „Nie szukałbyś mnie, gdybyś mnie już nie znalazł”, powiada autor przywołując Biblię⁶⁸.

Według Lacana zinstytucjonalizowane dyskursy, którym przypisujemy absolutną racjonalność, a które najlepiej reprezentuje nauka, mają problem z rozpoznaniem pozadyskursywnych warunków własnego funkcjonowania. Problem nie tkwi tylko w samym spostrzeżeniu dotyczącym istnienia czegoś, freudowskiego *das Ding*, poza dyskursywnością, ale również w tym, iż objawia się ono w sferze libidinalnej, jako rozkosz, *jouissance*. Tym samym, jak zauważa Jameson, u Lacana mamy do czynienia ze szczególnym rodzajem zanegowania możliwości stworzenia metajęzyka⁶⁹. Jest ono na swój sposób dialektyczne; nie jest na pewno typowo postmodernistycznym wykreśleniem „wielkich narracji”; ale przede wszystkim odsyła nas do pragnienia i rozkoszy jako czynników warunkujących poznanie. Specyficzność psychoanalizy Lacana uwidacznia się też w próbach ujęcia jej w ramach periodyzacji humanistyki. Nie jest ona na pewno naiwnie obiektywizującym strukturalizmem, ale nie wpisuje się również w postmodernizm, ponieważ unika czegoś, co Žižek nazywa „zbyt pośpieszną historyzacją/universalizacją”. We *Wzniosłym obiekcie ideologii* przestrzega on przed ukrytą ideologiczną stroną postmodernistycznej krytyki psychoanalizy, a konkretnie zwraca się ku marksistowsko-feministycznej krytyce freudowskiego trójkąta edypalnego:

Czyż w tej próbie zmierzającej do uhistorycznienia trójkąta rodzinnego nie chodzi właśnie o uniknięcie „twardego jądra”, które daje o sobie znać w „rodzinie patriarchalnej” – a więc Realnego samego Prawa, opoki kastracji? Innymi słowy, jeśli zbyt pośpieszna uniwersalizacja wytwarza quasi-uniwersalny Obraz, którego funkcją jest uczynienie nas ślepych na jego historyczny, społeczno-symboliczny wymiar, to zbyt pośpieszna historyzacja czyni nas ślepych na rzeczywiste jądro, które powraca jako „to samo” w różnych swoich historyzacjach/symbolizacjach⁷⁰.

⁶⁷ J. Lacan, *La science et la vérité*, [w:] *Écrits*, dz.cyt., s. 859.

⁶⁸ Tenże, *Les quatre concepts fondamentaux de la psychanalyse...*, dz. cyt., s. 15–18.

⁶⁹ F. Jameson, *Lacan i dialektyka...*, dz. cyt., s. 135–136.

⁷⁰ S. Žižek, *Wzniosły obiekt ideologii...*, dz. cyt., s. 68.

Rzecz jasna, słownik Lacana wymaga uhistorycznienia i odczytywania go z pewnym abstrakcyjnym dystansem. Matka będąca dla dziecka, zawiązującego się podmiotu, pierwszym innym, to nie zawsze matka biologiczna, podobnie jak Imię ojca, które nie musi odnosić się do ojca rzeczywistego, dosłownego⁷¹. Niemniej jednak jest jeszcze jeden aspekt nauki, który krytykuje Lacan, a mianowicie dążenie do całościowego systemu wiedzy. W perspektywie jego psychoanalizy jawi się ono jako symptom wynikający z immanentnej dla człowieczeństwa tęsknoty pękniętego podmiotu za Całością.

Z perspektywy metodologii największą wagę dla rozważań nad możliwością implementacji psychoanalizy Lacanowskiej w naukach społecznych ma teza Lacana, którą otworzył on swój własny rozdział w historii psychoanalizy:

Twierdzimy, że nie sposób zrozumieć, ani poprawnie stosować techniki [psychoanalizy], jeśli nie zostaną rozpoznane pojęcia, na których się ona opiera. Naszym zadaniem będzie udowodnić, że pojęcia te zyskują pełny sens jedynie kiedy odnajdziemy kierunek w polu mowy i podporządkujemy się funkcji mówienia⁷².

I dalej:

Czy chce być narzędziem wyleczenia, kształcenia albo badania, psychoanaliza ma tylko jedno medium: mówienie pacjenta⁷³.

Stąd wypływa najprawdopodobniej najważniejszy wniosek metodologiczny, jaki możemy wysnuć z lektury Lacana: mowa jest jedynym narzędziem naukowego czy też intersubiektywnego wglądu w podmiotowość. Z jednej strony, perspektywa ta przeciwstawia się związanemu z biologią i medycyną redukcjonizmowi, ale poszerza też nasze zainteresowania badawcze o to, co niejęzykowe w samym języku. Kolejną istotną tezą Lacana jest ta o zapośredniczeniu podmiotowości. Podmiot jest nie tylko uczestnikiem komunikowania, ale wręcz jego produktem: wypadkową realnych ograniczeń poznania oraz wyobrażeniowej identyfikacji ego z elementami symbolicznego świata kultury. Podmiotowość według Lacana nie jest intymna, ale raczej *ekstymna* (*extime*). Lacan wskazuje, że zapośredniczenie to wynika nie tylko z języka, który przychodzi do podmiotu z zewnątrz, ale przede

⁷¹ A. Turczyn, *O interpelacji...*, dz. cyt., s. 59–66.

⁷² Tenże, *Funkcja i pole...*, dz. cyt., s. 21.

⁷³ Tamże, s. 23.

wszystkim z obiektu pragnienia (a), który znajduje się zawsze poza podmiotem, naznaczając go nieodzownym nienasyceniem⁷⁴.

Wbrew obiegowym opiniom na temat psychoanalizy, jej lacanowski wariant nie tyle pozwala nam na wgląd w tajemnice ludzkiej psychiki, co raczej uwrażliwia nas na skomplikowane relacje zachodzące pomiędzy podmiotami a kulturą i społeczeństwem oraz wewnątrz samej podmiotowości, którą Lacan postrzegał jako heterogeniczną.

Jak starałem się pokazać w niniejszym tekście, komunikowanie można postrzegać w trzech wymiarach określonych topologią RSI. Oprócz Symbolicznego komunikacji, jej struktur i dyskursów, którymi najczęściej zajmują się nauki o komunikacji społecznej i mediach, można poszukiwać również Wyobrażeniowego – „mowy pustej”, reprodukcji ego – oraz Realnego – momentów oporu przed symbolizowaniem oraz przejawiania się transcendentalności w komunikacji. Jeśli nauka chce dotknąć warunków poznania i komunikowania, to według Lacana musi ona strzec się wpadania w zakłęty krąg symbolizacji tego, co samo jest symbolem. Mimo, iż wraz ze strukturalistami Lacan wskazywał na arbitralność funkcjonowania znaków i naszą zależność od siatki następujących po sobie znaczących, podkreślał on jednocześnie krytyczne momenty odsłaniające nieświadome lub fantazmaty podmiotu, których to w mowie analizantów mają poszukiwać analitycy. Wbrew pozorom badanie komunikowania z perspektywy Lacanowskiej nie powinno się skupiać jedynie na Symbolicznym, ale raczej poszukiwać śladów Realnego w miejscach, gdzie proces symbolizacji szwankuje lub gdzie naturalne zjawiska stają się ekranem dla wielu ideologicznych projekcji⁷⁵. Dlatego też cennymi dla tej perspektywy fenomenami są omyłkowe czynności komunikacyjne,

⁷⁴ Tenże, *D'un Autre à l'autre*, Éditions du Seuil, Paris 2006, s. 249.

⁷⁵ Por.: T. Myers, *Slavoj Žižek*, dz. cyt., s. 44–50.

luki w narracji czy też akty „mowy pustej”, wypowiedzi służące nie tyle zawiązaniu intersubiektywnej więzi, co podtrzymaniu obrazu własnego ego.

Sama postać Lacana jako dydaktyka jest ciekawym przedmiotem dla badań komunikologicznych i medioznawczych. W swoim nauczaniu stosował on różnorodne gry słów, mathemy, grafy oraz zapisy algebraiczne, które nie tylko wskazują na innowacyjne metody komunikowania ze słuchaczami, ale również na mechanizmy poznawcze będące w obszarze zainteresowań psychoanalizy. Lacan konstruował wokół siebie specyficzną aurę, która zgodnie z jego własną teorią miała intrygować przyszłych analityków, ale jednocześnie frustrować ich wyobrażenia o wiedzy. Wbrew obiegowym opiniom na temat psychoanalizy, jej lacanowski wariant nie tyle pozwala nam na wgląd w tajemnice ludzkiej psychiki, co raczej uwrażliwia nas na skomplikowane relacje zachodzące pomiędzy podmiotami a kulturą i społeczeństwem oraz wewnątrz samej podmiotowości, którą Lacan postrzegał jako heterogeniczną. Co ważne, w niniejszym artykule przedstawiłem jedynie implikacje wykorzystania RSI jako perspektywy badawczej, podczas gdy istnieje jeszcze szereg innych pojęć z psychoanalizy Lacanowskiej, które czekają na operacjonalizację w ramach nauk o komunikacji społecznej i mediach – samo pojęcie podmiotowości, tak często tutaj przywoływane, wymaga osobnego opracowania w kontekście komunikologicznym.

BIBLIOGRAFIA

- Althusser L., *Ideologie i aparaty ideologiczne państwa*, tłum. A. Staroń, Nowa Krytyka 2017, http://www.nowakrytyka.pl/pl/Ksiazki/Ksiazki_on-line/?id=888 [dostęp: 28.03.2022].
- Burnham C., *Does the Internet Have an Unconscious?*, Bloomsbury Academic 2018.
- Burnham C., *Lacan and New Media*, [w:] *After Lacan: Literature, Theory and Psychoanalysis in the Twenty-First Century*, red. A. Mukherjee, Cambridge University Press, Cambridge 2018, s. 185–205.
- Castro J.C.L. de, *Applications of the Lacanian theory of discourses in the field of Communication*, „Intercom: Revista Brasileira de Ciências da Comunicação”, 2016, t.39, nr 2, s. 99–113.
- Clavurier V., *Réel, symbolique, imaginaire : du repère au nœud*, „Essaim”, 2010, t.2, nr 25, s. 83–96.
- Dean J., *The Real Internet*, „International Journal of Žižek Studies”, 2010, t.4, nr 1.
- Dean J., *Affect and Drive*, [w:] *Networked Affect*, red. K. Hills, S. Paasonen, M. Petit, MIT Press, Cambridge, London 2015, s. 89–100.

- Dews P., *The paradigm shift to communication and the question of subjectivity: reflections on Habermas, Lacan and Mead*, „Revue internationale de philosophie”, 1995, t.49, nr 194, s. 483–519.
- Doda-Wyszyńska A., *Pośpiech i cynizm: wokół teorii dyskursów Jacques’a Lacana*, Wydawnictwo Fundacji Humaniora, Poznań 2002.
- Evans D., *An introductory dictionary of Lacanian psychoanalysis*, Routledge, London and Basingstoke 2006.
- Feldstein R., Fink B. i Jannus M., *Reading Seminars I and II. Lacan’s Return To Freud*, State University of New York Press, Albany 1996.
- Fink B., *Kliniczne wprowadzenie do psychoanalizy lacanowskiej*, tłum. Ł. Mokrosiński, Wydawnictwo Andrzej Żórawski, Warszawa 2019.
- Flisfeder M., *The Symbolic, the Sublime, and Slavoj Žižek’s Theory of Film*, Palgrave Macmillan 2012.
- Flisfeder M., Wills L.-P., *Žižek and Media Studies: A Reader*, Palgrave Macmillan, New York 2014.
- Gusin M., *Symptomy psychoanalizy. Jacques Lacan: od filozofii do antyfilozofii*, Universitas, Kraków 2018.
- Habermas J., *Teoria działania komunikacyjnego*, tłum. A.M. Kaniowski, PWN, Warszawa 1999, t. 1.
- Hook D., *Six Moments in Lacan: Communication and identification in psychology and psychoanalysis*, Routledge 2018.
- Jameson F., *Lacan i dialektyka: fragment*, tłum. K. Lebek, „ER(R)GO. Teoria–Literatura–Kultura”, 2008, nr 1 (16), s. 125–161.
- Jameson F., *The Hegel Variations. On the Phenomenology of Spirit*, Verso, London and New York 2010.
- K. Kłosiński i D. Matuszek (red.), *Polityczność psychoanalizy. Freud – Lacan – Žižek*, red., Wydawnictwo Uniwersytetu Śląskiego, Katowice 2014.
- Kojève A., *Wstęp do wykładów o Heglu*, tłum. Ś.F. Nowicki, Aletheia, Warszawa 1999.
- Kulczycki E., *Teoretyzowanie komunikacji*, Wydawnictwo Naukowe IF UAM, Poznań 2012.
- Kutyła, J. i Kropiwnicki, M. (red.), *Žižek. Przewodnik Krytyki Politycznej*, tłum. J. Kutyła, Wydawnictwo Krytyki Politycznej, Warszawa 2009.
- Lacan J., *Le Moi dans la théorie de Freud et dans la technique de la psychanalyse*, Staferla [b.r.], <http://staferla.free.fr/S2/S2%20LE%20MOI.pdf> [dostęp: 28.03.2022].
- Lacan J., *Some Reflections on the Ego*, „International Journal of Psycho-Analysis”, 1953, nr 34, s. 11–17.
- Lacan J., *Écrits*, Éditions du Seuil, Paris 1966.
- Lacan J., *L’envers de la psychanalyse. 1969–1970*, Éditions du Seuil, Paris 1991.
- Lacan J., *Funkcja i pole mówienia i mowy w psychoanalizie*, tłum. B. Gorczyca i W. Cesluk-Gajewski, Wydawnictwo KR, Warszawa 1996.
- Lacan J., *Les formations de l’inconscient*, Éditions du Seuil, Paris 1998.
- Lacan J., *Encore*, Éditions du Seuil, Paris 1999.

- Lacan J., *Le Moi dans la théorie de Freud et dans la technique de la psychanalyse*, Éditions du Seuil, Paris 2001.
- Lacan J., *Autres écrits*, Éditions du Seuil, Paris 2001.
- Lacan J., *Le sinthome (1975–1976)*, Éditions du Seuil, Paris 2005.
- Lacan J., *D'un Autre à l'autre*, Éditions du Seuil, Paris 2006.
- Lacan J., *Problèmes cruciaux pour la psychanalyse*, Staferla 2012.
- Lacan J., *Instancja litery w nieświadomości albo rozum od czasów Freuda*, tłum. J. Waga, „Psychoanaliza”, 2014, nr 5, s. 9–46.
- Lacan J., *Les quatre concepts fondamentaux de la psychanalyse*, red. J.-A. Miller, Éditions du Seuil, Paris 2014.
- Lacan J., *Seminarium III. Psychozy*, tłum. J. Waga, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2014.
- Lacan J., *Le moment de conclure*, Patric Valas 2015, <http://www.valas.fr/IMG/pdf/s25.pdf> [dostęp: 28.03.2022].
- Lacan J., *Logique du fantasme*, Staferla [b.r.], <http://staferla.free.fr/S2/S2%20LE%20MOI.pdf> [dostęp: 28.03.2022].
- Lacan J., Wilden A., *The Language of the Self: The Function of Language in Psychoanalysis*, Johns Hopkins University Press 1997.
- Lundberg C., *Jacques Lacan: Psychoanalysis With(in) Communication*, [w:] *Philosophical Profiles in the Theory of Communication*, red. J. Hannan, Peter Lang, New York 2013, s. 325–342.
- Mikurda K., *Nie-całość: Žižek, Dolar, Zupančič*, PWN, Warszawa 2015.
- Milner J.-C., *Dzieło jasne. Lacan, nauka, filozofia*, tłum. M. Gusin, Fundacja Augusta Hrabiego Cieszkowskiego, Warszawa 2017.
- Roudinesco E., *Jacques Lacan. Jego życie i myśl*, Wydawnictwo KR, Warszawa 2005.
- Turczyn A., *O interpelacji, czyli o zainicjowaniu podmiotu w strukturze grafu pragnienia*, [w:] *Lacan, Žižek. Rewolucja pod spodem*, red. P. Czapliński, Poznańskie Studia Polonistyczne, Poznań 2008, s. 59–66.
- Weaver W., *Recent Contributions to The Mathematical Theory of Communication*, „ETC: A Review of General Semantics”, 1953, t.10, nr 4, s. 261–281.
- Weber S., *Einführung: (Basis-)Theorien für die Medienwissenschaft*, [w:] *Theorien der Medien. Von der Kulturkritik bis zum Konstruktivismus*, UVK Verlagsgesellschaft mbH, Konstanz 2010, 2. wyd., s. 15–48.
- Węc K., *Kompetencje komunikacyjne w sytuacjach granicznych. Paradoksy języka*, „Kultura i Edukacja”, 2011, t.82, nr 3, s. 86–96.
- Wilden A., *On Lacan: Psychoanalysis, language, and communication*, „Contemporary psychoanalysis”, 1973, t.9, nr 4, s. 445–470.
- Wilden A., *System and Structure. Essays in Communication and Exchange*, Tavistock Publications, London 1980, 2. wyd.
- Wilden A., Hammer R., *The rules are no game. The strategy of communication*, Routledge, London and New York 1987.
- Žižek S., *Wzniosły obiekt ideologii*, tłum. J. Bator i P. Dybel, Wydawnictwo Uniwersytetu Wrocławskiego, Wrocław 2001.

Biogram

Mgr Michał Rams-Ługowski – absolwent Kolegium Indywidualnych Studiów Międzyobszarowych Uniwersytetu Śląskiego w Katowicach na kierunkach Dziennikarstwo i komunikacja społeczna oraz Filozofia. Doktorant Szkoły Doktorskiej UŚ. Zainteresowania badawcze: zastosowanie filozofii w badaniu mediów i komunikowania, ekonomia polityczna mediów, media alternatywne.

ORCID 0000-0002-5815-0875

Przemysław Szews

Uniwersytet Łódzki

Komunikacja i rola PR w kryzysie – strategie i reakcje branży fitness

Communication and the role of PR in the crisis – strategies and reactions in the fitness industry

ABSTRAKT

Rok 2020 w wielu obszarach i dziedzinach życia w Polsce minął pod znakiem różnego rodzaju kryzysów, spowodowanych pandemią koronawirusa. Jedną z branż, która została objęta zakazem funkcjonowania, była szeroko pojęta branża fitness. Sektor usług fitness i aktywności ruchowych był objęty restrykcjami jako jeden z pierwszych i utrzymywany w reżimie najdłużej. Artykuł omawia przebieg tego kryzysu, następuje próba jego odpowiedniej charakterystyki i klasyfikacji, a także opisane zostają sposoby radzenia sobie z nim na przykładach.

W niektórych przypadkach wymagało to wdrażania niesprawdzonych wcześniej rozwiązań, szybkiego dostosowywania strategii czy nawet zmiany specyfiki poszczególnych klubów. Okazuje się, że problem był w większości przypadków bagatelizowany i mało które przedsiębiorstwo przewidywało skalę i rozwój wydarzenia.

SŁOWA KLUCZOWE:

koronawirus, public relations, fitness, kryzys

ABSTRACT

The year 2020 in many areas of life in Poland was marked by various crises, caused by the coronavirus pandemic. One of the industries that was banned was the fitness industry in its broadest sense. The fitness and physical activity sector was one of the first to be restricted and was kept under the regime for the longest time. The article discusses the course of this crisis, an attempt is made to characterise and classify it appropriately, and ways of dealing with it are described with examples. In some cases it required the implementation of previously untried solutions, rapid adaptation of strategies or even changing the specifics of individual clubs. It turns out that in most cases the problem was underestimated and hardly any enterprise foresaw the scale and development of the event.

KEYWORDS:

coronavirus, public relations, fitness, crisis

Branża fitness jest beneficjentem pozytywnego trendu wśród Europejczyków, obecnego również w Polsce, prowadzących zdrowy i aktywny tryb życia. Wzrostowa tendencja obserwowana była w ostatnich kilku latach, a przychody

tego sektora w Polsce przekroczyły w 2018 roku 4 miliardy złotych. W 2019 roku w Europie do klubów fitness uczęszczało 62,2 miliona osób, co stanowi 3,5% wzrost w stosunku do roku poprzedzającego¹. Pod koniec 2019 roku liczba klubów w Polsce wyniosła 2700, a trenowało w nich blisko 3 miliony Polaków. Daje to naszemu krajowi siódme miejsce wśród dziesięciu największych rynków fitness obecnych w rankingu raportu „The European Health & Fitness Market 2019”². O perspektywach dalszego rozwoju świadczył fakt, że powyższe liczby dotyczyły aktywnych Polaków w klubach fitness, którzy stanowili zaledwie 8% spośród mieszkańców Polski.

Sam sektor fitness od lat prowadził działania polegające na zmianie wizerunku kojarzącego się z rozrywką czy zabawą na wizerunek placówek prozdrowotnych, gdzie w sposób aktywny można wpływać na stan swojego zdrowia psychofizycznego, ale również budować odporność. Reprezentowany przez siebie sektor, „Polska Federacja Fitness” określa jako „wspaniałą branżę, która służy zdrowiu, odporności i dobrej formie obywateli. To nadrzędne aspekty, które przekładają się na dosłownie wszystkie dziedziny życia. Są fundamentem dobrostanu i bazą do rozwoju człowieka we wszelkich aspektach zawodowych i społecznych. Dzięki placówkom takim jak kluby fitness, siłownie, studia treningowe (...) oferujemy możliwość urozmaiconego, zdrowego treningu milionom Polaków”³.

W artykule zostaje podjęta próba klasyfikacji kryzysu, z jakim musiała mierzyć się branża fitness w perspektywie 2020 roku, z uwzględnieniem poszczególnych jego faz. Na podstawie dostępnej bibliografii przeprowadzona jest próba klasyfikacji zaistniałej sytuacji, a także analiza podjętych przez poszczególne jednostki działań. Użyto do tego metod jakościowych, głównie *case study*, dla szczegółowego zbadania i opisanie sposobów radzenia sobie z sytuacją kryzysową, która uderzała w fundament działalności klubów fitness i siłowni. Efektem analiz jest także odpowiedź na pytanie na ile nowoczesne techniki komunikacji

¹ P. Zawadzki, *Blisko 3 miliony Polaków korzysta z klubów fitness*, Deloitte Polska [online], <https://www2.deloitte.com/pl/pl/pages/press-releases/articles/blisko-3-miliony-polakow-korzysta-z-klubow-fitness.html> (dostęp 08.03.2022).

² European Health & Fitness Market Report 2019, Deloitte & Europe Active [online], <https://europeactive.blackboxpublishers.com/en/publications/european-health-fitness-market-report-ehfmr-2019-hardcopy/> (dostęp 08.03.2022).

³ Fragment *Raport Badawczy PFF – Aktywność = Odporność*, Polska Federacja Fitness [online], https://polskafederacjafitness.pl/wp-content/uploads/2020/09/RAPORT_BADAWCZY_PFF_s.pdf (dostęp 8.03.2022).

pomogły przetrwać branży, która zakłada w swojej istocie fizyczną obecność klientów w konkretnym miejscu i czasie i budowanie relacji w takim obszarze.

POCZĄTEK KRYZYSU

Rozwój branży fitness został gwałtownie zatrzymany pandemią koronawirusa w Polsce, a sama branża została zamknięta jako jedna z pierwszych w marcu 2020 roku. Wprowadzenie stanu epidemicznego w Polsce przypadło na okres, kiedy frekwencja w klubach fitness i siłowniach corocznie była bardzo wysoka. Pierwsze przypadki wirusa i informacje medialne wpłynęły jednak na nastroje społeczne, a brak informacji i lęk przed nieznaną do tej pory chorobą wzmocniły obawy przed uczestnictwem w zajęciach grupowych czy treningiem indywidualnym na siłowni. Branża fitness nie przewidywała całkowitego zamknięcia, prowadząc przed jego nastąpieniem kampanie informacyjne mające na celu zwiększenie poczucia bezpieczeństwa. Była to reakcja na zaniepokojenie klubowiczów, kładąca nacisk na informacje o zachowanie dystansu, mycie rąk, dezynfekcję sprzętu czy używanie ręczników⁴. Zwracano również uwagę na pozostanie w domu przy objawach przeziębienia czy zwiększoną liczbę ręczników papierowych i środków do dezynfekcji⁵.

Zamknięcie branży fitness (mające trwać początkowo tylko dwa tygodnie), było dla tego sektora zapowiedzią nie tylko kryzysu ekonomicznego, ale również wizerunkowego. Była to bowiem jedna z pierwszych, a co się później okazało, najdłużej zamkniętych gałęzi gospodarki. Budowano zresztą przekaz w mediach, że kluby fitness i siłownie to miejsca „wysokiego ryzyka”. Sytuacja, w której znalazły się wszystkie kluby w Polsce była niespodziewana i powodowana czynnikami zewnętrznymi, na które nie miały one wpływu. Omawiane wydarzenia bez wątpienia były stanem destabilizacji porządku społecznego, razem z którym narastał chaos informacyjny, co utrudniało podejmowanie klarownych decyzji i planowanie strategii informacyjnych z wyprzedzeniem. Było jednak już wtedy jasne, że dla

⁴ Jeden z przykładów: *Koronawirus: zasady postępowania wdrożone w klubach mrs. sporty*, 12.03.2020, <https://www.mrssporty.pl/blog-ekspertow/read/koronawirus-zasady-postepowania-wdrozone-w-klubach-mrssporty/> (dostęp 31.03.2021)

⁵ Jeden z przykładów komunikacji w mediach społecznościowych: *Kuźnia-Centrum Atletyki*, <https://www.facebook.com/kuznialodz/photos/2490775577840655> (dostęp 31.03.2021)

przetrwania i utrzymania klientów kluczowymi będą dalsze kształtowanie pozytywnego wizerunku i odpowiednie zarządzanie kryzysem. W kontekście opisywanego wydarzenia odpowiednia wydaje się definicja pochodząca sprzed wielu lat, autorstwa Patricka Lagadeca, który definiował kryzys jako „sytuację, w której organizacje znalazły się twarzą w twarz z krytycznymi problemami i w której doświadczają nieubłaganej presji zewnętrznej oraz głębokiego ciśnienia wewnętrznego (...) To wszystko dzieje się w społeczeństwie, gdzie istnieją masowe środki komunikowania, pozwalające na bezpośredni kontakt z sytuacją kryzysową masowym odbiorcom i jednocześnie zapewniające organizacjom doświadczającym kryzysu długotrwałą centralną pozycję wśród rozpowszechnianych informacji”⁶. Cytowana definicja trafnie opisuje pierwszy etap kryzysu, gdzie jego uczestnicy sami wytwarzali presję na firmy, aby doszło do ich zamknięcia, podając jako powód istnienie dużego ryzyka i niebezpieczeństwa. Oczekiwanie stanowczych decyzji pochodziło zarówno od klientów, mediów (otoczenie zewnętrzne), jak pracowników (otoczenie wewnętrzne).

Zamknięcie branży fitness (mające trwać początkowo tylko dwa tygodnie), było dla tego sektora zapowiedzią nie tylko kryzysu ekonomicznego, ale również wizerunkowego. Była to bowiem jedna z pierwszych, a co się później okazało, najdłużej zamkniętych gałęzi gospodarki.

Inna definicja kryzysu, autorstwa Wojciecha Budzyńskiego, mówi, iż można do niego zakwalifikować „praktycznie każde niespodziewane, niekorzystne wydarzenie o szerokim oddźwięku w otoczeniu firmy. Czasami wynika ono z nieprzygotowania społeczeństwa do określonych przedsięwzięć podjętych przez firmę”⁷. Perspektywa zamknięcia branży fitness w tym przypadku oczywiście

⁶ M. Ogrizek, J.M. Guillery, *Communicating in Crisis*, New York, s. 14.

⁷ W. Budzyński, *Public relations. Zarządzanie reputacją firmy*, Warszawa 1998, s. 144.

oznaczała niespodziewane i niekorzystne wydarzenie dla firm, jednak społeczeństwo oczekiwało tych działań, choć nie było do nich przygotowywane przez same firmy, a przez doniesienia medialne. Sytuację, w której znaleźli się właściciele, menedżerowie klubów, dobrze opisuje kolejna definicja, gdzie kryzys opisywany jest jako stan, który „zagroza przetrwaniu firmy, realizacji jej celów, ogranicza czas dostępny na podjęcie działań zaradczych i zaskakuje decydentów swoim pojawieniem się, stawiając w ten sposób warunki silnej presji”⁸. Specyfika branży fitness, a tym samym strategia zarządzania klubami, bardzo często oparta jest na sezonowości, gdzie wyróżniane są tzw. wysokie i niskie miesiące (do wysokich zaliczają się miesiące od stycznia do maja i od września do grudnia). Zamknięcie sektora, który był w trakcie jednego z najlepszych miesięcy w roku, idąc za ostatnią definicją, w istocie stanowiło zagrożenie dla przetrwania firmy i realizacji założonych celów. Fitness kluby, siłownie i inne podmioty branżowe znalazły się zatem w sytuacji kryzysowej, którą można opisać jako okres, w którym wskutek zaistniałego zdarzenia lub zdarzeń narażona zostaje skuteczna realizacja misji i założonych celów organizacji (...), zaś kryzys jest punktem kulminacyjnym sytuacji kryzysowej⁹.

Pytaniem otwartym pozostaje na ile można było przewidzieć nadejście sytuacji kryzysowej, skoro w przekazach medialnych nawet ze strony rządowej negowano zagrożenie^{10, 11}. Jak pisze Monika Kaczmarek-Śliwińska, „rozdzielenie skali wydarzenia i umiejętne określanie jego etapu rozwoju (...) jest istotne, ponieważ jego konsekwencją powinno być wdrażanie odpowiednich działań prewencyjnych lub zaradczych w kryzysie”¹². Na początku 2020 roku informacje związane

⁸ S. Slatter, D. Lovett, *Restrukturyzacja firmy. Zarządzanie przedsiębiorstwem w sytuacjach kryzysowych*, Warszawa 2001, s. 45.

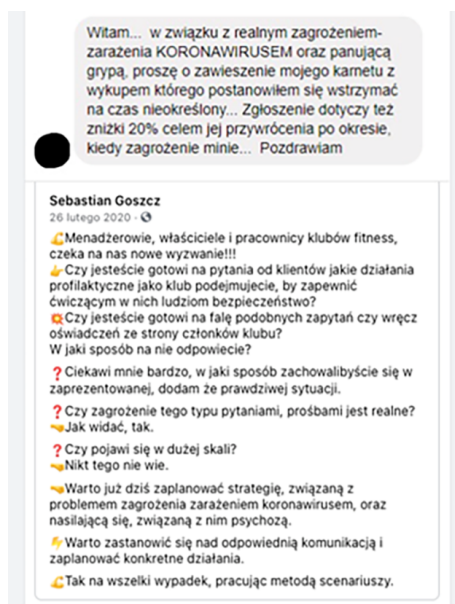
⁹ Zob. W. Rydzak, *Reputacja a działania informacyjne organizacji w sytuacjach kryzysowych i determinanty ich wyboru*, Poznań 2011, s. 35.

¹⁰ R. Badowski, *Tak władza bagatelizowała zagrożenie COVID-19. Oto, co Pinkas w lutym mówił w Sejmie*, „Na Temat” z 08.04.2020 r., <https://natemat.pl/304971,koronawirus-w-polsce-jak-szef-sanepidu-bagatelizowal-zagrozenie-film> (dostęp 11.05.2022 r.)

¹¹ Za: D. Starzyńska-Rosiecka, *Szumowski: grypa jest w tej chwili większym problemem niż koronawirus*, „Rynekzdrowia.pl” z 01.02.2020 r., <https://www.rynekzdrowia.pl/Uslugi-medyczne/Szumowski-grypa-jest-w-tej-chwili-wiekszym-problemem-niz-koronawirus,202390,8.html> (dostęp 11.05.2022 r.).

¹² M. Kaczmarek-Śliwińska, *Public relations organizacji w zarządzaniu sytuacjami kryzysowymi organizacji. Sztuka komunikowania się*, Warszawa 2015, s. 322.

z koronawirusem, a nawet pierwsze przypadki w Polsce nie zwiastowały tak szybkiej eskalacji i pojawiania się kolejnych faz sytuacji kryzysowej. Obserwacje sąsiednich rynków nie pozwoliły na wyodrębnienie incydentów i symptomów do analizy, które wskazałyby potencjał rozwoju problemu, a co z kolei dałoby możliwości na działania zarządcze i przygotowawcze.



Rysunek 1. Post Sebastiana Goszcza z 26 lutego 2020 roku

Źródło: Facebook.com

Trzy tygodnie przed zamknięciem branży Sebastian Goszcz, szkoleniowiec i doradca fitness, właściciel firmy Espresso Business Solutions, opublikował wpis, który mógłby stanowić pretekst do przygotowania ramowej strategii zarówno zarządzania kryzysem jak i komunikacji z klientami. Komentujący (w większości menedżerowie, koordynatorzy i osoby zatrudnione na innych stanowiskach związanych z branżą fitness) nie dostrzegali jednak takiej potrzeby. Wśród komentarzy pojawiły się m.in. (pisownia oryginalna):

„Najgorsze co możemy to podgrzewać to i siać panikę” / „Nie ma co panikować. Wszystko specjalnie napędzone medialnie”, „Otwierasz internet a tam info pt. Europa sparaliżowana koronawirusem, wyciągają ciężkie działa, ciekawe co napiszą gdy będzie naprawdę źle. Panuje tendencja wyolbrzymiania i karykaturowania” /

„A ja powiem krótko. Jak zresztą jeden z przedmówców - nie siejmy paniki. Na grype umiera więcej osób niż na Covid-19. Dla mnie - zbędny shitstorm albo clickbait, jeśli odnosimy to do Naszej branży. Trudno pochwałać rozsiewanie mainstreamowej paniki, niezależnie czy takie pytanie zadał manager, właściciel, pracownik...” / „Jak już by się okazało że trzeba zamknąć miejsca publiczne to wtedy dziwnym trafem znajdzie się lek. A dlaczego? Dlatego że nie będziemy mieli z czego i za co płacić podatków i wtedy państwo będzie narażone na straty. Poczekają aż kupimy dodatkowo maski, środki dezynfekujące to zagrożenie minie” / „Dobrze napisał Damian, najgorsze co możemy zrobić w tym przypadku, to podgrzewać idiotyczną atmosferę. Napędzać medialną wydmuszkę, kreować coś, poprzez nadawanie temu większej wartości niż na to zasługuje”.

Oprócz negujących zagrożenie i bagatelizujących potrzebę jakichkolwiek przygotowań, część osób zauważała już wtedy, jak ważna będzie strategia informacyjna polegająca na uświadamianiu i informowaniu klubowiczów o zasadach bezpieczeństwa, a także (co miałoby zapobiec zamknięciu takich miejsc) dbaniu o higienę i dezynfekcję (pisownia oryginalna):

„Natomiast ważne jest uświadomienie samych klubowiczów// trenujących o koniecznej higienie i Szukaniu symptomów choroby oraz podejmowaniu dojrzałej decyzji o pozostaniu w domu jeśli ma się podejrzenia co do swojego stanu zdrowia” / „Jakiś czas temu wyrobiliśmy u klubowiczów nawyk dezynfekowania po treningu sprzętu. Komunikujemy i przypominamy wtedy, że dbając o higienę minimalizujemy ryzyko złapania jakichkolwiek bakterii czy wirusów. Nie tylko w klubie ale i po za. Przykład z posta jak najbardziej uzasadniony. Media w dzisiejszych czasach to silna władza, więc z takim rozsianym i jak pisze, uzasadnionym strachem nie wygramy” / „scenariusz w szufladzie ale działania jak już będzie mus” / „dzisiaj dziewczyny w recepcji zaproponowały postawienie płynów do dezynfekcji rąk na sali ? A ja się zastanawiam, zapobiegamy czy wpajamy klientom informacje o zagrożeniu / „Ja z większą częstotliwością czyszczę i dezynfekuję nie tylko sprzęt ale też klamki i inne klubowe zakamarki jak chociażby uchwyty od szafek i wrzucam to w klubowych relacjach na fb A do tego komunikuję, że najlepiej wzmacniamy odporność ćwicząc”.

Sytuacja z nadchodzącym kryzysem wydawała się dla branży o tyle łatwiejsza, że społeczeństwo wydawało się być przygotowane na podjęcie możliwych decyzji przez kluby, z których korzysta. Mimo że decyzje o zamknięciu nie były ogłaszane wcześniej, nie prowadzono kampanii informacyjnych o charakterze przygotowawczym, nagłe zamknięcie firm nie było w tym czasie odebrane negatywnie. Odwołując się do definicji kryzysu autorstwa Marty Ryniejskiej-Kiełdanowicz,

przedstawiającej jego ujęcie jako „każde wydarzenie zaburzające normalny tryb działalności firmy, charakteryzujące się szerokim oddźwiękiem w jej otoczeniu”¹³ – w opisywanej sytuacji, oddźwięk w otoczeniu oczywiście był duży, jednak nacechowany reakcjami neutralnymi lub pozytywnymi.

Nagłość wydarzeń prowadzących do kryzysu jest wspólną cechą większości definicji opisujących taką sytuację, pojawia się również u Sama Blacka, który opisując sytuację kryzysową zwraca uwagę, że te nagłe i rozszerzające się z dużą szybkością wydarzenia, zwykle wymagają natychmiastowego działania. Autor dodaje, że każda sytuacja kryzysowa jest szczególna i nawet dokładnie przygotowane plany działania wymagają ciągłych modyfikacji¹⁴. W analizowanym przypadku w większości firm szczegółowe plany działania przygotowywane były niemal w ostatniej chwili, a następnie były poddawane modyfikacjom wraz z rozwojem sytuacji kryzysowej.

Pojawienie się koronawirusa SARS-CoV-2 w kontekście pierwszego lockdownu w branży fitness wpisuje się we wszystkie wymienione powyżej definicje kryzysu, ale również ma cechy charakterystyczne, takie jak niespodziewany i dynamiczny rozwój, wymagający pilnej odpowiedzi i reakcji¹⁵, początkowe zaskoczenie, niepełne informacje, eskalacja zdarzeń, utrata kontroli, mentalność osaczonego oraz panika¹⁶. Reakcje neutralne i pozytywne, a wręcz oczekiwanie zamknięcia z otoczenia zewnętrznego – klientów, tłumaczyć można zdominowaniem przekazów medialnych tematyką COVID-19 informacjami z kraju i ze świata, dotyczącymi rozwoju epidemii. Według Anny Murdoch to właśnie nagłośnienie w mediach, długotrwała obecność w środkach przekazu oraz wewnętrzna presja przeradza się w serię nieprzewidywalnych zdarzeń i grozi eksplozją takich zdarzeń¹⁷. Z kolei Michael Fleischer dodaje, że sygnałami kryzysu są wzrost presji czasu, zbieganie się wydarzeń, mnożenie się przypuszczeń, wzrastająca

¹³ M. Ryniejska-Kiełdanowicz, *Public relations w sytuacjach kryzysowych*, w: *Public relations w teorii i praktyce*, Ociepa B. (red.), Wrocław 2002, s. 40.

¹⁴ Zob. S. Black, *Public Relations*, Kraków 1998, s. 152.

¹⁵ R. D. Congleton, *The Political Economy of Crisis Management: Surprise, Urgency and Mistakes In Political Decision Making*, w: *Dynamics of Intervention: Regulation and Redistribution in the Mixed Economy*, P. Kurrild-Klitgaard (red.), Oxford 2005, s. 183.

¹⁶ P. Seitel Fraser, *Public relations w praktyce*, Warszawa 2003, s. 229–230.

¹⁷ A. Murdoch, *Komunikowanie w kryzysie. Jak ratować wizerunek firmy*, Warszawa 2003, s. 13.

niepewność, zmniejszanie się kontroli, a także zmieniające się relacje decyzyjne i stan stresu wśród instancji wypracowujących te decyzje¹⁸.

Pojawienie się koronawirusa SARS-CoV-2 w kontekście pierwszego lockdownu w branży fitness, wpisuje się we wszystkie wymienione powyżej definicje kryzysu, ale również ma cechy charakterystyczne, takie jak niespodziewany i dynamiczny rozwój, wymagający pilnej odpowiedzi i reakcji, początkowe zaskoczenie, niepełne informacje, eskalacja zdarzeń, utrata kontroli, mentalność osaczonego oraz panika.

Na nastroje zwiększające akceptację zamknięcia miejsc wśród klientów, którzy tam trenowali, spędzali wolny czas, relaksowali się, dbali o swoją kondycję i zdrowie, wpływała wtedy przede wszystkim niepewność, strach przed nieznanym, obawy dotyczące tego w jakim tempie i w jakim kierunku będzie się rozwijała epidemia. Nie bez znaczenia jest wspomniana rola mediów, gdzie COVID-19 był głównym tematem wszystkich serwisów informacyjnych i znajdował się na czołówkach portali internetowych. Medialny wymiar kryzysu opisuje Anna Murdoch, stwierdzając, że kryzys „to nie dający się powstrzymać nagły rozwój wypadków, którego nagłośnienie w mediach i potencjalnych skutków tego nagłośnienia nie da się w żaden sposób wstrzymać ani skontrolować”¹⁹, co jednocześnie powoduje gwałtowne zmiany w samej firmie lub środowisku społecznym, w którym firma działa²⁰.

¹⁸ M. Fleischer, *Corporate identity i public relations*, Wrocław 2003, s. 194.

¹⁹ A. Murdoch, dz. cyt., s. 13.

²⁰ A. Kardagić, P. Czarnowski, *Public relations w sytuacjach kryzysowych, w: Public relations w teorii i praktyce*, B. Ociepka (red.), Wrocław 2002, s. 31.

ROLA PR W ZARZĄDZANIU KRYZYSEM I KOMUNIKACJA W CZASIE ZAMKNIĘCIA

Nagłe zamknięcie klubów i związany z tym kryzys uwypuklił rolę dobrze rozwiniętego public relations w przedsiębiorstwach, gdzie szybko okazało się, że kluczowe do przetrwania będzie budowanie i podtrzymywanie korzystnego kontaktu klubowiczami, co wpisuje się w definicję PR jako „funkcji zarządzania, która nawiązuje i podtrzymuje wzajemne korzystne relacje pomiędzy organizacją a jej otoczeniem, od którego zależy jej sukces lub niepowodzenie”²¹. W kontekście opisywanej sytuacji kluczowe było pojmowanie zadań public relations jako budowanie właściwych relacji z grupami, które mogą mieć wpływ na funkcjonowanie przedsiębiorstwa oraz uzyskanie przychylnych opinii, tworzenie korzystnego wizerunku firmy, a także odpowiednie reagowanie na niekorzystne informacje²². Komunikacja z klientami w czasie zamknięcia odgrywała rolę komunikacji kryzysowej, która „powinna uwzględniać zarówno komunikację z otoczeniem wewnętrznym, jak i zewnętrznym organizacji, a pracownicy organizacji powinni czuć się jej ambasadorami”²³, zaś o wszelkich działaniach organizacji w tym czasie, jak i samym zarządzaniu sytuacją kryzysową powinno się informować²⁴. Wydaje się to kluczowe, gdyż „najsukuteczniejszą metodą rozwiązywania sytuacji kryzysowych w organizacjach jest przekazywanie możliwie pełnej, rzetelnej informacji”²⁵.

Poniższy schemat (Rys. 2) w sposób skondensowany prezentuje opisywaną sytuację kryzysową spowodowaną czynnikami zewnętrznymi (egzogonicznymi) w makrootoczeniu przedsiębiorstwa, niezależną od niego. Podobnie jak wszystkie kryzysy także i ten opisywany w artykule przebiegał fazowo, począwszy od symptomów (powstania), poprzez eskalację (rozwój), deeskalację (dojrzałość) i ustąpienie. Oprócz faz rozwoju wydarzenia i komunikaty analizowane będą w trzech podstawowych etapach: (1) przed kryzysem, (2) w trakcie kryzysu oraz (3) po kryzysie.

²¹ S. Cutlip, A. Center, G. Broom, *Effective public relations*, New Jersey 2000, s. 6.

²² P. Kotler, G. Armstrong, J. Saunders, V. Wong, *Marketing. Podręcznik europejski*, Warszawa 2002, s. 907.

²³ A. Szyran-Resiak, *Public relations w sytuacjach kryzysowych*, „Zeszyty Naukowe Państwowej Wyższej Szkoły Zawodowej w Płocku” 2017, nr 26, s. 333.

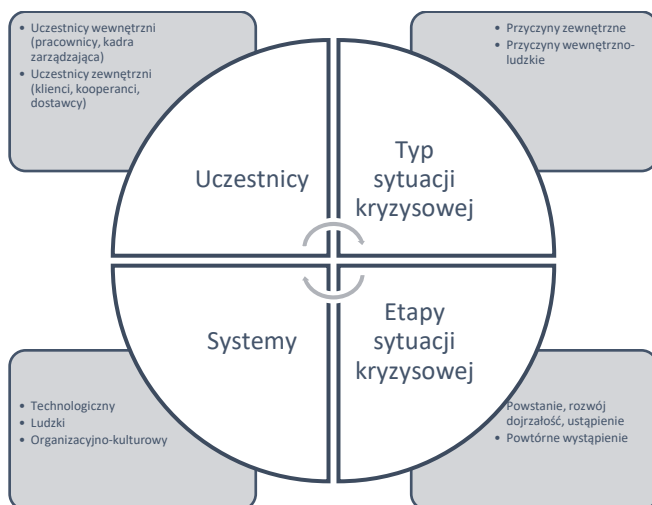
²⁴ M. Kaczmarek-Śliwińska, *Public relations organizacji*, dz. cyt., s. 108.

²⁵ A. Szyran-Resiak, dz. cyt., s. 333.



Rysunek 2. Komunikowanie w sytuacjach kryzysowych

Źródło: Ian I. Mitroff, Christine M. Pearson, *Zarządzanie sytuacją kryzysową czyli jak obronić firmę przed najgorszym*, Warszawa 1998, s. 43 (opr. własne)



Rysunek 3. Parametry zmienne sytuacji kryzysowej

Źródło: I.I. Mitroff, G. Anagnos, *Managing crises before they happen. What every executive and manager needs to know about crisis management*, New York 2001, s. 31. Opracowanie własne.

Mitroff i Pearson wyszczególnili pięć poziomów w modelu zmiennych parametrów systemowych, wymieniając technologię (wraz z procesami związanymi

z wytworzeniem produktów czy zapewnieniem konkretnych usług), infrastrukturę (obejmującą procesy przywództwa, motywacji, komunikowania się, interakcji, podejmowania decyzji, ustalania celów i kontroli), czynnik ludzki, kulturę organizacyjną, emocje i przekonania²⁶. Odpowiednia organizacja a także efektywny przepływ informacji między pracownikami (komunikacja wewnętrzna) są istotne w kontekście współpracy pracowników w rozwoju zarządzania sytuacją kryzysową²⁷. Powyższe poziomy parametry systemowych będą pomocne w analizie przedmiotowej sytuacji.

Samo zarządzanie sytuacją kryzysową zwykle przebiega etapami. Proces zarządzania takimi wydarzeniami opisała Aneta Zelek, wymieniając formalizację celu, etapy diagnostyczny, decyzyjny, projektowy, wdrożeniowy oraz kontroli i korekty.



Rysunek 4. Proces zarządzania sytuacją kryzysową

Źródło: A. Zelek, *Zarządzanie kryzysem w przedsiębiorstwie. Perspektywa strategiczna*, Warszawa 2003, s. 199. Opracowanie własne.

KOMUNIKACJA W PIERWSZYM LOCKDOWNIE

Ogłoszenie zamknięcia branży nie było przez większość przedsiębiorstw oczekiwane, kluby nie miały przygotowanych scenariuszy, które mogłyby zostać natychmiastowo wdrożone. Tym bardziej uwypukliła się rola public relations, odpowiedniej komunikacji i podjęcia szybkich kroków, które pozwoliłyby podtrzymać kontakt

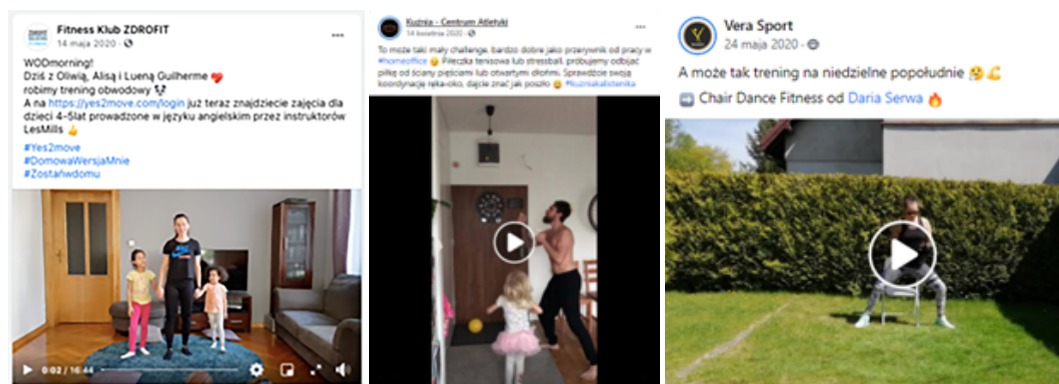
²⁶ I. Mitroff I.I., C.M. Pearson, *Zarządzanie sytuacją kryzysową, czyli jak ochronić firmę przed najgorszym*, Warszawa, 1998, s. 34–48.

²⁷ R.W. Griffin, *Podstawy zarządzania organizacjami*, Warszawa, 2010, s. 342.

z klientami, uspokoiłyby nastroje wśród pracowników i zapewniły bezpieczny powrót do funkcjonowania w przyszłości. Czas przed nadejściem kryzysu nie był wykorzystywany przez kluby do opracowania scenariuszy antykryzysowych, rozwiązań i problemów, skupiając się na bieżącej komunikacji odnoszących się do bezpieczeństwa i kroków zaradczych związanych z procedurami sanitarnymi. Biorąc pod uwagę charakter kryzysu w etapie przygotowawczym nie dało się mu zapobiec, etap ten był zatem pomijany. W nowej dla siebie sytuacji przedsiębiorstwa działały intuicyjnie, a wdrażane na bieżąco scenariusze niemal natychmiast znajdowały się w etapie wdrożeniowym (reagowania), przechodząc przez etapy decyzyjny i projektowy (przygotowania) w bardzo krótkim czasie. Zarządzanie kryzysem ułatwiało otoczenie zewnętrzne, w tym kluczowi jego uczestnicy – klienci, wykazujący się w pierwszym etapie zamknięcia zrozumieniem i poparciem.

Kluby fitness i siłownie swoją działalność musiały oprzeć o sferę online, która dla wielu z nich była nowym, nigdy wcześniej nieużywanym kanałem, poza wykorzystaniem informacyjnym i promocyjnym. W tym przypadku do Internetu zaczęto przenosić treningi, zajęcia fitness, porady dietetyczne i porady dotyczące aktywnego spędzania czasu „w zamknięciu”. Ta sytuacja była swoistym weryfikatorem skuteczności w budowaniu społeczności klubowej i lojalności klientów. Prowadzone treningi online odbywały się na początku przede wszystkim w mediach społecznościowych, na Facebooku, w dwóch formułach „na żywo”, a także w oparciu o przygotowane wcześniej filmy (często niezmontowane, nagrywane amatorsko przez instruktorów). Kluby szybko zmodyfikowały tę formę i zainteresowanych taką aktywnością skupiały na zamkniętych grupach, budując społeczność „online” od podstaw. Program treningów przez Internet ewoluował i w miarę trwania zamknięcia przybierał trzy różne formy: treningi prowadzone za darmo w kanałach otwartych (na żywo – archiwizowane, na żywo – znikające po emisji, z odtworzenia), treningi prowadzone na zamkniętych grupach (podróżuje jak na kanałach otwartych), treningi prowadzone na platformach VOD (po uiszczeniu opłaty). Był to jeden z najważniejszych elementów strategii opierającej się na utrzymaniu kontaktu z klubowiczami, budowaniu lub podtrzymaniu ich lojalności, a także wykazania troski o ich aktywność (Rys. 5).

Kluczowe było w tym zaangażowanie zespołu trenerów i instruktorów, którzy brali bardzo aktywny udział w tej sytuacji kryzysowej – w przypadku zajęć grupowych to często bowiem osoba trenera/instruktora jest gwarantem ich sukcesu i wysokiej frekwencji. Zaangażowanie kadry uzależnione było od skuteczności



Rysunek 5. Zajęcia online prowadzone przez trenerów i instruktorów na Facebooku.

Źródło: Facebook.com (Zdrofit, Kuźnia – Centrum Atletyki, Vera Sport)

komunikacji wewnętrznej i ustalenia wspólnych celów dla całego zespołu – od strony biznesowej bowiem instruktorzy prowadzili te zajęcia za niższe stawki lub zupełnie za darmo, zaś przychód z płatnych platform, na które zdecydowała się część klubów nawet w części nie odpowiadał normalnym wpływom z zajęć tradycyjnych. Oferta zajęć online zatem nie była strategią biznesową, nastawioną na zysk, ale strategią, która skierowana była na odbudowę po kryzysie i zbudowanie jak najbardziej pozytywnego wizerunku klubu, by wrócili do niego klienci po odmrożeniu branży. Materiały często miały charakter amatorski, treningi nagrywane były w domach instruktorów i trenerów, występowały problemy techniczne, zakłócenia, dźwięk bywał niewyraźny itd. Co najważniejsze, techniczne trudności nie spotykały się z negatywnymi reakcjami odbiorców (z którymi z pewnością spotkałyby się kluby publikując takie materiały poza lockdownem).

Elementami komunikacji podtrzymującymi kontakt z klubowiczami, a jednocześnie budującymi pozytywny wizerunek, również o charakterze eksperckim, były wpisy dotyczące odpowiedniej diety, suplementacji czy spędzania wolnego czasu z dzieckiem. Nierzadko w takiej komunikacji brali udział również sami odbiorcy, zachęcani w mediach społecznościowych do aktywności i dzielenia się swoimi pomysłami. Sieć FitFabric oprócz zajęć fitness i opisanych wyżej aktywności, uruchomiła również zajęcia online dla dzieci i młodzieży, jako alternatywę dla lekcji WF (które się nie odbywały z powodu zamknięcia szkół – „W-Ffabric”).



Rysunek 6. Materiały publikowane przez kluby w czasie pandemii
Źródło: Facebook.com (Vera Sport, FitFabric)

Podjęte decyzje w pierwszym etapie wpisały się w oczekiwania odbiorców, a firmy postępowały zgodnie z nimi, zatem problem był rozwiązywany bez większego wpływu na wizerunek. Doskonałym narzędziem do rozpoznania oczekiwań były w tym przypadku media społecznościowe, które służyły do wzmacniania więzi między organizacjami a ich otoczeniem, były kluczowe w zarządzaniu problemowym, poprzez odpowiadanie na pojawiające się sugestie i oczekiwania. Dzięki temu firmy miały szansę stworzyć wizerunek blisko swoich odbiorców, troszcząc się o nich. Źle rozpoznane nastroje i oczekiwania mogły zburzyć to zaufanie i pozostawić negatywny odbiór na długo, pogłębiając kryzys zewnętrzny wewnętrznym, powodowanym przez nieodpowiednią komunikację.

KOMUNIKACJA W DRUGIM LOCKDOWNIE

Drugie zamknięcie branży fitness przypadło na kolejny, tzw. „wysoki okres” w klubach fitness i siłowniach, przypadający na miesiące październik – początek grudnia. Sytuacja finansowa wielu klubów była zła lub bardzo zła – już w maju z badania przeprowadzonego przez Polską Federację Fitness wynikało, że 59% klubów nie przetrwa dłużej niż miesiąc bez możliwości generowania przychodów, a jedna czwarta respondentów wskazywała, że będzie musiała zamknąć

swoje kluby, jeśli zamknięcie potrwa dłużej niż dwa miesiące²⁸. Wobec tego przygotowywano się dużo wcześniej do ewentualnego drugiego zamknięcia, a w działaniach wykazywano się większą determinacją. Tym razem etapy zapobiegania i przygotowań realizowane były przez przedsiębiorstwa z dużym wyprzedzeniem, na wypadek konieczności ponownego zamknięcia. Obiekty funkcjonowały w podwyższonym reżimie sanitarnym, do którego zdążyli przyzwyczaić się zarówno klienci jak i pracownicy – „obowiązujące w Polsce wytyczne sanitarne zapewniają bezpieczeństwo ćwiczącym. Potwierdzają to także dane zagranicznych organizacji z krajów stosujących analogiczne zasady bezpieczeństwa jak w Polsce - liczba pozytywnych przypadków COVID-19 w USA i w Anglii wśród klientów obiektów sportowo-rekreacyjnych to ułamki promili”²⁹. Od momentu otwarcia klubów w czerwcu rola public relations i komunikacji koncentrowała się na rozszerzaniu, utrwalaniu i rozwijaniu zaufania do klubów i ich działalności, podkreślane były informacje dotyczące bezpieczeństwa, wpływu aktywności fizycznej na aktywność i zdrowie (Rys. 7), a także uruchamiane nowe formy aktywności dla klubowiczów (jak usługi i płatności online). Branża fitness odbudowywała wizerunek dbającej o zdrowie, ale również odporność, odcinając się od wizerunku rozrywkowej czy rekreacyjnej (w domyśle takiej, którą można by ponownie zamknąć bez szkody dla korzystających), broniąc prozdrowotnego charakteru.

Drugi lockdown uwidoczniał rolę fazy odbudowy po kryzysie, a także poprzez zdobyte doświadczenie, podniósł efektywność zadań w poszczególnych fazach kryzysu. W fazie zapobiegania dostosowywano kluby do restrykcji sanitarnych, wprowadzano zwiększoną liczbę środków i miejsc do dezynfekcji, możliwość zakupu ręczników, pomiary temperatury przy wejściu, oznaczanie bezpiecznych odległości i stref w obiektach (co wypełniało takie zadania jak analiza zagrożeń, prognozowanie czy planowanie strategiczne). Faza przygotowania obejmowała podtrzymywanie funkcjonujących kanałów i platform online oraz dbanie o aktywność w wirtualnych grupach społecznościowych (część z nich zmieniała swój

²⁸ Raport badawczy „Aktywność fizyczna Polaków w czasie pandemii. Barometr nastrojów i zachowań konsumenckich w trakcie izolacji. Pomiar III”, Polska Federacja Fitness, https://polskafederacjafitness.pl/wp-content/uploads/2020/05/RAPORT_BADAWCZY_FINAL.pdf.

²⁹ P. Mazurkiewicz, *Branża fitness pod ścianą. Drugi lockdown ją dobije*, „RP.pl” z 16.10.2020 r., <https://www.rp.pl/Biznes/310169928-Branza-fitness-pod-sciana-Drugie-lockdown-ja-dobije.html> (dostęp 11.05.2022 r.).



Rysunek 7. Komunikacja w mediach społecznościowych wzmacniająca świadomość odbiorców nt. wpływu aktywności na odporność i zdrowie, prowadzona przez kluby fitness
Źródło: Facebook.com (Zdrofit, Vera Sport)

charakter z platform z zajęciami online na miejsce łączące klubowiczów oraz kanał przekazywania aktualnych informacji). Skupiono się również na zadaniach dotyczących opracowywania procedur bezpieczeństwa klubowiczów i pracowników, a także czynnościach w przypadku wystąpienia ryzyka zarażenia. Faza reagowania obejmowała zgodnie z założeniami systemu ostrzegania i ochrony korzystających z obiektów osób.

Drugi kryzys oprócz ryzyka destrukcyjnego, uruchomił również kreatywne i twórcze działania. Nastawienie branży wobec zamknięcia było naturalnie bardzo negatywne, ale również decyzje o niezrozumieniu takich działań wyrażano w otoczeniu zewnętrznym firm – od klubowiczów, poprzez media, aż po instytucje (jak np. Rzecznik Małych i Średnich Przedsiębiorców)³⁰. Niskie ryzyko zarażenia – wynikające z badań i statystyk wobec zamknięcia branży (sugerującego niebezpieczeństwo) wywołało liczne sprzeciwy i zdeterminowało dążenie do otwarcia klubów wszelkimi możliwymi sposobami. Pojawiły się rozwiązania dość oryginalne, balansujące na falandyzacji prawa, jak przekształcanie klubów w k0cioły, miejsca

³⁰ Brak autora, *Siłownie jako sklepy i kościoły? Niektóre znalazły sposób na uniknięcie katastrofy*, „Wprost.pl” z 19.10.2020 r., <https://biznes.wprost.pl/gospodarka/10378410/silownie-i-kluby-fitness-zamieniaja-sie-w-sklepy-i-koscioly.html> (dostęp 11.05.2022 r.).

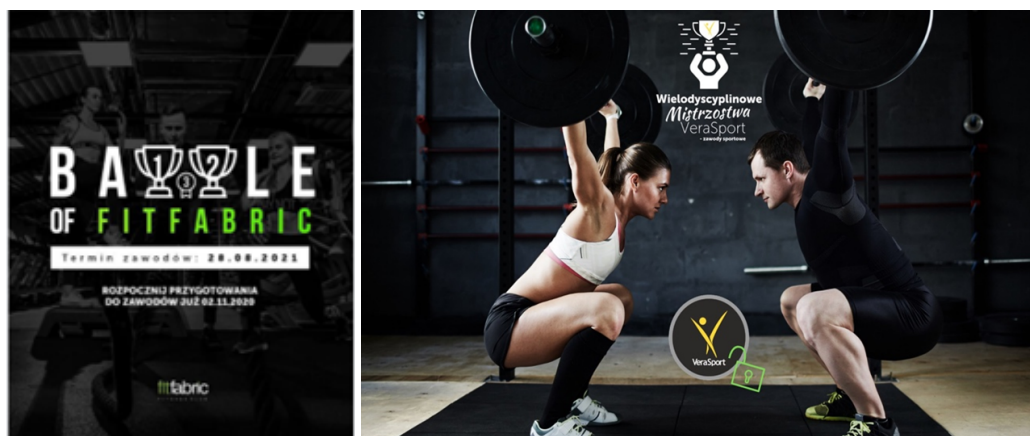
spotkań wspólnot religijnych³¹ czy sklepy ze sprzętem sportowym z możliwością jego testowania na miejscu³². Te absurdalnie brzmiące pomysły narodziły się niedługo po konferencji ogłaszającej nowe obostrzenia, a jeszcze przed opublikowaniem rozporządzenia i powodowane były rozpaczliwym dążeniem do uratowania swoich firm przez właścicieli i menedżerów. Publikacja rozporządzenia i analiza istniejących tam zapisów pozwoliła na uruchomienie siłowni i klubów fitness dla osób przygotowujących się do zawodów³³. To również kreatywne i twórcze efekty kryzysu - dla przykładu w łódzkich klubach powstały takie

Drugi lockdown uwidoczniał rolę fazy odbudowy po kryzysie, a także poprzez zdobyte doświadczenie, podniósł efektywność zadań w poszczególnych fazach kryzysu. W fazie zapobiegania dostosowywano kluby do restrykcji sanitarnych, wprowadzano zwiększoną liczbę środków i miejsc do dezynfekcji, możliwość zakupu rękawiczek, pomiary temperatury przy wejściu, oznaczanie bezpiecznych odległości i stref w obiektach (co wypełniało takie zadania jak analiza zagrożeń, prognozowanie czy planowanie strategiczne).

³¹ Brak autora, *Siłownia „zamieniła się w kościół” i robi spotkania religijne. „To nie jest największy absurd”, „Sport.pl”* z 17.10.2020 r., <https://www.sport.pl/inne/7,64998,26407070,si-lownia-zamienila-sie-w-kosciol-i-robi-spotkania-religijne.html> (dostęp 11.05.2022 r.).

³² A. Zygiel, *Koronawirus. Siłownia zamienia się w sklep i kościół. Zaprasza na „spotkania religijne”, „RMF24.pl”* z 17.10.2020 r., <https://www.rmf24.pl/raporty/raport-koronawirus-z-chin/polska/news-koronawirus-silownia-zamienia-sie-w-sklep-i-kosciol-zaprasza,nId,4798674> (dostęp 11.05.2022 r.).

³³ M. Bielicka, *Coraz więcej siłowni przygotowuje do zawodów. „Była dziś u nas policja, ale nie stwierdziła uchybień”, „Wyborcza.pl”* z 19.10.2020 r., <https://poznan.wyborcza.pl/poznan/7,36001,26412426,coraz-wiecej-silowni-przygotowuje-do-zawodow-byla-u-nas-dzis.html> (dostęp 11.05.2022 r.).



Rysunek 8. Organizacja zawodów sportowych przez kluby, która umożliwiła funkcjonowanie klubów fitness i siłowni zgodnie z rozporządzeniem. Powyżej przykład sieci FitFabric oraz klubu VeraSport.
Źródło: Facebook.com

inicjatywy jak: Wielodyscyplinowe Mistrzostwa VeraSport (Rys. 7), Zawody sportowe: Puchar Kuźniowego Kowala³⁴ czy Zawody sportowe Battle of FitFabric³⁵ (Rys. 7). W ramach etapu projektowego publikowano informacje o dyscyplinach, regulaminy, harmonogramy zawodów, ogłaszano eliminacje i finały a w etapie wdrożeniowym uruchomiono m.in. specjalne formularze rejestracji do zawodów czy zajęcia przygotowujące do nich, komunikowano cele takich zawodów, wśród których pojawiały się również aspekty społecznościowe i łączące różne aktywności sportowe. Dаты eliminacji jak i samych zawodów zazwyczaj wyznaczano w oddległych terminach (według kolejności wymienionych wyżej zawodów były to luty, styczeń, sierpień 2021 roku). W komunikatach na stronach internetowych i social mediach bardzo często unikano nazwy *siłownia*, zastępując je *strefą przygotowań do zawodów*³⁶.

³⁴ „Kuźnia – Centrum Atletyki”, <https://www.kuznialodz.pl/zawody/> (dostęp 11.05.2022 r.).

³⁵ Regulamin, „Fitfabric.pl”, <https://www.fitfabric.pl/regulaminy/Regulamin%20zawod%C3%B3w%20Battle%20of%20Fit%20Fabric.pdf> (dostęp 11.05.2022 r.).

³⁶ Verasport wraca, by rozwijać wszystkich zawodników w ich ulubionych dyscyplinach! „VeraSport.pl”, <https://www.verasport.pl/aktualnosci/verasport-wraca-by-rozwijac-wszystkich-zawodnikow-w-ich-ulubionych-dyscyplinach> (dostęp 11.05.2022 r.).

KOMUNIKACJA W TRZECIM LOCKDOWNIE

Umowny „trzeci lockdown” przypada na rozporządzenie z listopada 2020 roku. Nakazywano wówczas zamknięcie obiektów powyżej 2000 tys. m² oraz, w późniejszych zmianach, dopuszczono treningi na siłowniach i w klubach fitness wyłącznie dla zawodników przynależących do polskich związków sportowych z aktywną licencją i reprezentantów kadry narodowej. Organizacja amatorskich zawodów i trenowanie do nich nie było możliwe, zatem powtórzyły się etapy przygotowań do kolejnego kryzysu, tym razem jeszcze szybciej niż w październiku. Kluby niezrzeszone w sieciach jako pierwsze, inspirowane komunikatami Polskiego Związku Przeciągania Liny, przystąpiły do związku jako kluby licencjonowane, mogąc tym samym nadawać swoim klubowiczom licencje zawodnicze. Regulamin PZPL określał, że wszyscy zawodnicy z licencją otrzymują powołanie do szerokiej kadry narodowej „C”, spełniając tym samym wszystkie wytyczne rozporządzenia³⁷. Organizacyjnie kluby uruchomiły procedury dotyczące nadawania licencji, jak również wypełniania stosownych oświadczeń i zgód, aby zminimalizować ryzyko złamania istniejących obostrzeń (na przykład specjalne dyżury dla osób przychodzących z wnioskami, godziny przyjmowania wniosków, reguły dotyczące realizowania testów sprawnościowych czy informowania klubowiczów o nadanych licencjach). Komunikacja skupiała się przede wszystkim na procedurach dotyczących nadawania licencji, utrwalane były zasady dotyczące dopuszczalnych możliwości korzystania z klubu, reguł bezpieczeństwa i przypomniane były zasady odnoszące się do reżimu sanitarnego (limit miejsc na zajęciach, konieczność zapisów, konieczność zasłaniania ust i nosa czy przedstawiania potwierdzeń i zaświadczeń, umożliwiających wejście do klubów). Komunikacja w mediach społecznościowych zazwyczaj stroniła od relacji na żywo, gdzie pokazywane były aktywności w klubie, bardzo często zastępowano również nazwę „zajęcia fitness” zajęciami sportowymi. Kluby zdecydowany nacisk położyły na treści informacyjne, skupione wokół aktualnej organizacji i zasad korzystania z obiektów kosztem materiałów promocyjnych, reklamowych i wizerunkowych.

³⁷ Oficjalny serwis Polskiego Związku Przeciągania Liny, <http://www.pzpl.pl/aktualnosci/aktualnosci-archiwum/85-zgloszenie-2> (dostęp 29.10.2021 r.).

ZAKOŃCZENIE

W opisywanym w artykule okresie miały miejsce kolejne fazy kryzysu, a samo zjawisko przybrało charakter powtarzalny i spodziewany. Wdrożone w pierwszym lockdownie strategie były udoskonalane przez przedsiębiorstwa i wzmacniane, natomiast z kolejnymi obostrzeniami rosła kreatywność, pomysłowość i elastyczność klubów w przystosowywaniu się do zmian. Przewlekłość kryzysu i niecodzienne warunki funkcjonowania zwiększyły zdolności adaptacyjne klubów, ich otoczenia zarówno wewnętrznego jak i zewnętrznego. Klienci przystosowywali się do zmian, akceptując zmieniające się warunki, narzucane przez kluby regulacje i modyfikacje funkcjonowania.

Umiejętność szybkiego reagowania,
wyczuwania oczekiwań i nastrojów klientów,
podkreślenie roli aktywności fizycznej
i zapewnienie bezpiecznych do jej uprawiania
warunków pokazały, że kryzys można
wykorzystać do odnowienia przedsiębiorstwa,
poprawy jego konkurencyjności oraz jako
okazję do rozwoju.

Menedżerowie i właściciele klubów zmienili swoje nastawienie – pisano bowiem o nich, że „wychodzą z założenia, że poważne kryzysy zdarzają się niezwykle rzadko i nie wymagają szczególnych procedur a na kryzys należy reagować wówczas, gdy się pojawi”³⁸. Doświadczenia z okresu od marca do czerwca zostały wykorzystane przy okazji kolejnych zamknięć, a wdrażane strategie spotykały się z entuzjazmem i akceptacją klientów. W branży zdano sobie sprawę z problemu niepewności, nieprzewidywalności i niestabilności koniunktury oraz z tego, że wielkość przedsiębiorstwa nie gwarantuje ochrony przed kryzysem (to właśnie duże sieci i operatorzy najbardziej odczuwają skutki kryzysu, bowiem tempo

³⁸ I. Mitroff, C.M. Pearson, dz. cyt., s. 45.

wprowadzania zmian i dostosowywania wszystkich obiektów jest tam zdecydowanie mniejsze od klubów nie sieciowych).

Umiejętność szybkiego reagowania, wyczuwania oczekiwań i nastrojów klientów, podkreślenie roli aktywności fizycznej i zapewnienie bezpiecznych do jej uprawiania warunków pokazały, że kryzys można wykorzystać do odnowienia przedsiębiorstwa, poprawy jego konkurencyjności oraz jako okazję do rozwoju.

Opisywana w artykule sytuacja branży fitness pokazała jak ważnym elementem było w kryzysie public relations, które w tym przypadku, oprócz kreowania pozytywnego wizerunku i reklamowania usług (na co kładziono nacisk przed kryzysem) stało się narzędziem zapewniającym wielu przedsiębiorstwom przetrwanie, a także pozwoliło zyskać nowych, wiernych i lojalnych klientów.

BIBLIOGRAFIA

- Black S., *Public Relations*, Dom Wydawniczy ABC, Kraków 1998.
- Budzyński W., *Public relations. Zarządzanie reputacją firmy*, Wydawnictwo Poltext, Warszawa 1998.
- Congleton R.D., *The Political Economy of Crisis Management: Surprise, Urgency and Mistakes In Political Decision Making*, w: *Dynamics of Intervention: Regulation and Redistribution in the Mixed Economy*, Kurrild-Klitgaard P. (red.), Elsevier Ltd., Oxford 2005, s. 183–203.
- Cutlip S., Center A., Broom G., *Effective public relations*, Prentice Hall, New Jersey 2000.
- Fleischer M., *Corporate identity i public relations*, Wydawnictwo Dolnośląskiej Szkoły Wyższej, Wrocław 2003.
- Gierszewska G., *Strategie kryzysowe w warunkach globalizacji*, w: B. Kozyra, A. Zelek (red.), *Praktyka zarządzania kryzysem w przedsiębiorstwie*, Wydawnictwo Zachodniopomorskiej Szkoły Biznesu, Szczecin 2002.
- Griffin R.W., *Podstawy zarządzania organizacjami*, Wyd. 2 zm., dodr. 6, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa, 2010.
- Kaczmarek-Śliwińska M., *Public relations organizacji w zarządzaniu sytuacjami kryzysowymi organizacji. Sztuka komunikowania się*, Difin, Warszawa 2015.
- Kaczmarek-Śliwińska M., *Specyfika zarządzania sytuacją kryzysową w przestrzeni mediów społecznościowych w perspektywie typologii Situational Crisis Communication Theory W.T. Coombsa*, „Studia Medioznawcze” 2019, nr 20(4), s. 318–332.
- Kardagić A., Czarnowski P., *Public relations w sytuacjach kryzysowych*, w: *Public relations w teorii i praktyce*, Ociepa B. (red.), Wydawnictwo Uniwersytetu Wrocławskiego, Wrocław 2002.
- Kotler P., Armstrong G., Saunders J., Wong V., *Marketing. Podręcznik europejski*, Polskie Wydawnictwo Ekonomiczne, Warszawa 2002.

- Mitroff I.I., C.M. Pearson C.M., *Zarządzanie sytuacją kryzysową, czyli jak ochronić firmę przed najgorszym*, Businessman Book, Business Press, Warszawa, 1998.
- Murdoch A., *Komunikowanie w kryzysie. Jak ratować wizerunek firmy*, Wydawnictwo Pol-text, Warszawa 2003.
- Ogrizek M., Guillery J.M, *Communicating in Crisis*, New York 1999.
- Rydzak W., *Reputacja a działania informacyjne organizacji w sytuacjach kryzysowych i determinanty ich wyboru*, Wydawnictwo Uniwersytetu Ekonomicznego w Poznaniu, Poznań 2011.
- Ryniejska-Kiełdanowicz M., *Public relations w sytuacjach kryzysowych*, w: Public relations w teorii i praktyce, Ociepka B. (red.), Wydawnictwo Uniwersytetu Wrocławskiego, Wrocław 2002.
- Seitel Fraser P., *Public relations w praktyce*, Felberg, Warszawa 2003.
- Slatter S., Lovett D., *Restrukturyzacja firmy. Zarządzanie przedsiębiorstwem w sytuacjach kryzysowych*, WIG-Press, Warszawa 2001.
- Szyran-Resiak A, *Public relations w sytuacjach kryzysowych*, „Zeszyty Naukowe Państwowej Wyższej Szkoły Zawodowej w Płocku” 2017, nr 26, s. 329–337.
- Zelek A., *Zarządzanie kryzysem w przedsiębiorstwie. Perspektywa strategiczna*, Instytut Organizacji i Zarządzania w Przemśle „Orgmasz”, Warszawa 2003.

Biogram

Dr Przemysław Szews – adiunkt w Katedrze Dziennikarstwa i Komunikacji Społecznej, gdzie prowadzi przedmioty związane z dziennikarstwem internetowym, nowymi mediami, a także komunikacją firmy w mediach elektronicznych. Autor monografii nt. dziennikarstwa sportowego i pracy komentatorów sportowych, dziennikarstwa danych, wizualizacji i infografiki w mediach. Wśród zainteresowań badawczych oprócz nowych mediów i dziennikarstwa sportowego znajdują się również zagadnienia związane z marketingiem internetowym i komunikacją wizerunkową w mediach społecznościowych. Manager generalny (a wcześniej specjalista ds. PR i marketingu) jednego z największych komercyjnych obiektów sportowych w Polsce i Accreditation Officer Rajdu Polski.

ORCID 0000-0002-0949-3097

Marta Zając

Uniwersytet Śląski w Katowicach

W perspektywie teologii kultury Paula Tillicha: o trosce (i powadze) w języku

**From the perspective of Paul Tillich's theology of culture:
on the ultimate concern in language**

ABSTRAKT

W artykule odnoszę się do koncepcji teologii kultury Paula Tillicha, w szczególności, do jego rozważań na temat miejsca religii w sferze kulturowych funkcji człowieka. Traktując religię jako pewien wymiar duchowego (kulturotwórczego) życia człowieka, Tillich nazywa ów wymiar – głębią oraz łączy z pewną postawą, którą określa mianem *troski*. Taką koncepcję odnoszę do języka, i omawiam na wybranych przykładach z dziewiętnastowiecznej i dwudziestowiecznej filozofii, literatury i eseistyki (Søren Kierkegaard, John Henry Newman, G.K. Chesterton, Ronald Knox, Rosi Braidotti), aby wskazać mniej oczywiste formy troski i powagi w mowie lub tychże brak.

SŁOWA KLUCZOWE:

Paul Tillich, teologia kultury, troska, powaga, religijność, język

ABSTRACT

In this article I refer to Paul Tillich's conception of a theology of culture, namely, to his reflection on the place attributed to religion in the space of man's cultural endeavours. Tillich ultimately defines religion as a dimension of all forms of man's spiritual (cultural) activity, the aspect/dimension that he calls depth and which he combines with the attitude of *ultimate concern*. My aim is to present ultimate concern as a function of one's linguistic activity. Then, on the example of texts taken from 19th- and 20th-century philosophy and literature (Søren Kierkegaard, John Henry Newman, G.K. Chesterton, Ronald Knox, and Rosi Braidotti), I discuss less obvious forms of ultimate concern in speech or its absence.

KEYWORDS:

Paul Tillich, theology of culture, ultimate concern, the religious, language

NA WSTĘPIE

„As soon as one says anything about religion, one is questioned from two sides”¹ – tak Paul Tillich, niemiecki teolog i filozof protestancki, rozpoczyna swoje studium

¹ „W chwili, gdy pada jakaś wypowiedź na temat religii, wypowiedź taka może zostać podważona z dwóch stron jednocześnie”, P. Tillich, *Theology of Culture*, Robert C. Kimball (ed.), Oxford 1972, s. 3. Tłum. M.Z.

Theology of Culture (1959), w którym to dziele podejmuje się opisu oraz egzemplifikacji kulturowego fenomenu i obszaru badań, który określa mianem przywołanej w tytule – teologii kultury. Warto uświadomić sobie, że czas, w którym padają te słowa, to era sekularna i (wkrótce) post-sekularna, kiedy to mówienie o religii w przestrzeni publicznej (kulturowej) staje się coraz trudniejsze. Teologia kultury ma być z kolei przestrzenią spotkania, sposobem na nawiązanie relacji, uznaniem wzajemnych odniesień religii i kultury. Teologia kultury, ma bowiem – jak ujął to Tillich – odkrywać religijny wymiar różnorodnych form kulturowej aktywności człowieka². Nie można jednak zapominać, że w praktyce, przy okazji tak ukierunkowanych rozważań, stają czasem naprzeciw siebie dwa obozy, nawet jeśli nie otwarcie wrogie, to jednak w dużej mierze przeciwstawne. I tak, zanim w ramach teologii kultury dojdzie do jakiegokolwiek debaty, to już pojęcie dla niej wyjściowe, czyli samo określenie „teologia kultury”, jako pierwsze domaga się dopowiedzenia, czyli doprecyzowania, w jakiej (czyjej) perspektywie debata owa będzie prowadzona: teologii czy kultury? Innymi słowy: zarówno „teologowie”, jak i „świeccy naukowcy”³ dopytują: czy o teologii kultury, w ramach teologii kultury, będziemy prowadzić rozmowę w perspektywie (bardziej jednak) teologicznej czy może (bardziej) kulturowej, i wskazują na istotne różnice, jakie takie czy inne przekierowanie uwagi czy rozłożenie akcentów ostatecznie wnosi⁴. Tillich rozumie owe zastrzeżenia, nie neguje istotnych różnic powodowanych zmianą perspektywy z religijnej na świecką i odwrotnie, ale sam podejmuje się właśnie owego niemożliwego, czyli ukazania związków religii i kultury, a konkretnie miejsca religii w kulturze, w sposób światopoglądowo neutralny. A zatem z jednej strony chce przyznać religii właściwe jej miejsce, postuluje, że funkcja, jaką pełni, nie jest bynajmniej podrzędna, podporządkowana kulturowo określonym celom; pragnie, aby religia zachowała swoją autonomię, tożsamość (i godność); z drugiej

² „[T]he present volume attempts to show the religious dimension in many spheres of man's cultural activity”, tamże, s. v. Koncepcję teologii kultury Tillich sformułował na bardzo wczesnym etapie swoich teologicznych rozważań, już w pierwszym publicznie wygłoszonym wykładzie, a następnie przez lata ją dopracowywał i uzupełniał. Wspomina o tym na pierwszych stronach dzieła *Theology of Culture*, gdzie podkreśla też, jak trudne i jednocześnie potrzebne są podobne próby bezstronnego spojrzenia na oczywiste, choć problematyczne, związki kultury i religii. Zob. tamże, s. v, 4–5.

³ To umowne określenia, które Tillich stosuje, odpowiednio, do obrońców i adwersarzy religii. Tamże, s. 3.

⁴ Tamże, s. 3–5.

strony nie uważa, aby takie spojrzenie na religię było jednoznaczne z koniecznością uznania jej ponadnaturalnego i osobowego fundamentu i w ten sposób negowało tak zwany zwrot sekularny, którego strażnikiem współczesna kultura chce pozostać. Mówiąc krótko, teologię kultury można uprawiać bez wchodzenia w spór o istnienie Boga.

W artykule wyjaśnię, jak Tillich rozważa i przedstawia religię/religijność/postawę religijną⁵ w ramach teologii kultury, czyli w sposób nienacechowany światopoglądowo, oraz jakie miejsce przyznaje ostatecznie religii w sferze kulturowej aktywności człowieka. Następnie wskażę, jak w ten sposób rozumiana religijność może przejawiać się w – języku, takich bowiem szczegółowych odniesień u Tillicha nie znajdziemy. Staram się więc odnieść koncepcję Tillicha, to, jak określa on postawę religijną jako wyróżnik kulturowej obecności i działalności człowieka, do – stylu i formuły naszych wypowiedzi, do różnorodnych form budowania relacji ze słowem. Relacja ze słowem, relacja do słowa, jest przecież oczywistą odśłoną tego, jak sami siebie i innych postrzegamy przy okazji kulturowych interakcji. Ponieważ problem ten jedynie sygnalizuję, podam tylko kilka przykładów, omówiając wybrane wypowiedzi pochodzące z dziewiętnastowiecznej i dwudziestowiecznej filozofii, literatury i eseistyki.

1. RELIGIA JAKO ASPEKT ŻYCIA DUCHOWEGO

Jako punkt wyjścia dla swoich rozważań Tillich przyjmuje następujące stwierdzenie: religia stanowi pewien *aspekt* duchowego życia człowieka⁶. Życie duchowe przedstawia z kolei jako wiązkę czterech funkcji: poznawczej, moralnej, twórczej i uczuciowej⁷. Człowiek poznaje świat, wartościuje go, twórczo przekształca oraz nań odpowiada (reaguje za pomocą uczuć). Czyniąc założenie o dopuszczalnej religijnej formacji różnorodnych form naszej aktywności, Tillich nie zważa przy tym na sprzeciw ani „teologów”, ani „naukowców”. Dla obrońców religii takie

⁵ Tillich uznaje oczywiście instytucjonalny wymiar religii, podobnie jak znaczenie podtrzymujących jej istnienie, w wymiarze zewnętrznym i wewnętrznym, rytuałów oraz wierzeń. Zadanie, jakie sobie stawia, polega jednak na wyabstrahowaniu pewnej uniwersalnej jakości, która łączyłaby religijne doświadczenia i zachowania człowieka jako takie. Stąd owa płynność pojęć, nieostre granice między przywołanymi przeze mnie terminami.

⁶ Tamże, s. 5.

⁷ Tamże, s. 5–7.

postawienie sprawy to jakby trochę za mało, dla religii przeciwników – jakby trochę za dużo. Ci pierwsi mogliby powiedzieć, że religia zostaje włączona w obszar, który w istocie swej tworzy; ci drudzy woleliby myśleć o religii raczej jako o etapie (który już się skończył) a nie widzieć w niej milczącą towarzyszkę ludzkich działań jako takich.

Tillich zmierza więc ku wyjaśnieniu, jakież to nieusuwalny wymiar różnorodnych ludzkich działań należałoby przypisać postawie religijnej niezależnie od wyznawanych poglądów. Zanim jednak to wyjaśnienie nastąpi, kreśli mapę najczęstszych w swoim przekonaniu nieporozumień dotyczących miejsca religii w kulturze. Czy to spychana do kąta, czy stawiana na piedestale, czy mile witana, czy przeganiana, tak czy inaczej zostaje jako realna siła/tendencja działająca w człowieku zafałszowana. Jak zatem kształtuje się owa nieudana relacja religii i kultury? Przechodząc do sedna swojego opisu, Tillich (co można było już odczuć w dotychczasowej prezentacji) sięga po antropomorfizację i przedstawia religię – tułającą się w kulturowej przestrzeni, szukającą tam swojego miejsca⁸.

W pierwszej kolejności religia puka do drzwi moralności, i niczym „uboga krewna” pyta, do czego mogłaby się przydać i w czym pomóc? O odpowiedź na tak zadane pytanie nie jest trudno, każda społeczność potrzebuje, przynajmniej od czasu do czasu, i przynajmniej w niektórych kwestiach, kręgosłupa moralnego, i ktoś lepiej niż religia nadaje się do realizacji takiego celu? Religia i kultura zawsze mogą więc zamieszkać pod wspólnym dachem, zawsze znajdzie się tam dla religii jakiś kąt. Potrzebni są nam przecież waleczni żołnierze, wierni mężowie, kochające dzieci i uczciwi sprzedawcy. Nie jest to jednak rozwiązanie i odpowiedź w pełni satysfakcjonująca, religia rusza więc dalej, aby odnaleźć swoje miejsce w sferze poznawczej. Tu również może się przydać, ale w dość wąskim zakresie. Ma sięgać tam, gdzie rozum nie sięga, stanowi więc formę poznania, ale „tylko” mistycznego. Jest to poznanie w praktyce drugorzędne, a w coraz popularniejszym skrajnym scjentyzmie zerowe. Dość obiecująco wygląda natomiast spotkanie religii ze sztuką, z twórczością, w polu oddziaływania wyobraźni. Tu religia, niczym gość z zaświatów, witana jest z entuzjazmem. Zarówno sztuka, jak i religia dążą przecież do

⁸ Argument Tillicha, który teraz przedstawię, znajduje się w rozdziale „Religion as Dimension in Man's Spiritual Life”, tamże, s. 6–7. Moje przedstawienie ma jednak rys autorski. Przytaczam słowa Tillicha, ale pozwalam sobie także na daleko idące parafrazy. Moim celem pozostaje niemniej wierne przekazanie nie tylko treści ale i ducha argumentacji autora.

rozerwania zasłony rzeczywistości, sięgają wzrokiem dalej niż świat ograniczony przez moralne normy i racjonalne założenia. Ale i ta uprzywilejowana pozycja staje się w jakimś momencie dla religii niewygodna. Bo oto sztuka uzurpuje sobie miejsce religii, marzy jej się rząd dusz, a wyobraźnia dostępuje przebóstwienia. Religia – choć postawiona na piedestale – ostatecznie zostaje ponownie sprowadzona na ziemię. Pozostaje więc już tylko sfera uczuć, i w tej także religia króluje, ale uczucia, jak wiadomo, są subiektywne. Religia ma więc nieograniczoną władzę – w bardzo ograniczonym obszarze subiektywnych odczuć.

Po przedstawieniu owych niesatysfakcjonujących prób integracji religii z poszczególnymi formami duchowej (kulturowej) aktywności człowieka, Tillich powraca do wyjściowej myśli i przenosi pytanie o istotę religijności na inny poziom rozważań. Religia to nie obszar, ale pewna jakość, pewna postawa, która może charakteryzować każde bez wyjątku pole naszej aktywności. Religia ma trwałe miejsce w kulturze jako możliwy *aspekt*, czy też *wymiar* każdej formy kulturowej działalności człowieka. Czym konkretnie byłby jednak ów wymiar, aspekt, owa religijna jakość? Tillich posługuje się w tym miejscu określeniem *głębi*⁹, a głębię z kolei tłumaczy jako odniesienie do tego, *ostateczne, nieskończone, bezwarunkowe*¹⁰. Jednocześnie uzupełnia swój wywód o jedno jeszcze – kluczowe dla naszych rozważań – pojęcie. W jego rozumieniu odniesienie do tego, co ostateczne, nieskończone, bezwarunkowe, sprawia, że dana kulturowa funkcja/czynność/aktywność jest traktowana z – najwyższą *troską* (w oryginale „ultimate concern”)¹¹.

Angielskie określenie „ultimate concern”, które dosłownie można by przetłumaczyć jako „troskę ostateczną”, bezwarunkowe przejęcie się czymś, w kontekście całości rozważań Tillicha wyraża moim zdaniem również troskę *najgłębszą, głębokie* przejęcie się czymś, *dogłębne* zaangażowanie. Religijny wymiar każdej z kulturowych form ludzkiej aktywności stanowiłaby zatem jej *głębia*, co w praktyce implikuje, że aktywność ową otacza troska. Niemniej jednak, ponieważ horyzont owej troski, o której pisze Tillich, i którą utożsamia z religią/religijnością/postawą religijną, stanowi jednocześnie to, co ostateczne/nieskończone/

⁹ „Religion is the dimension of depth [...]”, tamże, s. 7.

¹⁰ „What does the metaphor *depth* mean? It means that the religious aspect points to that which is ultimate, infinite, unconditional in man's spiritual life”, tamże.

¹¹ „Religion, in the largest and most basic sense of the word, is ultimate concern. And ultimate concern manifests itself in all creative functions of the human spirit”, tamże, s. 7–8.

bezwarunkowe, uzupełniłabym swoje próby przybliżenia koncepcji Tillicha o jeszcze jedną cechę, a mianowicie – powagę, którą moim zdaniem w angielskiej frazie „ultimate concern” implikuje komponent „ultimate” („ostateczny”). „Ultimate concern”, troska ostateczna (nieskończona, bezwarunkowa), wskazywałaby na postawę, którą cechuje również powaga. A zatem uznajmy, że troska (i powaga) to dwa oblicza religijności w rozumieniu teologii kultury Paula Tillicha.

Określenia te wciąż jednak domagają się pozornie uzupełnień. Troszczymy się przecież o coś lub o kogoś, angażujemy w taką lub inną sprawę, przejmujemy czymś lub kimś. Tillich wydaje się niemniej pisać o pewnej duchowej dyspozycji, która przejawia się na powierzchni zdarzeń na wiele sposobów, i której nie można w związku z tym dopowiedzieć jako troskę o to lub tamto konkretnie (lub powagę dotyczącą takich a nie innych spraw). Kiedy spojrzymy na rozwinięcia, jakie Tillich sam stosuje, to widać, że istotnie, pozostaje on w swoich wyjaśnieniach w kręgu wyrażen i określeń bardzo ogólnych. Na czym więc polega według Tillicha owo religijne (nacechowane troską) ukierunkowanie wspomnianych czterech duchowych funkcji?

Jeśli religia uobecnia się w sferze moralności, poznawczej, twórczej i uczuciowej, to oznacza to odpowiednio, że – pewne nakazy moralne uznane zostaną za ponadczasowe (bezwzględne); poznanie dopuści istnienie tego, co racjonalnie niepoznawalne; sztuka będzie między innymi wyrażać tęsknotę za Absolutem; a uczucia – przekraczać granice potrzeb subiektywnych i doraźnych, scentralizowanych na „ja”.

Jest przy tym rzeczą szczególną, że w swoich rozważaniach Tillich nie odnosi się bezpośrednio do podstawowego medium, w jakim człowiek realizuje swoją kulturową działalność i obecność, czyli do – mowy, do języka, jakim się posługujemy, do wyborów, jakich dokonujemy, wypowiadając się w taki czy inny sposób. Czy również w tym obszarze nie dokonuje się manifestacja troski i powagi w sensie, w jakim przedstawia je Tillich, rozwijając swoją koncepcję teologii kultury?

Jak już wspomniałam, w niniejszym artykule chcę pokazać, czym mogłaby być łączona przez Tillicha z postawą religijną – egzystencjalna troska – w obszarze językowej aktywności człowieka. Ponieważ w moim rozumieniu owa troska implikuje także swoistą powagę, w moich analizach cechy te traktuję łącznie, a czasem wymiennie. Nie chodzi bowiem w tej części o systematyczne ujęcie danego pojęcia („ultimate concern”), ale raczej o intuicyjny test jego możliwych aplikacji.

2. O TROSCE I WADZE POWAGI. CZEMU SŁUŻY SŁOWO?

Zacznę od przykładu negatywnego, który ma posłużyć jako tło kontrastujące z później przytoczonymi wypowiedziami. Jest to jednocześnie najbardziej subiektywne miejsce w moim argumencie i wyraz, jak sądzę, bardzo osobistej niechęci do pewnego typu dyskursu. Decyduję się ów przykład podać nie po to jednak, aby promować moje w tym względzie spojrzenie i sposób wartościowania. Chcę wskazać raczej, jak szerokie może być *spectrum* naszych relacji ze słowem, a za słowa pośrednictwem także i z odbiorcą/czytelnikiem.

W prologu do *Metamorphoses* (2002), książki autorstwa znanej postmodernistycznej feministki Rosi Braidotti, znajdujemy kilka określeń i zarazem porównań, które (jak sądzę) są formą autopromocji i mają stanowić zachętę do aktu lektury. „The acrobat walking a tight-rope across the postmodern void”; „a bungee-jumper”; „a map that draws the trajectory of changes”; „a journey that has no set destinations”; „a book of explorations and risks, of convictions and desires”; „For these are strange times and strange things are happening”¹². Linoskoczek, kroczenie nad przepaścią, skok na bungee, mapa, która nie odwzorowuje rzeczywistości, podróż bez celu i bez punktu dojścia. Za pomocą takich obrazów autorka stara się zachęcić czytelnika (czytelniczkę) do lektury, przekonać, że czeka go (ją) niezapomniana intelektualna przygoda. Pytanie jednak, czy coś więcej? I czy „dziwne czasy” i „dziwne rzeczy”, które się w tych dziwnych czasach dzieją, rzeczywiście wymuszają aż tak uduchowioną formę ich opisu?

Do tekstu Braidotti jeszcze wrócę, a przechodząc teraz do właściwych przykładów, chcę pokazać, jak słowo może być traktowane w sposób skrajnie odmienny, z innym zestawem celów, w innej perspektywie, czasem z niezrozumiałą wręcz powagą. Nie jest to jednak powaga oczywista. Nie będą to wypowiedzi, które można by porównać do słów miotanych przez starotestamentowych proroków, grzmiących do niepokornych tłumów o Bożym gniewie i palącej zemście, która zmiecie w pył utkany z ludzkiej próżności i wyniosłości świat ułudy. Prorocy wypowiadali się z wielką powagą i nie dbali o *decorum*, ponieważ zasadniczo mówili tylko o dwóch sprawach: o życiu i o śmierci, a nie ma nic co razem wzięte brzmiałoby poważniej. Prorocy nie byli poetami, i nie dbali o kunszt słowa. Ich

¹² R. Braidotti, *Metamorphoses: Towards a Materialist Theory of Becoming*, Cambridge 2002, s. 10.

słowa miały być jak grom z nieba. Ich powaga była oczywista ale dość bezosobowa. Trudno mówić poza tym o relacji proroków z wypowiedzianym przez nich słowem, ponieważ ich słowa należały do Boga. Prorocy nie mówili ani o sobie, ani od siebie¹³. Moje przykłady ukazują natomiast bardzo osobistą relację ze słowem. A powaga, jaka wypowiedzi te cechuje, nie wynika ani z doboru słów, ani z wyboru tematyki. Troska i powaga mają w mowie, jak pokażę, różnorakie realizacje.

2.1. Filozofia jako „mówienie przy łóżku chorego”

Pierwszy przykład pochodzi ze skromnej objętościowo książeczki o przejmująco bolesnej treści, z dzieła *Choroba na śmierć* (1848) autorstwa Sorena Kierkegaarda, które traktuje o rozpacz. Chcę zwrócić uwagę przede wszystkim na przedmowę, w której Kierkegaard wyjaśnia, dlaczego pisze o rozpacz tak, jak pisze, gdzie omawia formułę swojego wywodu, i wskazuje tym samym, jak w jego mniemaniu należy pisać o rzeczach ważnych (bo o nieważnych pisać nie warto). Przy czym już w owej przedmowie występuje również znacząca dla naszych rozważań kombinacja. Kierkegaard przyznaje, że jego „punkt widzenia”, jego perspektywa, jest chrześcijańska, i łączy postawę religijną, którą reprezentuje, z – troską oraz powagą¹⁴. Jak jednak rozumie te pojęcia? Czy jego rozważania wnoszą coś nowego? Co będzie stanowiło troski i powagi przeciwieństwo?

„[S]amotn[y] wobec Boga, samotn[y] w okropnym napięciu i okropnej odpowiedzialności”¹⁵, Kierkegaard podejmuje temat rozpacz, „najstraszliwszej nędz[y] duchow[ej], z której wyleczyć może tylko śmierć, śmierć dosłowna”¹⁶. W przedmowie wyjaśnia, jak i dlaczego właśnie tak będzie pisał o rozpacz. Broni się tym samym przed możliwymi zarzutami. Zdaje sobie bowiem sprawę, że forma jego wywodu może dziwić, może się wydać nie dość adekwatna do wybranej tematyki, w odniesieniu do głębi problemu, jaki porusza. Jaką zatem formę wywodu obiera i co może w niej dziwić?

Kierkegaard z jednej strony decyduje się pisać o rozpacz „jak seminarzysty”: w sposób ścisły, klarowny i logiczny. Definiuje, klasyfikuje, zbiera w grupy i podgrupy. Porządkuje i systematyzuje wszystko to, co intuicja podpowiada mu

¹³ Zob. A.J. Heschel, *Prorocy*, A. Gorzkowski (tłum.), Kraków 2014.

¹⁴ S. Kierkegaard, *Choroba na śmierć*, J. Iwaszkiewicz (tłum.), Poznań 1995, s. 9–10.

¹⁵ Tamże.

¹⁶ Tamże, s. 10.

o rozpacz – tym najbardziej mrocznym i dotkliwym z ludzkich schorzeń. Wyrzeka się jednocześnie stylu „uroczystego”, ponieważ ten z kolei zbyt łatwo i zbyt szybko skupia uwagę czytelnika na samym sobie i przysłania właściwy problem, a wywód o rozpacz winien przekraczać granice języka i być „budujący”. Rozpacz zabija. Rozpacz trzeba leczyć. Filozof jest zatem jak „lekarz przy łóżku chorego”. Ma wspierać, ma „budować”, ma pomagać pokonać chorobę¹⁷. Owo budowanie wpisane w chrześcijańską filozofię rozumie niemniej Kierkegaard na wiele sposobów.

...troska o związek z „rzeczywistością osobowej egzystencji...”

W jaki sposób język, styl wyводу, „buduje”, zostało już częściowo powiedziane – za pomocą klarownej i starannej struktury. Wszystkie definicje, klasyfikacje, wszelakie formy porządkujące argument stanowią swoiste wsparcie dla przekazywanej myśli. Ale „budować”, wspierać, można również na poziomie treści. Takie właśnie budowanie, wzmacnianie argumentu dokonuje się przez tegoż argumentu związek z – życiem. Prawdziwie chrześcijański, czyli „budujący”, wywód charakteryzuje troska o związek z „rzeczywistością osobowej egzystencji”¹⁸, której to rzeczywistości nie należy porzucać, którą trzeba nieustannie budować, czyli podtrzymywać ów związek nawet wówczas, gdy wydaje się to sprawą beznadziejną. Mówić (pisać) jak „lekarz przy łóżku chorego”, czyli – właśnie – podtrzymywać związek z życiem, które boli, może nawet już męczy, ale nie wolno od tego „łóżka”, od miejsca, w którym toczy się walka, odstąpić, uciec w abstrakcję lub zabawę („nie jest chrześcijańskim bohaterstwem oszukiwać siebie ideą czystego człowieczeństwa lub traktować jak zabawę dzieje świata”¹⁹). Dlatego też paradoks wpisany w formę przekazu, na jaką się decyduje, Kierkegaard określa następująco: „Ta mała książeczka w pewnym sensie jest tak skomponowana, że mógłby ją napisać seminarzysta; w innym sensie może jednak jest tak, że nie każdy profesor mógłby ją napisać”²⁰. Paradoksalne jest to, kto i w jakim sensie jest w stanie lub nie

¹⁷ Tamże, s. 9–10.

¹⁸ Tamże, s. 10.

¹⁹ Tamże.

²⁰ Tamże.

udźwignąć ciężar wymagań, jakie stawia pisanie o rozpaczach. O rozpaczach, na tematy ważne i poważne, może się wypowiadać w sposób właściwy (budujący) nawet „seminarzysta” (uczeń, ktoś, kto dopiero się szkoli, wprawia w pisanie), ale nie każdy – profesor. Nie każdy bowiem „profesor”, człowiek uczony, wykształcony i dojrzały, pojmując, czym są chrześcijańska troska i powaga, i potrafi zachować ów związek z życiem, który tak bardzo w tym względzie jest istotny. Aby pisać o sprawach ważnych, ważne jest coś więcej niż intelekt i sprawne posługiwanie się słowem. Troska i powaga niekoniecznie przychodzą też z wiekiem. Troski i powagi nie należy utożsamiać z wyczerpaniem sił witalnych właściwym wiekowi dojrzałości, czy wręcz starości. Powaga jako związek z „rzeczywistością osobowej egzystencji” chroni i afirmuje życie w jego prawdzie i istocie, i dlatego może być bliższa życiu niż celowe jej podważanie. Powaga nie wyklucza zaproszenia do zabawy, i nie stanowi zabawy przeciwieństwa. Respektuje jednak ramy, które zabawa, jak i każda inna ludzka czynność i aktywność, potrzebuje. Respektuje również tę część ludzkiej egzystencji, której nie wolno i nie sposób traktować w sposób lekki i bez-troski.

2.2. Cóż gorszego niż „chytra dwuznaczność”?

Kolejny przykład troski i powagi będzie stanowić dla nas postawa J.H. Newmana (świętego Kościoła katolickiego i kardynała). Jak wiadomo, jako jeden z bardziej znaczących reformatorów anglikanizmu dokonał on głośnej konwersji na katolicyzm, co wstrząsnęło życiem publicznym w Anglii. Newman stracił wówczas niemal wszystko: pracę, pozycję, przyjaciół, akceptację rodziny, dobre imię. Takie konsekwencje swojej decyzji przyjął jednak z zadziwiającym spokojem i pokorą. Wycofał się z życia publicznego, przez ponad dwadzieścia lat nie odczuwał potrzeby, aby bronić się przed zarzutami, niczego publicznie nie próbował tłumaczyć czy uzasadniać. Punktem zwrotnym okazała się natomiast polemika z Charlesem Kingsleyem, protestanckim pisarzem i profesorem historii w Cambridge, który w roku 1864 skomentował konwersję Newmana i jej skutki następująco: „Odtąd [...] mam tak samo, jak każdy uczciwy człowiek, wątpliwości i obawy co do każdego słowa, jakie dr Newman może napisać. Jakże mogę powiedzieć, że nie stanę się ofiarą jakiejś chytrej dwuznaczności [...]”²¹. Dla Newmana takie postawienie sprawy było wstrząsem, który porównuje do ataku na podstawy własnej

²¹ J.H. Newman, *Apologia pro vita sua*, S. Gąsiorowski (tłum.), Fronda, Warszawa 2009, s. 38.

egzystencji. Widać to choćby wówczas, gdy nazywa wypowiedź Kingsleya zatruciem studni²² czy też próbą usunięcia gruntu spod nóg²³. Po czymś takim życie nie jest niemożliwe. Chyba że atak uda się odeprzeć ... I to właśnie Newman uczynił, kiedy, wbrew swoim wcześniejszym postanowieniom, decyduje się napisać książkę „o sobie samym”, upublicznić swoje „najbardziej osobist[e] myśli i uczucia”²⁴. *Apologia pro vita sua* (1864, *W obronie mojego życia*) to duchowa autobiografia, gdzie krok po kroku, z zadziwiającą starannością i dbałością o szczegóły, Newman, wyzwany na pojedynek, tłumaczy meandry podjętej kilkadziesiąt lat wcześniej decyzji.

...troska o wiarygodność naszych słów...

Zapytajmy jednak: cóż szczególnego, wyjątkowego było w tej akurat wypowiedzi? Co aż tak bardzo poruszyło Newmana i skłoniło go do działań, których nie planował, więcej, którym się wcześniej wewnętrznie sprzeciwiał? Jak sam tłumaczy, Kingsley podważył wiarygodność *jakichkolwiek* słów wypowiedzianych przez niego publicznie, teraz i później. Jego adwersarz zapragnął wsączyć w umysły słuchających i czytających Newmana przekonanie, że bawi go „igranie słowami”, że stara się on zwieść, przechytrzyć swojego odbiorcę, że stosuje uniki, niedopowiedzenia, a czyni to na tyle zręcznie, że może jednocześnie zachować wszelkie pozory prawdziwości swojego argumentu. Już samo sformułowanie tytułu polemicznej broszury Kingsleya jest wiele mówiące. *Cóż więc ma na myśli dr Newman?* – takie pytanie ma teraz towarzyszyć czytelnikom i słuchaczom Newmana, jako subtelna (lub nie) sugestia, że jego celem co do metody jest „chytra dwuznaczność”. Newman słusznie zauważa, że takie postawienie sprawy uniemożliwiłoby jakąkolwiek uczciwą komunikację. Taki obraz jego osoby, takie przyjęte na jego temat założenie, równałoby się pewnemu rujnującemu zaufanie uprzedzeniu, przekonaniu odbiorcy, że „gdy [jego] rozumowanie jest przekonujące, to jest ono tylko sprytne,

²² „Usiłował on popełnić wielkie wykroczenie. Usiłował (tak to mogę nazwać) zatruci studnię”, tamże, s. 37.

²³ „[N]iemęskie usiłowanie usunięcia mi gruntu spod nóg”, tamże, s. 38.

²⁴ Tamże, s. 29.

a gdy [jego] twierdzenia są nie do odparcia, to zawsze jest coś, co usunięto z oczu lub ukryte zostało w rękawie [...]”²⁵.

W życiu, zdaje się mówić Newman, możemy stracić i oddać wszystko poza troską o wiarygodność naszych słów. Słowa, które wypowiadamy, niezmaczone nadmiarem formalnych gier, winny sięgać osobowej głębi i wiernie ją odzwierciedlać. Muszą zachować swoją czystość i przejrzystość, nikt nie może zatem systemowo podważać ich związku z (afirmowaną też przez Kierkegaarda) „rzeczywistością osobowej egzystencji”.

2.3. O pułapkach paradoksu

Zarówno wywód Kierkegaarda, jak i Newmana cechuje powaga, także ta dosłowna i zrozumiała w sensie potocznym. Doświadczenie rozpacz, podważenie wiarygodności czyichś słów to sprawy poważne same w sobie, trudno kwestionować ich wagę i powagę. Inaczej pisze o życiu angielski dziennikarz, publicysta, pisarz, obrońca chrześcijańskiej ortodoksji, i podobnie jak Newman, konwertyta – Gilbert Keith Chesterton, nazywany też „radosnym prorokiem”. Ową postawę wobec życia widać wyraźnie w jego znanym dziele *Ortodoksja* (1905). Chesterton zna ciemne strony życia, ale życie afirmuje. Pisząc w perspektywie chrześcijańskiej, postrzega rzeczywistość po grzechu pierworodnym jako świat „w kawałkach”. Świat rozpadł się na części. Poszczególne części są dobre, ale razem nie mają sensu, nie układają się w sensowną całość. Świat trzeba na nowo poskładać i nadać mu sens. Pisze o tym jednak Chesterton, i takiego zadania się podejmuje, w typowym dla siebie stylu. Lekkim piórem, za pomocą ciętego języka, miejscami w sposób niemal barokowy, przeładowany metaforami, iskrzący się zabawnymi powiedzeniami. Ten sam Chesterton deklaruje jednakże z całkowitą powagą, że – paradoksalnie? – nie ma w jego mniemaniu nic bardziej godnego pogardy niż „paradoks stworzony dla samego paradoksu”²⁶. Nie znosi także sofistyki, owej „błyskotliw[ej] obron[y] tego, czego naprawdę obronić nie sposób”.²⁷ Siebie samego przedstawia z kolei jako „głupka”, który z „rozdziawioną gębą” przygląda się życiu, i robi to, co mu się każe²⁸, a za największy życiowy autorytet uważa swoją nianię, która w dziecięcym

²⁵ Tamże, s. 46.

²⁶ G.K. Chesterton, *Ortodoksja*, M. Sobolewska (tłum.), Warszawa 2012, s. 13.

²⁷ Tamże.

²⁸ Tamże, 93.

pokoiku otworzyła przed nim świat baśni²⁹. Chesterton utożsamia bowiem chrześcijaństwo z rzeczywistością baśniową. Nie dlatego, że w jego przekonaniu chrześcijaństwo to świat zmyślony, ale dlatego że w obu tych światach prawidłowe funkcjonowanie opiera się na zaufaniu. Oba zakładają też zawieszenie ludzkiej pychy i przekonania o własnej samowystarczalności. Twierdzi przy tym Chesterton, że nieodłączną składową zaufania jest wdzięczność: wdzięczność za to, co dzięki zaufaniu otrzymujemy. W chrześcijaństwie (i baśniach) dochodzi więc do głosu, a przynajmniej powinna wybrzmieć, także wdzięczność. Za życie, które jest przygodą trudną, ale taką, która może mieć dobre zakończenie. Życie jest paradoksem, ale nie: formalnym, nie: językowym; ten paradoks trzeba przezwyciężyć, dążąc niemniej do jego uproszczenia, czyli zrozumienia, troszcząc się zatem o „poskładanie świata na nowo”, zamiast dalszego dzielenia i kawałkowania.

Życie jest paradoksem, ale nie: formalnym,
nie: językowym; ten paradoks trzeba
przezwyciężyć, dążąc niemniej do jego
uproszczenia, czyli zrozumienia, troszcząc się
zatem o „poskładanie świata na nowo”, zamiast
dalszego dzielenia i kawałkowania.

2.4. W ciemnym pokoju

Ostatni przykład pochodzi z pism Ronalda Knoxa, syna anglikańskiego biskupa, który także dokonał konwersji na katolicyzm, co więcej, został katolickim księdzem. To fragment dzieła *Ukryty strumień* (*The Hidden Stream*, 1952), a dokładnie rozdziału, w którym Knox podejmuje się rozważań na temat wątpliwości, jakie mogą towarzyszyć wierze w Boga. To ważna dla nas refleksja. Z jednej strony Knox postuluje bowiem konieczność podejmowania debaty na najbardziej wymykające się poznaniu i słowom tematy, z drugiej – odcina się od manieri prowadzenia dysputy niejako „w ciemno”, bez jasnego określenia jej przedmiotu. Píše

²⁹ Tamże, s. 81, 97.

o takim podejściu do trudnych do uchwycenia kwestii w sposób żartobliwy ale i plastyczny:

niepokoi mnie, kiedy cały [...] argument przeradza się w dyskusję nad tym, czy metafizyka w ogóle istnieje, bo zwykle wtedy ludzie zaczynają mówić o ślepym człowieku w ciemnym pokoju, który szuka czarnego kota, którego tam nie ma. Jest to taki moment w dyskusji, w którym wymykam się, twierdząc, że muszę sobie odprasować koszulę na jutro³⁰.

...brak troski o jednoznaczność i klarowność...

Tego rodzaju brak troski o jednoznaczność i klarowność, „szukanie w ciemnym pokoju czarnego kota, którego tam i tak nie ma”, wyrażać może między innymi brak troski o ustalenie treści prowadzonej rozmowy. Czy wiemy, o czy mówimy? Czy *chcemy* wiedzieć? Czy uważamy to za bezwzględnie konieczne? A może sama przyjemność prowadzenia debaty zastępuje pytanie o jej temat i celowość? Sytuacja, jaką kreśli Knox, przypomina rozmowę podejmowaną dla samej przyjemności rozprawiania o nieuchwytności wyznaczonego celu. Odnoszę przy tym wrażenie, że takie podejście staje się współcześnie coraz bardziej popularne. A ci, których urzekły bezcelowość i enigmatyczność jako takie, powiedzieliby zapewne, że nie ma lepszej zabawy niż ta opisana przez Knoxa (i założyli do niej najlepszą, wcześniej już wyprasowaną koszulę).

3. O TROSCE (I POWADZE) RAZ JESZCZE

„Męstwo bycia to akt etyczny, w którym człowiek afirmuje własny byt wbrew tym elementom swego istnienia, które sprzeciwiają się podstawowej afirmacji człowieka”³¹, napisał Tillich na początku innego swojego dzieła, o tytule *Męstwo bycia* (1952). Wypowiada się tam ogólnie, o kondycji ludzkiej. Nie jest łatwo życie afirmować, ponieważ wiele elementów ludzkiej egzystencji takiej afirmacji się sprze-

³⁰ R.A. Knox, *Ukryty strumień*, K.K. Koehlerowie (tłum.), Warszawa 2005, s. 43.

³¹ P. Tillich, *Męstwo bycia*, H. Bednarek (tłum.), Poznań 1994, s. 9.

ciwia. Mimo to afirmować trzeba. Co to oznacza? Na czym taka afirmacja polega? Czy nie byłaby to forma zaprzeczania faktom, zafałszowywania rzeczywistości?

„Dziwne czasy, w których dzieją się dziwne rzeczy” – przypomnijmy przywołane wcześniej słowa Braidotti odnoszące się do naszej współczesności. Zapytałam wówczas, czy fakt, że żyjemy (żyje się) w „dziwnych czasach” usprawiedliwia/wymusza/uzasadnia aż tak udziwnioną formę nad tymi dziwnymi czasami refleksji jak ta, którą proponuje i promuje Braidotti? Dla mnie osobiście to ważne pytanie. Uważam bowiem, że jeśli coś w istocie wyróżnia nasze czasy to nie jest to ich aż tak szczególne skomplikowanie. A zatem forma wyrazu, która zmierza ku deformacji i odrealnieniu rzeczywistości, która ignoruje potrzebę ładu i celowości³², gdzie indziej być może znajduje swoje uzasadnienie.

...brak troski o ustalenie treści prowadzonej rozmowy...

Na przywołane przeze mnie przykłady można spojrzeć w innej jeszcze perspektywie – poszukując w nich – choćby zarysu – pewnego obrazu świata. Okazuje się, że nawet pojedyncze wypowiedzi mogą nas na taki zarys naprowadzić. Twierdzę, że obraz globalny koresponduje z obrazami częściowymi; obraz globalny świata, jaki w sobie nosimy, współbrzmi i współgra z symbolami, jakimi się posługujemy, owym metaforycznym tworzywem myśli. Jednocześnie obraz świata może stanowić też pewną odpowiedź, czym jest, jak jest przez nas rozumiane, owo niepodlegające dyskusji skomplikowanie („dziwność”) ludzkiej egzystencji.

W paradygmacie chrześcijańskim świat, po wstrząsie, jakim był (jest) grzech pierworodny, jest dziwny/skomplikowany u swych podstaw. Świat rozpadł się, jest w „kawałkach” (Chesterton), pogrążony „w ciemnościach” (Knox); wszyscy „chorujemy” (Kierkegaard); „fundamenty” ludzkiej egzystencji zostały zachwiane, a jego „głębia” zatruta (Newman). Taki świat można uratować, taki świat należy i można poskładać na powrót w sensowną całość, i taki właśnie świat domaga się afirmacji pomimo swojej niedoskonałości, bo jest jedynym światem, jaki mamy, i jedynym naszym zadaniem. Taki świat cechuje też różnorodność,

³² A tak właśnie odbieram styl Braidotti.

niejednorodność, dynamizm, zmienność – „dziwność”, skomplikowanie. I taki właśnie świat, rozumiany także w mikroskali jako jednostkowe pogmatwane wnętrza, domaga się afirmacji, ale i troski, aby owa skomplikowana i bolesna przygoda, jaką jest życie, okazała się ostatecznie przygodą udaną.

...troski, aby owa skomplikowana i bolesna
przygoda, jaką jest życie, okazała się
ostatecznie przygodą udaną

U Braidotti z kolei, nawet w tak krótkiej wypowiedzi, odnajdujemy skrajnie odmienne, ale równie znajome tropy. „Przepaść” – a zatem nicość zamiast istnienia; „mapa” – symulacja (symulakra) zamiast rzeczywistości. W tym świecie również jest pole do działania (i pisania), ale tylko tu i teraz (co Braidotti sama podkreśla), bez odniesień do tego, co *ostateczne, nieskończone, bezwarunkowe*.

BIBLIOGRAFIA

- Braidotti R., *Metamorphoses: Towards a Materialist Theory of Becoming*, Cambridge 2002.
Chesterton, G.K., *Ortodoksja*, M. Sobolewska (tłum.), Warszawa 2012.
Heschel A.J., *Prorocy*, A. Gorzkowski (tłum.), Kraków 2014.
Kierkegaard S., *Choroba na śmierć*, J. Iwaszkiewicz (tłum.), Poznań 1995.
Knox R.A., *Ukryty strumień*, K.K. Koehlerowie (tłum.), Warszawa 2005.
Newman J.H., *Apologia pro vita sua*, tłum. S. Gąsiorowski (tłum.), Warszawa 2009.
Tillich P., *Theology of Culture*, Robert C. Kimball (ed.), Oxford 1972.
Tillich P., *Męstwo bycia*, H. Bednarek (tłum.), Poznań 1994.

Biogram

Marta Zając, literaturoznawca, doktor habilitowana, profesor Uniwersytetu Śląskiego, od ukończenia studiów związana z kierunkiem: filologia angielska. Jest autorką dwóch monografii: *The Feminine of Difference. Gilles Deleuze, Hélène Cixous and Contemporary Critique of the Marquis de Sade* (Frankfurt 2002) oraz *Przestrzeń kobiety w chrześcijańskiej koncepcji Boga. Głosy teologów XX-wiecznych a (kon)teksty feminizmu* (Katowice 2013), jak również kilkudziesięciu artykułów w języku polskim i angielskim. Zainicjowała i zredagowała interdyscyplinarne tomy: *Figury i znaczenia mądrości* (Katowice 2016) oraz *Studia hebraica* (Katowice 2019). Prowadziła badania naukowe w takich ośrodkach jak

Uniwersytet Stanforda, University of Manchester, University of North London. Uczestniczyła w krajowych i zagranicznych konferencjach w Polsce, Europie, Kanadzie i Australii. Przez kilka lat kierowała *Gender Studies Centre*. Obecnie zajmuje się teologią kultury. Interesuje się również śladami judaizmu w chrześcijaństwie i kulturze Zachodu, w latach 2016–2018 uczestniczyła w spotkaniach Seminarium Wiedzy o Hebrajszczyźnie Biblijnej. ORCID 0000-0003-3190-7759

Bogumiła Fiołek-Lubczyńska

Uniwersytet Łódzki

**Artur Mamcarz-Plisiecki: *Filozofia i retoryka filmu.*
Perspektywa realizmu filozoficznego,
Polskie Towarzystwo Tomasza z Akwinu,
Lublin 2019, ss. 352.**

Publikacja Mamcarz-Plisieckiego składa się z trzech części. Pierwsza *Teoretyzowanie dzieła filmowego* poświęcona jest badawczym kręgom teorii filmu. Można przeczytać w niej o „Totalnej” filozofii filmu Stanleya Cawella, kognitywizmie Dawida Bordwella czy filozofii Gillesa Deleuze’a. W tej części rozprawy pojawiają się również dwa inne nazwiska, które należy połączyć z poruszonym zagadnieniem relacji filmu i filozofii, czyli Tomas E. Wartenberg i Noël Carrol. Druga część rozprawy rzuca światło na problem statusu bytowego filmu i wszelkich kontekstów tworzących to zjawisko. Trzecia część zatytułowana *Działanie filmu – retoryczne analizy audiowizualności*, to – jak zauważa Autor rozprawy – część teoretyczno-analityczna. Retoryka prezentuje się tutaj jako metoda analizy i interpretacji dzieła filmowego.



„Łączenie ze sobą filozofii, filmoznawstwa i retoryki – zauważa badacz we *Wstępie* – nie wydaje się przedsięwzięciem fortunnym” (s. 5). Stwierdzenie to trzeba rozwinąć o kolejną uwagę, że pisanie o triadzie, jaką tworzą filozofia, filmoznawstwo i retoryka nie jest łatwe. Artur Mamcarz-Plisiecki wyjaśnia w swojej publikacji specyfikę nauk (filozofii i filmoznawstwa) oraz retoryki, która bywa nazywaną „Królową Nauk”¹, ale zdarza się łączyć ją z określeniem sztuki zamiast z nauką samą w sobie. Badania nad filozofią i filmem nie mają długiej tradycji, choć związki kina i filozofii istnieją od początku rozwoju myśli filmowej².

Rozprawa Mamcarz-Plisieckiego jest dowodem na to, że trwa nie tylko światowy renesans badań poświęconych retoryce, ale również renesans na poszukiwanie nowych sposobów badań nad tekstami kultury. W 2005 roku ukazał się specjalny numer czasopisma „Critique”, zatytułowany *Cinéphilosophie*, i termin ten, „kinofilozofia”, zadomowił się we francuskojęzycznej i anglojęzycznej literaturze przedmiotu (ang. *filmosophy*). W Polsce funkcjonuje w bardzo niewielkim stopniu, dlatego wydaje się wart opracowania, tak jak różne aspekty relacji kino – filozofia. Tematyce tej poświęcona jest książka Juliette Cerf *Cinéma et philosophie* (2009), będąca próbą syntezy omawianej problematyki. Po wspomnianej książce rozprawa Mamcarz-Plisieckiego wyznacza kierunek badań nad tym ważnym nurtem „kinofilozofii”.

Lata 70. minionego stulecia przyniosły wyraźny renesans zainteresowań retoryką. Zwiastunem tego ożywienia było pojawienie się w 1967 roku cenionego amerykańskiego kwartalnika „Philosophy and Rhetoric”. Po długiej, trwającej ponad półtora wieku przerwie, dziedzina ta budzi coraz większe zainteresowanie. „Teraźniejszy renesans retoryki – pisze we wprowadzeniu do *Retoryki dawniej i dzisiaj* Michał Głowiński – wynika stąd (...), iż jest ona w stanie odpowiedzieć na pewne współczesne pytania, że koresponduje z zainteresowaniami teorią komunikacji. Renesans ten ma różne przejawy i ogarnia wiele dziedzin, od filozofii języka poczynając (...), a na praktycznych problemach, związanych z perswazyjnymi właściwościami mowy, kończąc”³. Głowiński zwraca uwagę, że odcisnęło to piętno na wiedzy o literaturze i wyraziło się w próbach aktualizowania retoryki tradycyjnej i tworzeniu retoryki nowej, w czym znaczną rolę odegrała zbiorowa publikacja *Rhétorique générale* (1970) opracowana przez grupę uczonych z Liège.

¹ Autorem tego nazewnictwa jest J. Z. Lichański.

² Zob.: H. Bergson, *Ewolucja twórcza*, przeł. F. Znaniecki, Kraków 2004.

³ M. Głowiński: *Retoryka dawniej i dzisiaj*, „Pamiętnik Literacki” 1977, z. 1, s. 201.

Renesans retoryki objął również Polskę⁴. W „Pamiętniku Literackim” z 1977 roku ukazały się przekłady 10 artykułów autorstwa Kennetha Burke’a, Rolanda Barthesa, Renate Lachmann, Tzvetana Todorova, Bertholda Emricha i innych. Dotyczyły one w znacznej mierze problemów z zakresu komunikacji literackiej i prób przekładu retoryki na język lingwistyki i semiotyki. Taką możliwość stwarzał, według Renate Lachmann, międzyjęzykowy i międzykulturowy charakter retoryki⁵. Osiem lat później – w 1985 roku – ukazało się w „Pamiętniku Literackim” dalszych pięć przekładów, w tym Rolanda Barthesa *Retoryka obrazu* i Gui Bonsiepe’a *Retoryka wizualno-werbalna*. Oba teksty dotyczyły reklam, ale miały na celu – przede wszystkim – zwrócenie uwagi na fakt, że retoryka to nauka wszechstronna, która może wyznaczać strukturę tekstów słownych, jak i obrazowych. Był to swoisty początek tzw. retoryki audiowizualnej. Między innymi dzięki badaniom Bonsiepe’a i Barthesa mogła w późniejszym czasie powstać retoryka mediów, w tym filmu⁶. Przeglądu kierunków badawczych retoryki dokonała Barbara Bogołębska w pracy pt. *Współczesne polskie badania nad retoryką i jej zastosowaniami*. Autorka stwierdza, że stan badań świadczy, „iż nie jest to już zaniedbana dziedzina wiedzy humanistycznej i że wciąż trwa renesans”⁷ tychże badań. Autor *Filozofii i retoryki filmu* trafnie – jak sądzę – zauważa, że powstaje wiele prac poświęconych retoryczności, w których retoryka w niewielkim stopniu nawiązuje do klasycznej jej odmiany i występuje w formie metafory. Tym samym Autor recenzowanej rozprawy dostrzega w książce Mamcarz-Plisieckiego podwaliny dla badań systemowych retoryki, jak i retoryczności, której współczesny rozkwit nie powinien dziwić ze względu na podejmowanie przez uczonych badania różnych tekstów kultury, pochodzących z różnych mediów – werbalnych, audialnych i audiowizualnych. Retoryka filmu ma już swoją światową tradycję, ale i na rodzimym gruncie powstają opracowania, którym retoryczna metoda analizy

⁴ Wśród polskich badaczy o *new rhetoric* piszą m.in.: B. Bogołębska., J. Z. Lichański, G. Matuszek, M. Skwara, W. Pisarek.

⁵ R. Lachmann, *Retoryka a kontekst kulturowy*, „Pamiętnik Literacki 1977, z. 2, s. 259.

⁶ Nie bez znaczenia była również semiotyczna analiza obrazu oraz opis niektórych aspektów topiki i figur retorycznych U. Eco, *Einführung in die Semiotik*, München 1972, s. 267–275.

⁷ B. Bogołębska, *Współczesne polskie badania nad retoryką i jej zastosowaniami*, „Folia Litteraria Polonica” 2005, nr 7, s. 14. O tym pisali w Polsce również np.: A. D. Jaroszyńska, *Krytyka retoryczna w Stanach Zjednoczonych Ameryki*, „Pamiętnik Literacki” 1988, z. 3 i J. Kieraś-Łach, *Filozofia i retoryka. Kontekst myśli „Nowej retoryki” Chaima Perelmana*, Academicum Wydawnictwo Naukowe, Lublin 2015.

dzieła filmowego nie jest obca. Bardzo ciekawie prezentuje się w *Filozofii i retoryce filmu* propozycja analityczna, uwzględniająca – jak chce Autor – klasyczną postać retoryki (s. 209). Retoryczne metody analizy audiowizualności, do których film niewątpliwie został zaliczony, otrzymały ważny kierunek – „od «aktu» filmu aż do jego przyczyny” (s. 12). Autor proponuje również poziomy analizy, które określa klasyczny podział retoryki.

Książka Mamcarz-Plisieckiego stanowi lekturę trudną, ponieważ narracja jest gęsta, nie ma w niej miejsca na puste słowa, stanowi wyzwanie dla czytającego. Nie jest to rozprawa dla czytelnika rozpoczynającego naukę, który chciałby poznać podstawy triady, jaką tworzy film, filozofia i retoryka. Są w rozprawie miejsca, które w ciekawy sposób prezentują np. historię retoryki klasycznej, teorię dzieła filmowego i jego związki z filozofią. *Filozofia i retoryka filmu* to pozycja bibliograficzna dla tych, którzy czują potrzebę humanistycznego pogłębiania wiedzy, a także otwartych na nowe propozycje w zakresie metodologii i badań jednoznacznych dziedziny wiedzy, która współlistnieje w tradycji od wielu wieków.

Biogram

Bogumiła Fiołek-Lubczyńska – adiunkt, Katedra Dziennikarstwa i Komunikacji Społecznej Uniwersytetu Łódzkiego. Autorka monografii pt. *Film, telewizja i komputery w edukacji humanistycznej. O audiowizualnych tekstach kultury*, Impuls, Kraków 2004 i *Retoryczność w filmowych obrazach świata* Andrzeja Fidyka, Wydawnictwo Uniwersytetu Łódzkiego, Łódź 2016. Zainteresowania naukowe wpisują się w zakres badań związków audiowizualnych tekstów kultury (film dokumentalny, reportaż telewizyjny, film autorki) i retoryki.

ORCID 0000-0001-9180-7237