

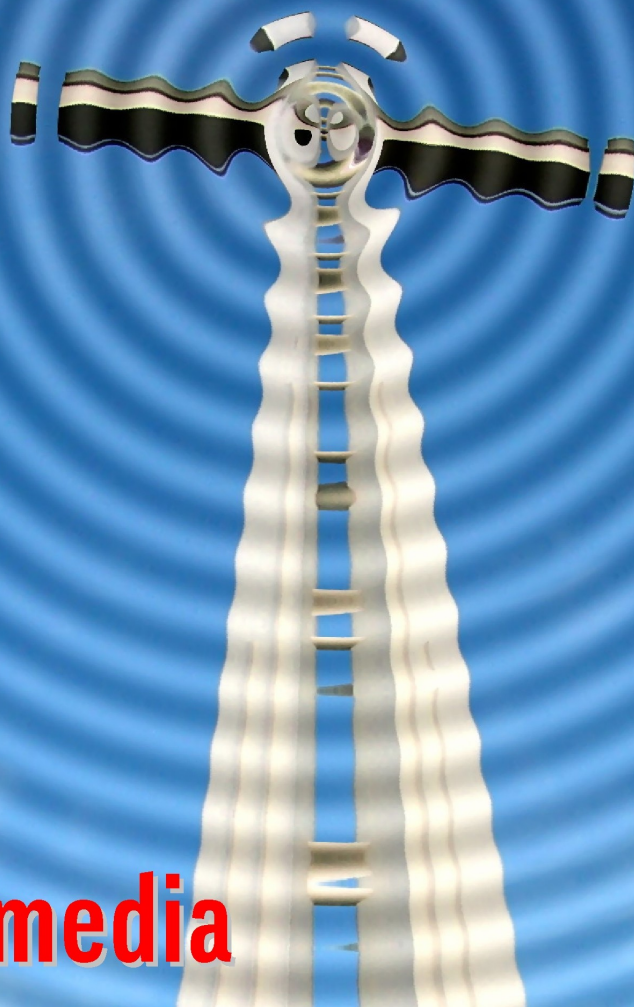
KULTURA Media TEOLOGIA

10

2012

ISSN 2081-8971

KWARTALNIK
NAUKOWY
WYDZIAŁU
TEOLOGICZNEGO
UKSW W WARSZAWIE



TEMAT NUMERU:

Religia i media

Szanowni Państwo!

Wiemy, że praca naukowa, choć nieraz żmudna, potrafi być źródłem wielkiej satysfakcji. Jednak jest ona pełna dopiero, gdy można wynikami swej pracy podzielić się ze światem; gdy owe wyniki są szeroko znane i komentowane. Niestety, tradycyjne papierowe czasopiśma naukowe mają ograniczony zasięg i znikomą liczbę egzemplarzy. Ponadto na publikację trzeba czekać nawet kilkanaście miesięcy, co bywa powodem uzasadnionej frustracji.

Istnieje jednak proste rozwiązanie tego problemu!

Kwartalnik internetowy „Kultura-Media-Teologia” jest recenzowanym pismem naukowym, powołanym w styczniu 2010 r. i wydawanym online od lipca 2010 r. pod adresem www.kmt.uksw.edu.pl przez Wydział Teologiczny UKSW w Warszawie. **Artykuły są zamieszczane na stronie www i w postaci pliku pdf**, co znacznie ułatwia cytowanie, umożliwiając podawanie numerów stron. Natomiast **publikacja w internecie oznacza szersze dotarcie do odbiorców**, a przez to wzrost cytowalności. **Skraca także niewymownie czas oczekiwania na publikację**, który w naszym czasopiśmie może wynieść nawet mniej niż 3 miesiące, co w wypadku czasopism naukowych jest tempem iście ekspresowym!

Ponadto artykuły opublikowane w KMT są szybko i bezproblemowo indeksowane w bazie Google Scholar Citations.

Wszystkie artykuły publikowane w kwartalniku są recenzowane. Recenzja jest obustronnie anonimowa. Recenzenci są wybierani przez redakcję, są nimi zarówno członkowie Rady Naukowej, jak i osoby spoza niej. Recenzenci krajowi są wybitnymi ekspertami w swoich dziedzinach i mają minimum stopień naukowy doktora i znaczący dorobek w dziedzinie, do której należy recenzowany artykuł. Aby wykluczyć dowolność recenzji, dokonuje się ona w oparciu o przygotowany przez redakcję, standardowy dla wszystkich recenzji, szablon.

Kwartalnik „Kultura-Media-Teologia” spełnia wszelkie wymagania stawiane pismom naukowym. W 2013 roku kwartalnik podda się ocenie parametrycznej Ministerstwa Nauki i Szkolnictwa Wyższego, tak by publikacja na łamach K-M-T była punktowana (aby było to możliwe, pismo musi się ukazywać co najmniej dwa lata).

Nasze atuty to:

- szeroki zakres dziedzin;
- szybkość publikacji;
- dopracowana szata graficzna;
- staranna redakcja;
- rozpowszechnienie artykułów i szansa na dużą cytowalność;

KULTURA MEDIA TEOLOGIA

Kwartalnik Wydziału Teologicznego UKSW w Warszawie

numer 10/2012

Religia i media

KULTURA – MEDIA – TEOLOGIA

KWARTALNIK NAUKOWY WYDZIAŁU TEOLOGICZNEGO UKSW W WARSZAWIE

ISSN 2081-8971

numer 10/2012

WYDAWCA: Wydział Teologiczny
Uniwersytetu Kardynała Stefana Wyszyńskiego w Warszawie,
ul. Dewajtis 5, 01-815 Warszawa

REDAKCJA: ks. dr Andrzej Adamski (redaktor naczelny)
dr Katarzyna Flader (zastępca redaktora naczelnego)
dr Marta Jarosz (sekretarz redakcji)
dr Marek Robak
dr Dominika Żukowska
dr Monika Przybysz
mgr Dagmara Jaszewska

RADA NAUKOWA: ks. prof. UKSW dr hab. Stanisław Dziekoński (UKSW)
ks. prof. UKSW dr hab. Witold Kawecki (UKSW)
ks. prof. dr hab. Henryk Seweryniak (UKSW)
prof. dr hab. Jan Stanisław Wojciechowski (UKSW-UJ)
prof. dr hab. Rafał Habielski (UW-UKSW)
prof. dr hab. Jerzy Olędzki (UW-UKSW)
prof. dr hab. Anna Zeidler-Janiszewska (SWPS)
prof. dr Michał Masłowski (Université Paris IV – Sorbonne)
prof. dr hab. Karol Klauza (KUL)
ks. prof. dr hab. Tadeusz Zasępa (Uniwersytet Katolicki
w Ružomberku – Słowacja)
Assoc. Prof. Andrius Vaišnys, Uniwersytet Wileński

KOREKTA: dr Marta Jarosz

SKŁAD: ks. dr Andrzej Adamski

LOGO I OKŁADKA: ks. dr Andrzej Adamski;
fot. na okładce: Jarosław Grudzinski | Dreamstime.com

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 w postaci pliku *.pdf

SPIS TREŚCI

RELIGIA I MEDIA.....	8
<i>Grzegorz Łęcicki</i>	
TEOLOGIA MEDIÓW AUDIOWIZUALNYCH JAKO WYZWANIE XXI WIEKU.....	9
<i>Anna Vaľková</i>	
MEDIÁLNA VÝCHOVA V KONTEXTE PREDMETU KATOLÍCKE NÁBOŽENSTVO.....	19
<i>Michał Konrad Małek</i>	
MŁODZIEŻOWE MEDIA ROZRYWKOWE ANTYNOMIĄ WYCHOWANIA.....	33
<i>Emilia Dudkiewicz</i>	
PROMOCJA MUZYKI SAKRALNEJ W KONTEKŚCIE WYCHOWANIA LITURGICZNEGO NA PRZYKŁADZIE AUDYCJI EMITOWANYCH NA ANTENIE RADIA WARSZAWA.....	47
<i>Adam Radosław Suławka</i>	
ROSYJSKA I ROSYJSKOJĘZyczna PRASA RELIGIJNA W II RZECZYPOSPOLITEJ.....	61
OBLICZA MEDIÓW.....	91
<i>Agnieszka Barczyk</i>	
CHARAKTERYSTYKA TELETURNIJÓW EMITOWANYCH W POLSKIEJ TELEWIZJI PUBLICZNEJ.....	92
<i>Peter Mikuláš</i>	
GLOBAL PATTERNS FOR NATIONAL STARS? CELEBREALITY IN SLOVAKIA.....	104
PRZESTRZENIE KULTURY.....	116
<i>Kamil Kamiński</i>	
BARBARZYŃSTWO W UJĘCIU MICHELA DE MONTAIGNE'A.....	117
SPRAWOZDANIA I OMÓWIENIA.....	128
<i>Bartosz Wieczorek</i>	
SZTUKA UMIERANIA.....	129

TEMAT NUMERU:

RELIGIA I MEDIA

Grzegorz Łęcicki

Teologia mediów audiowizualnych jako wyzwanie XXI wieku

Theology of audio-visual media as a challenge to the twenty-first century

STRESZCZENIE:

ANALIZA WSPÓŁCZESNEJ SYTUACJI KULTUROWEJ, CHARAKTERYZUJĄCEJ SIĘ DOMINACJĄ CYWILIZACJI WIZUALNEJ. UKAZANIE SPECYFIKI TEOLOGII MEDIÓW W KONTEKŚCIE TEOLOGII RZECZYWISTOŚCI ZIEMSKICH ORAZ TEOLOGII PRAKTYCZNEJ: PASTORALNEJ I KATECHETYKI. PRÓBA SFORMUŁOWANIA METODOLOGII, ZADAŃ, CELÓW I OBSZARÓW BADAWCZYCH TEOLOGII MEDIÓW AUDIOWIZUALNYCH JAKO DZIAŁU TEOLOGII ŚRODKÓW SPOŁECZNEGO PRZEKAZU. POSTULAT KWALIFIKOWANIA TEOLOGII MEDIÓW JAKO SUBDYSCYPLINY NAUK O MEDIACH ORAZ ZALICZANIA ICH DO NAUK HUMANISTYCZNYCH.

SŁOWA KLUCZOWE:

CYWILIZACJA OBRAZU, TEOLOGIA ŚRODKÓW SPOŁECZNEGO PRZEKAZU, NAUKI O MEDIACH, TEOLOGIA MEDIÓW AUDIOWIZUALNYCH

ABSTRACT:

ANALYSIS OF CURRENT CULTURAL SITUATION CHARACTERIZED BY DOMINATION OF VISUAL CIVILIZATION. PRESENTATION OF SPECIFICITY OF MEDIA THEOLOGY WITHIN CONTEXT OF EARTHLY REALITIES THEOLOGY AND PRACTICAL THEOLOGY: PASTORAL AND CATECHESIS. AN ATTEMPT TO DEVELOP METHODOLOGY, TASKS, PURPOSES AND FIELDS OF RESEARCH OF AUDIOVISUAL MEDIA THEOLOGY AS A FIELD OF SOCIAL COMMUNICATION MEANS THEOLOGY. A POSTULATE TO QUALIFY MEDIA THEOLOGY AS A SUB-DISCIPLINE OF KNOWLEDGE ABOUT MEDIA AND INCLUDE IT INTO HUMANISTIC FIELD OF STUDY.

KEYWORDS:

VISUAL CIVILIZATION, SOCIAL COMMUNICATION MEANS THEOLOGY, MEDIA STUDIES THEOLOGY, AUDIOVISUAL MEDIA THEOLOGY

Postęp w dziedzinie komunikacji (naturalnie, rozumianej w tym przypadku jako proces przekazu i rozpowszechniania informacji, a nie w aspekcie środków lokomocji i przemieszczania się) oraz rozwój środków społecznego przekazu spowodował w XX wieku istotne zmiany nie tylko cywilizacyjne, ale i kulturowe. Dostrzegali je kolejni papieże, w okresie pontyfikatu których pojawiały się nowe urządzenia i wynalazki medialne.¹ Specyficzne znaczenie środków społecznego przekazu zaakcentował także II Sobór Watykański (1962 – 1965); w dekrete *Inter mirifica*, ogłoszonym w 1963 roku ojcowie soborowi podkreślili wyjątkową wartość wynalazków medialnych, oddziałujących zarówno na poszczególnych odbiorców, jak i na całą społeczność². Aktualna ludzkość jest tak silnie zależna od mediów, że charakteryzowana bywa jako społeczeństwo zmediatyzowane³. „Media, które są współcześnie obecne w każdym obszarze ludzkiego życia, stają się jednocześnie nośnikami obecności człowieka w świecie”⁴. W dużej mierze twierdzenie to odnosi się również do mediów audiowizualnych.

Cywilizacja obrazu

Na rewolucyjne przemiany kulturowe, spowodowane rozwojem mediów audiowizualnych, filmu, a szczególnie telewizji, zwrócił szczególną uwagę papież Paweł VI (1963 – 1978). Z całą ostrością i przenikliwością dostrzegł on istotę radykalnej metamorfozy cywilizacyjnej, polegającej na odchodzeniu od dawnego, tradycyjnego modelu kultury i komunikacji, dla których głównym nośnikiem było słowo (głównie pisane), a kształtowaniu się nowej formy przekazu, a mianowicie ruchomego, udźwiękowionego obrazu, obecnego w domu, i stanowiącego nowy rodzaj poznania.⁵ Cywilizację obrazu papież Paweł VI określił jako nowy styl życia.⁶ Niewątpliwym powodem popularności kina, filmu i telewizji stała się ich atrakcyjność jako przekazu oddziałującego jednocześnie na słuch i wzrok. Znakiem oraz miernikiem popularności mediów audiowizualnych było i jest obliczanie czasu spędzanego przed telewizorem, a także liczby widzów uczęszczających do kina, bądź oglądających wybrany film. W dzisiejszych czasach prowadzi się zaś analogiczne badania dotyczące liczby godzin spędzonych przed ekranem komputera.

¹ Pius XI (1922 – 1939) w 1936 r. ogłosił pierwszą encyklikę (*Vigilanti cura*) dotyczącą kinematografii; w 1957 r. Pius XII (1939 – 1958) ogłosił encyklikę (*Miranda prorsus*) poświęconą radiu, kinu i telewizji. Na temat nowych mediów i wynalazków z dziedziny komunikacji społecznej wypowiadali się, najczęściej w orędziach na Światowe Dni Komunikacji Społecznej, papieże epoki posoborowej: Paweł VI, bł. Jan Paweł II, Benedykt XVI.

² Zob. Dekret *Inter mirifica o środkach społecznego przekazu*, p. 1 – 2. w: Sobór Watykański II, *Konstytucje, dekrety, deklaracje*, Poznań 2002, s. 87.

³ Zob. A. Adamski, *Media w analogowym i cyfrowym świecie. Wpływ cyfrowej rewolucji na rekonfigurację komunikacji społecznej*, Warszawa 2012, s. 12.

⁴ Tamże.

⁵ Zob. Paweł VI, *List apostolski Octogesima adveniens z okazji 80. rocznicy ogłoszenia encykliki Rerum novarum*, p. 20, Wrocław 1999, s. 23 – 25.

⁶ Zob. Paweł VI, *Adhortacja apostolska Evangelii nuntiandi o ewangelizacji w świecie współczesnym*, p. 42, Wrocław 2001, s. 35.

Zjawisko ekspansji mediów audiowizualnych, dominacji ikonosfery nad logosferą⁷, wytworzyło nową sytuację kulturową, charakteryzującą się – między innymi – swą łatwością w przyswajaniu treści (nie wymagającą takiego wysiłku intelektualnego, który jest konieczny podczas uważnej lektury, czy napięcia uwagi w czasie słuchania radia), natychmiastowością percepcji, co może skutkować powierzchownością, bądź nawet całkowitym niezrozumieniem oglądanych przekazów.⁸ Do istotnych cech cywilizacji obrazu wolno również zaliczyć hegemonię emocji, co powoduje podważenie tradycyjnego systemu wychowania i formacji akcentujących konieczność podporządkowania uczuć wolnej woli, a jej zaś – rozumowi. Cywilizacja obrazu, przesadnie afirmująca znaczenie emocji, wpływa na jakość percepcji oglądanych treści; charakter i szybkość narracji filmowej może powodować jej powierzchowny odbiór, niemal bezrefleksyjny, wyłącznie bierny pod względem intelektualnym. O ile w tradycyjnym modelu kultury słowa koniecznością była umiejętność czytania, pisanie, analiza tekstu, znajomość lektur, poznanie skojarzeń i kontekstów literackich, o tyle w przypadku przekazów audiowizualnych może się naiwnie wydawać, że do ich zrozumienia potrzebne jest wyłącznie patrzenie i słuchanie bez żadnego przygotowania intelektualnego. Swoiste lenistwo intelektualne, odbiór bezrefleksyjny, brak kontroli nad emocjami towarzyszącymi percepcji przekazów audiowizualnych może stanowić trwały schemat utrwalający postawę bierności oraz ignorancji wobec mediów ikonicznych.

Teologia wobec aktualnych przemian kulturowych

Mijające półwiecze od rozpoczęcia obrad Drugiego Soboru Watykańskiego ukazało wieczną młodość Kościoła przejawiającą się – między innymi – nie tylko w prawidłowym diagnozowaniu zjawisk i przemian zachodzących we współczesnym świecie, ale także w poszukiwaniu nowych dróg i sposobów głoszenia Ewangelii w nowych warunkach kulturowych, niejako zdeterminowanych rozkwitem środków przekazu i urządzeń komunikacyjnych. Rozwój cywilizacji medialnej oraz gwałtowny postęp w dziedzinie komunikacji społecznej stały się wyzwaniem duszpasterskim dla Kościoła, a więc i dla teologii. Rozumienie jej fundamentalnego zadania, którego jednym z podstawowych wymiarów jest umiejętność „rozwiązywania ludzkich problemów w świetle Objawienia”⁹ łączy się integralnie z postulatem rozwijania teologii kultury oraz teologii mediów¹⁰. Sobór zalecał bowiem stosowanie wiecznych prawd do zmieniających się warunków ludzkiej egzystencji¹¹. Nie bez znaczenia jest również to, że teologia, będą-

⁷ Por. A. Lepa, *Funkcja logosfery w wychowaniu do mediów*, Łódź 2003, s. 53 – 57; P. Drzewiecki, *Renesans słowa. Wychowanie do logosfery w kulturze audiowizualnej*, Toruń 2010, s. 46 – 49.

⁸ Por. G. Łęcki, *Psychologiczne, kulturowe i społeczne uwarunkowania odbioru mediów audiowizualnych*, w: A. Adamski, A. Graczyk, K. Kwasik, M. Laskowska (red.), *Media audiowizualne i cyfrowe wobec wyzwań współczesnego społeczeństwa*, Warszawa 2012, s. 65 – 66.

⁹ *Dekret Optatam totius o formacji kapłańskiej*, p. 16. w: Sobór..., dz. cyt., s. 298.

¹⁰ Zob. H. Seweryniak, *Teologie „na progu domu”*, „Kultura – Media – Teologia” nr 1 (1) 2010, s. 11 – 12; <http://www.kmt.uksw.edu.pl> (dostęp 10.10.2012 r.).

¹¹ Zob. *Dekret Optatam totius...*, dz. cyt., p. 16, s. 298.



Nowe zjawiska cywilizacyjne i medialne ukształtowały nowy model kultury, określany mianem cywilizacji medialnej. Jedną z jej wyróżniających cech stało się to, że rzeczywistości realnej zaczęła towarzyszyć rzeczywistość wirtualna.

dac nauką o Bogu, stanowi refleksję o prawdach objawionych, a przede wszystkim o specyficznej relacji między Bogiem a człowiekiem, w czym zjawisko komunikacji odgrywa zasadniczą rolę¹².

Gwałtowne i niezwykle dynamiczne przemiany, dokonujące się we współczesnym świecie przede wszystkim pod wpływem rozwoju technologicznego i cywilizacyjnego związanego z dziedziną komunikacji społecznej oraz mediów, zaowocowały między innymi globalizacją kultury; środki społecznego przekazu spowodowały, że świat rzeczywiście stał się globalną wioską. Rozpoznając znaki czasów Kościół zaczął więc rozwijać te gałęzie refleksji teologicznej, które dotyczą rzeczywistości ziemskich, a szczególnie kultury i stanowiących jej część mediów. Z całą mocą należy zaakcentować, że charakter owej refleksji nie ogranicza się jedynie do postulatu wykorzystywania środków społecznego przekazu jako narzędzi rozpowszechniania treści religijnych. Oczywiście, media mogą i powinny służyć ewangelizacji, ale teologiczna refleksja dotycząca środków społecznego przekazu musi uwzględniać namysł nad szeregiem skomplikowanych i złożonych zagadnień, związanych z rozwojem nowych mediów oraz urządzeń komunikacyjnych¹³.

Nowe zjawiska cywilizacyjne i medialne ukształtowały nowy model kultury, określany mianem cywilizacji medialnej. Jedną z jej wyróżniających cech stało się to, że rzeczywistości realnej zaczęła towarzyszyć rzeczywistość wirtualna. Współczesnej ludzkości zaczęto przypisywać określenie społeczeństwa sieciowego oraz medialnego, którego styl życia różni się diametralnie od codziennej egzystencji poprzednich, nawet nieodległych pokoleń¹⁴. Kolejne wynalazki z dziedziny komunikacji społecznej definiowano najpierw jako nowe media, a następne jako nowe nowe media; zaczęto się również zajmować zjawiskiem konwergencji mediów oraz fenomenem uczestnictwa użytkowników mediów w tworzeniu przekazów i komunikowaniu, co stało się szczególnie widoczne w ewolucji portali społecznościowych

¹² Por. Abp E. Ozorowski, *Teologia*, w: Tenże, *Słownik podstawowych pojęć teologicznych*, Warszawa 2007, s. 307; *Teologia*, w: G. O'Collins, E. G. Farrugia, *Zwięzły słownik teologiczny* (tł. J. Ożóg), Kraków 1993, s. 261.

¹³ Syntetycznie wylicza je H. Seweryniak, art. cyt., s. 15 – 17; <http://www.kmt.uksw.edu.pl> (dostęp 11.10.2012 r.).

¹⁴ Por. T. Goban-Klas, *Cywilizacja medialna*, Warszawa 2005, s. 30 – 44.

oraz blogów¹⁵. Nowe formy komunikacji, a także nowe formy wspólnoty w wymiarze wirtualnym stanowią zarówno przedmiot duszpasterskiej troski Kościoła, jak i wyzwanie dla refleksji teologicznej.

Teologia środków społecznego przekazu w systemie nauk o mediach

Dokonane ostatnio w Polsce wyodrębnienie nauk o mediach jako osobnej dyscypliny naukowej stanowi ważną oraz istotną zmianę przekraczającą wymiar metodologiczny.¹⁶ Okazało się bowiem, że fenomenowi rozwoju mediów i nowych technik, sposobów komunikacji i rozpowszechniania przekazów medialnych, towarzyszy postęp naukowy i bogactwo refleksji intelektualnej, badającej systematycznie rozmaite aspekty procesu komunikacji społecznej oraz przekazów medialnych i ich wpływu na postawy indywidualne oraz społeczne.

Wśród rozmaitych nauk o mediach nie brakuje dotyczącej ich refleksji teologicznej. Religijność i pobożność stanowią bowiem istotne elementy ludzkiej egzystencji, nie- rzadko najważniejsze; należą też do fenomenów kultury i cywilizacji, które ukształtowały specyficzny rodzaj tradycji duchowej, sposobu interpretowania świata, postrzegania Boga i człowieka. Obecność i używanie nowoczesnych środków komunikacji medialnej istotnie zaś przemieniło nie tylko sposób codziennego życia milionów osób, ale również znacząco wpłynęło na dokonujące się rewolucyjne zmiany obyczajowe i mentalne. Istnienie dwóch potężnych rzeczywistości – religii i mediów – skłania do refleksji o ich wzajemnych relacjach. Analizy teologicznej, inspirowanej Objawieniem oraz doktryną medialną Kościoła, domagają się coraz nowsze zjawiska, będące skutkiem rozwoju urządzeń komunikacyjnych i powszechności przekazów medialnych. Soborowy postulat uprawiania teologii w kontekście rozwiązywania rozmaitych ludzkich dylematów, wynikających z aktualnej rzeczywistości, przenikniętej i kształtowanej mediami, stanowi wyraźny drogowskaz dla badaczy pragnących analizować fenomen cywilizacji medialnej w kontekście teologii¹⁷.

Co ciekawe, potrzeba rozwijania teologii mediów ma charakter doświadczenia uniwersalnego; także bowiem inni uczeni chrześcijańscy, nienależący do Kościoła katolickiego, również zajmują się teologią środków przekazu¹⁸.

¹⁵ Por. P. Levinson, *Nowe nowe media* (tł. M. Zawadzka), Kraków 2010, s. 11.

¹⁶ Zob. T. Goban – Klas, *Nauki o mediach – baza czy nadbudowa nowych teorii nauk społecznych?* <http://www.up.krakow.pl> (dostęp 20.10.2012 r.).

¹⁷ Por. L. Schofield Clark, *Building Bridges between Theology and Media Studies*, “The International Study Commission on Media, Religion & Culture Center for Mass Media Research”, University of Colorado; Plenary Presentation to the Catholic Theological Society of America; <http://mrcproject.org/english/clark2.htm>; (dostęp 12.10.2012); W. Henkel, *Aeropagus of Modern World*, w: H. Rolfes, A. A. Zukowski (red.), *Communicatio socialis. Challenge of Theology and Ministry in the Church*, s. 29 – 35; <http://www.uni-kassel.de/upress/online/frei/978-3-89958-310-6.volltext.frei.pdf> (dostęp 13.10.2012 r.); J. Borg, M.A. Lauri, *Paradigm Shifts in the Teachings of the Catholic Church about Media Education*, “Global Media Journal” – Polish Edition, Spring 2012, nr 1 (9); <http://www.globalmediajournal.collegium.edu.pl/artykuły/wiosna2012> (dostęp 13.10.2012 r.).



Wśród rozmaitych nauk o mediach nie brakuje dotyczącej ich refleksji teologicznej. Religijność i pobożność stanowią bowiem istotne elementy ludzkiej egzystencji, nierzadko najważniejsze; należą też do fenomenów kultury i cywilizacji, które ukształtowały specyficzny rodzaj tradycji duchowej, sposobu interpretowania świata, postrzegania Boga i człowieka.

Należy zauważyć, że katolicka doktryna medialna podkreśla przede wszystkim moralny wymiar wszelkich komunikatów medialnych, tak jak i każdej innej ludzkiej aktywności¹⁹. Drugie przypomnienie dotyczy podstawowej oceny środków społecznego przekazu, które Kościół interpretuje jako wspaniałe wynalazki, owoc zarazem ludzkiego geniuszu, intelektu, ale także jako dar Boży dla ludzkości mający służyć jej rozwojowi, postępowi, integracji²⁰. Wszystkie wymiary produkcji, twórczości, realizacji przekazów medialnych podlegają ocenie i krytycznej analizie nie tylko ze względów moralnych, ale także religijnych. Do zadań teologii środków społecznego przekazu należy więc odkrywanie tego, co w mediach stanowi wymiar Bożego daru²¹.

Zainteresowanie teologii mass mediami miało źródło nie tylko w rozwoju teologii rzeczywistości ziemskich, ale przede wszystkim w odniesieniu do zagadnień praktycznych, związanych z istnieniem i działalnością Kościoła²². Wśród nich należy wymienić dylematy etyki dziennikarskiej, czy mówiąc szerzej – etyki nadawców i twórców przekazów medialnych; wśród kolejnych kwestii znajdują się zagadnienia używania i wykorzystywania środków społecznego przekazu w dziele preewangelizacji, ewangelizacji, katechizacji i formacji. Następny zespół problemów wiąże się z postulatem edukacji medialnej, rozumianej jako część procesu oświatowego i pedagogicznego, mającego na celu przygotowanie odbiorców do krytycznego i selektywnego odbioru komunikatów oraz przekazów medialnych. Widoczna dominacja zagadnień należących do teologii praktycznej, a więc katechetyki i teologii pastoralnej, nie wyklucza jednak refleksji dotyczącej istoty komunikowania oraz posługiwania się mass mediami. Niebagatelny problem

¹⁸ Zob. W. F. Fore, *A Theology of Communication*, <http://www.religion-online.org/showarticle.asp?title=268> (dostęp 14. 10. 2012 r.).

¹⁹ Zob. Jan Paweł II, *Przekazywać wartości moralne i duchowe*, w: *Media i dziennikarstwo w nauczaniu Jana Pawła II*, A. Lewek (red.), Warszawa 2008, s. 377.

²⁰ Zob. Jan Paweł II, *List apostolski Szybki rozwój o szybkim rozwoju środków społecznego przekazu*, p. 1, w: *Listy apostolskie Ojca Świętego Jana Pawła II*, Kraków 2007, s. 761.

²¹ Zob. H. Seweryniak, art. cyt., s. 17.

²² Por. J. Majka, *Metodologia nauk teologicznych*, Wrocław 1995, s. 33.

badawczy łączy się z analizowaniem wzajemnych relacji między religią, mediami a kulturą. Osobnym, a zarazem niezwykle istotnym zagadnieniem jest ewangelizacja ludzi i świata mediów, środowisk twórców, nadawców, realizatorów, aktorów, osób występujących przed mikrofonami i kamerami²³.

Praktyczny wymiar wykorzystywania mass mediów w dziele katechizacji oraz ewangelizacji odnosił się do tradycyjnego podziału na grupę nadawców przekazów medialnych oraz populację odbiorców. Najnowsze media i techniki komunikacji interpersonalnej znacznie zmieniły ów dawny model. Współcześni użytkownicy mediów, głównie Internetu, oraz przenośnych urządzeń komunikacyjnych, są zarówno odbiorcami, jak i nadawcami przekazów medialnych, które mogą upowszechniać na rozmaitych forach internetowych, za pośrednictwem portali społecznościowych, blogów czy wpisów komentujących fakty i opinie. Rozwój dziennikarstwa obywatelskiego, choć może stanowić ważną inicjatywę społeczną (szczególnie w środowiskach lokalnych), niesie niebezpieczeństwo zbytniej amatorszczyzny, nieprofesjonalizmu, niestaranności, tworzenia przekazów przez osoby niemające odpowiedniego przygotowania zawodowego. Zanik wyraźnego podziału na nadawców oraz odbiorców przekazów medialnych stanowi więc kolejne wyzwanie dla teologii środków społecznego przekazu.

Zarysowane obszary badawcze jednoznacznie sytuują teologię środków społecznego przekazu jako naukę interdyscyplinarną, mającą istotny związek z różnymi dziedzinami teologii praktycznej, a więc katechetyką, teologią pastoralną, a także z teologią kultury oraz teologią sztuki. Niezwykle istotną kwestię stanowi zespół zagadnień odnoszących się do problematyki moralnej. Etyka środków przekazu to coś więcej, niż tylko etyka dziennikarska, gdyż dotyczy zarówno producentów, twórców, jak i odtwórców – sprawozdawców, aktorów – wszelkich przekazów medialnych, nie tylko informacyjnych i publicystycznych, ale także rozrywkowych. Problem formacji sumień ludzi mediów, a dokładniej osób identyfikujących się ze swoją wiarą i Kościołem oraz pragnących przestrzegać wyznaczanych przezeń norm i zasad etyki zawodowej, łączy teologię moralną z teologią środków społecznego przekazu, gdyż to ona ukazuje specyfikę i odrębność rzeczywistości medialnych.

Teologia mass mediów należy do posoborowej wizji teologii rzeczywistości ziemskich jako refleksji nad fenomenami doczesności oraz ich odniesieniem do perspektywy eschatologicznej. Chrystianizm jest realny i nie utożsamia choćby najpomysłniejszej egzystencji ziemskiej z niebem. Pokazuje jednak, że doczesność jest czasem i miejscem zmagania o lepszy świat, o własną doskonałość wewnętrzną człowieka, o realizację jego ziemskiego powołania. Jeśli zaś ono dokonuje się w obrębie świata mediów, to może stanowić przedmiot refleksji teologii środków społecznego przekazu.

Kolejne zagadnienia dotyczą inspirowania i odpowiedniego przedstawiania treści teologicznych w przekazach medialnych o charakterze katechetycznym, pastoralnym,

²³ Zob. Jan Paweł II, *Encyklika Redemptoris missio o stałej aktualności posłania misyjnego*, p. 37, w: *Encykliki Ojca Świętego Jana Pawła II*, Kraków 2007, s. 554 – 555; por. G. Łęcicki, *Media audiowizualne w nauczaniu Jana Pawła II*, Warszawa 2012, s. 248 – 251.

formacyjnym. O ile ustalenie treści podlega refleksji dogmatycznej czy teologiczno moralnej, to wybór formy przekazu powinien być skutkiem analizy podejmowanej przez teologię środków społecznego przekazu jako dyscypliny analizującej zagadnienie komunikacji religijnej.

Osobnym problemem badawczym wydaje się wpływ przekazów medialnych zarówno na sumienie, jak i na konkretne wybory moralne i egzystencjalne, w tym również religijne i polityczne, a także na percepcję prawd wiary oraz identyfikację ze wspólnotą Kościoła. Analiza dziejów religijnych środków przekazu oraz ich wpływu społecznego przekracza badania historii mediów, gdyż wkracza na obszar studium teologicznego, wymagającego odpowiedniej wiedzy specjalistycznej.

Teologia środków społecznego przekazu, określana też czasem jako teologia komunikacji, należy do grupy nauk stanowiących teologię praktyczną²⁴.

Przedstawiony zarys problematyki badawczej, stanowiący o tożsamości teologii mediów, jednoznacznie potwierdza jej przynależność do nauk humanistycznych. Wobec zakwalifikowania nauk o mediach do grupy nauk społecznych konieczny wydaje się postulat równoczesnego zaliczenia nauk o mediach zarówno do nauk społecznych, jak i humanistycznych (podobnie rzecz się ma w przypadku politologii oraz historii). W obszarze badań teologii środków społecznego przekazu znajdują się bowiem również zagadnienia i kwestie społeczne. Teologia środków społecznego przekazu powinna zaś być zakwalifikowana jako subdyscyplina nauk o mediach.

Specyfika teologii mediów audiowizualnych

Wobec zdominowania współczesnej kultury przez cywilizację obrazu na szczególne podkreślenie zasługuje postulat rozwijania teologii mediów audiowizualnych jako odrębnej dziedziny teologii środków społecznego przekazu. Jednym ze źródeł teologii mediów audiowizualnych wolno uznać teologię sztuki. Teologia filmu, analizująca treści religijne oraz ważne problemy egzystencjalne i moralne w przekazach filmowych, najczęściej fabularnych²⁵, nie wyczerpuje wszystkich kwestii należących do przekazów audiowizualnych. Treści religijne, a więc podlegające refleksji teologicznej, występują bowiem nie tylko w kinematografii, ale również w innych mediach i przekazach audiowizualnych, na przykład videoclipach czy reklamach.

Do istotnych zadań teologii mediów audiowizualnych – w wymiarze analizowania przekazów kinematograficznych – należy nie tylko poszukiwanie i odkrywanie najgłębszego sensu odbieranych obrazów, ale także uczenie widzów takiego patrzenia ze zrozumieniem. Swoistą pokusą czyhającą na odbiorców mediów audiowizualnych jest pochopne utożsamienie patrzenia/widzenia ze zrozumieniem. Dydaktyka umiejętności

²⁴ Powyższe refleksje autor przedstawił w Warszawie 22 czerwca 2012 r. w formie referatu *Teologia środków społecznego przekazu jako wyzwanie XXI wieku* wygłoszonego podczas konferencji „Tożsamość nauk o mediach”, zorganizowanej przez Instytut Dziennikarstwa Uniwersytetu Warszawskiego.

²⁵ Zob. M. Lis, *Teologia wizualna w filmie*, w: *Kultura wizualna – teologia wizualna*, w: W. Kawecki, J. S. Wojciechowski, D. Żukowska-Gardzińska (red.), Warszawa 2011, s. 175, 178 – 179.

odczytywania filmu w perspektywie religijnej wydaje się jednym z priorytetowych zadań teologii mediów audiowizualnych.

W tradycji chrześcijańskiej znany jest specyficzny model uprawiania sztuki. Najwznioślejszym jej fenomenem jest ikona jako zobrazowane słowo Ewangelii, oryginalne malarstwo przedstawiające prawdy teologiczne w sposób symboliczny. W epoce mediów audiowizualnych i rozwoju osobnego gatunku kina, jakim jest film religijny, wolno sformułować postulat przekazu prawd wiary w formie nie tylko produkcji dokumentalnych, ale i fabularnych. Teologia mediów audiowizualnych, zajmująca się badaniem, analizą, ale i inspirowaniem ruchomych obrazów w przekazie medialnym, powinna także obejmować zarówno formację twórców, wykonawców, jak i formację odbiorców, uwrażliwiającą na przesłanie piękna, dobra i prawdy.

Odbiór przekazów audiowizualnych, a głównie filmów, łączy doświadczenie intelektualne z przeżyciem artystycznym. Ta specyfika wymaga odpowiedniej refleksji dotyczącej znaczenia uczuć w przeżyciu religijnym i ukazania ich właściwego miejsca wobec rozumu oraz woli. Charakteryzując rozbieżność między lekturą a oglądaniem niektórzy badacze wskazują na fakt, że media tradycyjne – prasa i książka – propagują idee, natomiast media audiowizualne, a głównie film – przekazują emocje. Takie określenie, choć bardzo ogólne i niezbyt precyzyjne, zawiera jednak element prawdy, wskazujący na rolę uczuć w przeżywaniu odbioru przekazu audiowizualnego²⁶. Ten rodzaj przeżycia religijnego wymaga więc osobnej refleksji, która może stanowić jeden z obszarów badań teologii mediów audiowizualnych.

Ogromna złożoność przekazu audiowizualnego, na który składa się wiele elementów, jak w przypadku filmu fabularnego m. in. obraz, ruch, dźwięk, muzyka, kolor, plener, scenografia, sztuka aktorska, treść dialogów, sposób narracji, tempo rozwoju akcji, wymaga wszechstronnej analizy umożliwiającej dogłębne poznanie najistotniejszego, fundamentalnego przesłania, jak i intencji twórców. Nie bez znaczenia jest również wiedza na temat kontekstu historycznego oraz ideologicznego odnoszącego się do oglądanego przekazu. Analogicznie do badania zawartości medialnych przekazów słownych²⁷, jak i obrazów nieruchomych, wyzwaniem współczesności, przed którym staje teologia mediów audiowizualnych, jest analiza przekazów audiowizualnych, filmowych w perspektywie badania sposobu przedstawiania w nich problemów egzystencjalnych, moralnych, religijnych.

Wyzwanie trzeciego tysiąclecia

Określenie tożsamości i odrębności teologii środków społecznego przekazu i teologii mediów audiowizualnych dokonuje się w ciągle trwającym procesie rozwoju, determinowanym w decydującym stopniu nie tyle przez refleksję metodologiczną, ale raczej po-

²⁶ Popularność rozmaitych filmów grozy, horrorów tłumaczona bywa potrzebą przeżywania silnych emocji - w tym przypadku strachu.

²⁷ Por. W. Pisarek, *Analiza zawartości przekazów*, w: *Metodologia teologii praktycznej*, w: W. Przyczyna (red.), Kraków 2011, s. 171 - 172, 178.

przez podejmowanie aktualnych badań wynikających z wyzwań współczesnej sytuacji medialnej, również ulegającej nieustannym, niezwykle dynamicznym przemianom. Zarysowana zaledwie problematyka badawcza może sugerować koncepcję teologii środków społecznego przekazu jako nauki interdyscyplinarnej, ale jednocześnie stanowiącej subdyscyplinę nauk o mediach, a zarazem łączącej obszar ich badań społecznych z humanistycznymi. Teologia mediów audiowizualnych jawi się zaś jako jeden z działów teologii środków społecznego przekazu.

Prawidłowo odczytać ruchomy obraz, zrozumieć sens – poprzez pryzmat wiedzy teologicznej i medioznawczej, to jedno z fundamentalnych zadań teologii mediów audiowizualnych²⁸. ■

O AUTORZE:

dr Grzegorz Łęcicki – najpierw publicysta i dziennikarz prasowy oraz radiowy, potem nauczyciel akademicki przedmiotów medialnych; w latach 2010-2012 zastępca dyrektora IEMiD; w latach 2007 - 2011 prorektor Warszawskiej Wyższej Szkoły Humanistycznej im. B. Prusa. Autor książek poświęconych życiu, posłudze i nauczaniu Jana Pawła II, a także biografii bł. Matki Teresy z Kalkuty, ks. Zdzisława Peszkowskiego i Bolesława Prusa oraz monografii o wpływie chrześcijaństwa i Kościoła na rozmaite dziedziny kultury i cywilizacji oraz o małżeństwie i rodzinie w nauczaniu i doświadczeniu Kościoła; autor rozprawy „Media audiowizualne w nauczaniu Jana Pawła II” (Warszawa 2012), badacz mediów audiowizualnych, felietonista „Echa Katolickiego”.

²⁸ Choć „tematyka wizualności dla teologii jest w Polsce nowatorska” (W. Kawecki, *Wizualność kultury i teologii*, w: *Kultura wizualna...*, dz. cyt., s. 23), to jednak od lat permanentnie jest rozwijana na Wydziale Teologicznym Uniwersytetu Kardynała Stefana Wyszyńskiego w Warszawie, gdzie – co jest ewenementem w skali światowej – istnieje Instytut Edukacji Medialnej i Dziennikarstwa, w którego strukturze znajduje się katedra teologii środków społecznego przekazu.

Anna Vaľková

Mediálna výchova v kontexte predmetu Katolícke náboženstvo

Media education in the context of the subject of Catholic religion

STRESZCZENIE:

KONIECZNOŚĆ WPROWADZENIE PROGRAMU EDUKACYJNEGO Z ZAKRESU EDUKACJI MEDIALNEJ WYMAGA PODJĘCIA DECYZJI PRZEZ UPOWAŻNIONE ORGANY PAŃSTWA. ZGODNIE Z CHARAKTEREM SZKOŁY, EDUKACJA MEDIALNA MOŻE STAĆ SIĘ ODREBNYM PRZEDMIOTEM.

MOŻE TEŻ BYĆ WPROWADZONA W FORMIE REALIZACJI TEMATU PRZEKROJOWEGO LUB NAUCZANIA BŁOKOWEGO.

NINIEJSZY ARTYKUŁ OMAWIA DRUGĄ Z PRZEDSTAWIONYCH WYŻEJ MOŻLIWOŚCI.

SŁOWA KLUCZOWE:

EDUKACJA MEDIALNA, SZKOŁA, KOŚCIÓŁ, RELIGIA

ABSTRACT:

THE NEED FOR THE INTRODUCTION OF AN EDUCATIONAL PROGRAM IN THE FIELD OF MEDIA EDUCATION REQUIRES A DECISION BY THE AUTHORIZED BODIES OF THE STATE. ACCORDING TO THE NATURE OF THE SCHOOL, MEDIA EDUCATION CAN BE A SEPARATE SUBJECT. IT CAN ALSO BE INTRODUCED IN THE FORM OF IMPLEMENTATION OF CROSS-CUTTING THEME, OR TEACHING BLOCK. THIS ARTICLE DISCUSSES THE SECOND OF THE POSSIBILITIES OUTLINED ABOVE.

KEYWORDS:

MEDIA EDUCATION, SCHOOL, CHURCH, RELIGION

Dnešná satureovaná spoločnosť, ktorá je presiaknutá obrovským množstvom podnetov valiacich sa na človeka z rôznych druhov tlačných alebo elektronických médií. Tento stav si vyžaduje od mladého človeka schopnosť vyhľadávať, analyzovať, interpretovať ale hlavne kriticky hodnotiť mediálne obsahy. Neobmedzené možnosti získavať potrebné informácie z rôznych zdrojov, v najrôznejšej kvalite a v širokom spektre formátov je pre mladého človeka výzvou nezostať len pasívnym konzumentom médií s automatickým prijímaním obsahov, prípadnou identifikáciou sa s hodnotami sveta. Čoraz aktuálnejšia je preňho potreba zručnosti samostatne vytvárať textové, zvukové či obrazové informácie. Je to spôsob nielen vstúpiť a zdieľať sa na sociálnych sieťach, ale práve v nich hodnotou osobných názorov a svedectva vplývať na kvalitu stvárnovania spoločnosti.¹

Z tohto dôvodu komunikácia v globalizovanej spoločnosti má spĺňať kritéria nielen mediálnej zdatnosti ale i hodnotovej orientácie mladého človeka. Formácia k hodnotovým postojom je najčastejšie realizovaná v kritickom postoji k médiám, v selektívnom rozlišovaní mediálnych obsahov a v postoji tvorivej aktivity mediálnych produktov. Posledný z postojov snáď najviac rozvíja celú osobnosť, keď mobilizuje intelektuálnu, senzitivnú i vôľovú zložku mladého človeka. Tvorivé vyjadrenie hodnotových postojov prameniacich zo solídneho štúdia a vyhľadávanie kvalitných zdrojov informácií je jedným zo spôsobov, ako čeliť nepriaznivým manipulačným vplyvom médií.²

Z tohto dôvodu náš príspevok sa zaoberá možnosťou využiť tvorivý potenciál mladého kresťana a jeho zmysel pre trvalé náboženské hodnoty. Príspevok ponajprv predstavuje projekt, ktorý skúma možnosti mediálneho jazyka preniesť hodnotový obsah. Druhá a tretia časť predkladá metodológiu prenosu hodnoty a priamu implementáciu mediálnej výchovy v tematickom celku. V závere sú zhrnuté odporúčania vyplývajúce z nášho výskumu.

1. Projekt Použiteľnosť mediálneho jazyka na prenášanie iných ako bulvárnych obsahov

Jedným z ukazovateľov životaschopnosti Kristovej Cirkvi je jej tzv. kultúra múdrosti. V postmodernej spoločnosti zaliatej hromadením rôznych, často krát nepodstatných faktov, môžu médiá vo vzťahu k Cirkvi a ňou sprostredkovaným hodnotám zaujať nenahraditeľné miesto služby. Je skutočnosťou, že vzťah médií a ohlasovaných kresťanských hodnôt je mnoho ráz polarizovaný. Na jednej strane Cirkev vníma pozitíva médií, keď informujú spoločnosť o cirkevnom dianí a vplyvom náboženských hodnôt sa spolupodieľajú na zvyšovaní kultúry. Na druhej strane je tu viditeľné nebezpečenstvo médií a ich relativizácia nielen kresťanských, ale i kultúrnych hodnôt dôsledkom čoho je postupná premena spoločnosti na konzumnú spoločnosť.

Snahou Projektu je vstúpiť do sveta masmédií s potenciálom náboženských hodnôt a ich oslobodzujúcej pravdivosti (Jn 8,32). Človek je odjakživa tiež hľadačom pravdy, preto je priam záväznou povinnosťou Cirkvi reagovať na výzvy sociálnych sietí a zatiahnuť v nich na hĺbinu (Lk 5,4). Dialogické zastúpenie veriacich v médiách môže vy-

¹ Np. N. VRABEC, *Mládež a médiá*. Bratislava : IUVENTA, 2008. s.1-2.

² Np. T. ZASEPA, P. OLEKŠÁK, *Mediálna výchova*. Ružomberok: Katolícka univerzita v Ružomberku, 2008. s.78.

provokovať otázky i hlbšie zamyslenie náhodných, hľadajúcich ľudí.³ Práve toto prostredie môže byť pre verného kresťana živého Božím Slovom a Eucharistiou prostredím, v ktorom premeditované pravdy autenticky konfrontované so životom môžu v krátkych, hlbokých výrokoch osloviť dnešného Zachea (Lk 19,1-10).⁴

1.1. Historicko-ideologické pramene projektu

Skutočnosť diametrálne odlišného spracovania rovnakých tém v náboženských a sekulárnych médiách, podnietila výskumníkov Katedry žurnalistiky Filozofickej fakulty Katolíckej univerzity v Ružomberku vstúpiť do spolupráce s Fakultou inštitucionálnej komunikácie Pápežskej univerzity Santa Croce v Ríme a venovať sa výskumu spracúvania náboženských tém v médiách. O spolupráci a následnom výskume hovorí Rončáková v svojej monografii *Môže Cirkev hovoriť mediálnym jazykom?* Výskum sa zameriaval na skúmanie fungovania náboženského posolstva v mediálnom komunikačnom systéme. Štruktúra výskumu v závere obsahovala dve zložky: analýzu *prenášaného* náboženského posolstva a analýzu *prenosového* systému resp. mediálnej komunikácie.

Pri analýze prenášaného náboženského posolstva sa výskumníci sústredili na zložky kanál, kód a vonkajšie vstupy. Posolstvo bolo skúmané komparatívnym spôsobom. Sledoval sa vstup posolstva do mediálneho komunikačného systému a výstup z neho.

Analýza prenosového systému resp. mediálnej komunikácie obsahovala tradičné žurnalistické zložky: vysielateľ, kanál, kód, vonkajšie vstupy a príjemcu.

V záujme rozlúštenia problému a schopnosti mediálneho jazyka prenášať náboženský obsah výskumná práca použila dve kvalitatívne metódy - metódu kvalitatívnej obsahovej analýzy a metódu kvalitatívneho výskumu publika.⁵

Pre potreby riešenia našej problematiky implementácie mediálnych hodnotových obsahov do procesu vyučovania náboženstva nás zaujala kvalitatívna obsahová analýza.

Podľa Rončákovvej rozlišujúcim znakom kvalitatívnej obsahovej analýzy je hĺbka, do akej miery sa texty hodnotia. Nevyhnutný objem kvantitatívnych údajov v tomto prípade nie je dôležitý. Autorka cituje S. Horningovú Priestovú a jej dôraz na požiadavky nepredpojatosti výskumníka v procese výskumu, presnej formulácie výskumnej otázky a dômyselného systému na sledovanie zvoleného obsahu. Hlavným cieľom tejto metódy je nahliadnuť do daného problému, aj keby by bol prezentovaný iba niekoľkými informátormi. Realizácia je preto sprevádzaná hĺbkovým skúmaním, pričom i vnútorné reakcie výskumníka sa môžu považovať za relevantný nástroj spoznávania.⁶

V praxi metóda kvalitatívnej obsahovej analýzy poskytuje priestor pre preskúmanie náboženského posolstva na vstupe a na výstupe mediálnej komunikácie. Rončáková

³ BENEDIKT XVI.: Posolstvo k 46. svetovému dňu spoločenských komunikačných prostriedkov z 20.mája 2012. [online] [cit. 2012-10-04]. Dostupné na internete: <http://www.kbs.sk/obsah/sekcia/h/dokumenty-a-vyhlasenia/p/dokumenty-papezov/c/posolstvo-masmedia-2012>

⁴ Np. T. HALÍK, T. DOSTANI, *Smiřená různost*. Praha : Portál 2011. s.56.

⁵ Np. T. RONČÁKOVÁ, *Môže Cirkev hovoriť mediálnym jazykom?* Ružomberok : FF KU v Ružomberku. 2010, s. 9-10.

⁶ Np. S. HORNING PRIEST, *Doing Media Research*. London Thousand Oaks, New Delhi : SAGE, 2000, s.61

d'alej uvádza, že z metód sledovania boli použité metódy *frames* t.j. metóda „rámcovania“ udalostí a starobylá metóda *topoi*, dnes oživovaná praxou odhaľovania spoločných zdieľaných ideí. Ide o metódy, ktoré rozvíja už spomínaná Fakulta inštitucionálnej komunikácie Pápežskej univerzity Santa Croce v Ríme.⁷

1.2 Metodológia skúmania náboženského posolstva

Spolupráca obidvoch univerzít a výsledky výskumu v oblasti obsahovej analýzy nás natoľko zaujala, že empirická časť nášho príspevku sa opiera o kvalitatívnu obsahovú analýzu so zameraním na princíp sledovania obsahu pomocou metódy *topoi*.

Základom tejto metódy je sústredenie pozornosti na hlavnú myšlienku posolstva skúmaného textu a následné definovanie ideového odkazu posolstva. Ide tu o vyhmátnutie sakrálnosti posolstva, ktoré nesie v sebe potenciál nádeje. Podľa Rončákovej každá komunikácia nevynímajúc hlavne tú, ktorá nesie v sebe názory, sa môže uskutočniť za predpokladu spoločnej vlnovej dĺžky. Teória rečníctva pre výraz *spoločné* používa pojem *loci*, čiže miesta. V gréckom jazyku je to výraz *topoi*,⁸ v talianskom jazyku *louhgi comuni* a do slovenčiny by sa výraz dal preložiť ako *zdieľané idey* resp. *spoločné presvedčenia*.⁹

Profesor G. Gaitano pôsobiaci na partnerskej Pápežskej univerzite Santa Croce v Ríme poukazuje na prítomné *topoi* v rétorických koreňoch Cicerónovho Rečníka i v Aristotelovej Rétoriky. *Topoi* definuje ako typy argumentov, ktoré sú sformulované do otázok umožňujúcich hľadať argumenty a protiargumenty. V tomto kontexte sú *topoi* nielen nositeľmi určitých hodnôt, ale aj základným predpokladom osobného rozhodnutia. Teda *topoi* môžeme považovať za jedny z mnohých presvedčení, ktoré sa týkajú „koreňov“ spoločnosti. Podobne, ako v Aristotelovej dobe *topoi* tvorili základ verejných diskusií, aj v našej mediálnej dobe ich môžeme považovať za argumentačné schémy. Pomocou nich možno posudzovať okolnosti, postoje ľudí a ich správanie. Keďže sú prameňom argumentácie je dôležité správne ich určiť a pomenovať. Dokonca na ich hodnotách je možné postaviť argumentačný proces, ktorý môže byť aj opačný voči „hodnotám“ zaužívaným v súčasnej spoločnosti.¹⁰

Ak má *topoi* vlastniť charakter spoločného základu, musí byť tento naozaj spoločný. Podľa Rončákovej výskumné *topoi* náboženských posolstiev nevlastní to „spoločné“ s mediálnymi posolstvami. Rozhod nastáva v bode dôvery voči pravdám, ktorú ponúka Cirkev a v miere ochoty prijímať pravdu. Náboženské posolstvá podľa autorky stoja na dvoch základných presvedčeniach: cirkev (Boh) pozná a chce dobro človeka a Boh dal človeku ne-

⁷ Tamže, s.13.

⁸ *Topoi* je predpokladom *entimény*, čiže rečníckej figúry, v ktorej rečník po logickom usudzovaní zamlčí niektorú premisu alebo záver svojho sylogizmu (určitý typ deduktívneho úsudku). Tým pozýva poslucháčov do spoluzodpovednosti za konečný úsudok. Tento moment je v konečnom dôsledku prameňom verifikácie, vnútorného stotožnenia sa a rozhodnutia sa pre hodnotu posolstva. Je to miesto, kde sa definuje kľúčový pojem danej problematiky. Np. T. RONČÁKOVÁ, *Rodina a médiá*. In: Zborník XXIII. Medzinárodného kongresu rodiny. Ružomberok: Katolícka univerzita v Ružomberku 2009. s. 220.

⁹ Tamže, s.16.

¹⁰ Np. T. RONČÁKOVÁ, *Môže Cirkev hovoriť mediálnym jazykom?* Ružomberok : FF KU v Ružomberku. 2010, s. 17-19.

menné, jediné správne pravidlá na dosahovania šťastia. Oproti tomu stoja bežné mediálne posolstvá protichodných *topoi*: cirkev nie je schopná a ochotná reflektovať potreby súčasných ľudí a hodnoty resp. pravidlá šťastia sa vyvíjajú a menia.¹¹ Preto autorka podozýva, že „ak sa náboženské posolstvá majú uplatniť v mediálnom prostredí, v prvom rade musia ich komunikátori rátať s tým, že *topoi* postavené na viere v Boha (a jeho cirkev) uspejú iba u tých, ktorí túto vieru zdieľajú, teda u veriacich“.¹² Preto sa zamýšľa, že na oslovenie neveriacich je potrebné hľadať iné spoločné komunikačné základy.

Zdá sa, že v tejto fáze teoretických údajov o metodológii *topoi* by boli naplnené argumenty pre použitie metódy pri spracovaní mediálnych náboženských posolstiev žiakmi katolíckych gymnázií, ktorí sú vo väčšine praktizujúci mladí kresťania. Avšak vzhľadom na charakter prijímateľov, mladých kresťanov, ktorí chcú zdieľať svoju vieru jazykom im vlastným, je potrebné nazrieť aj do možností použiť túto metódu i pre oslovenie neveriacich. V tejto pozícii je dôležité uvedomiť si, že mediálne myšlienkové koncepty náboženského posolstva sa poväčšine stretnú s bariérou neveriaceho príjemcu.

Pre kategóriu neveriacich príjemcov Rončáková považuje za účinné a využiteľné odovzdávanie náboženského mediálneho posolstva prostredníctvom emócií sprevádzajúce osobné svedectvo. Oni predstavujú jednu zo základných spravodajských hodnôt a dokážu pôsobiť na túžby človeka po niečom „hlbšom“. Teda racionalita náboženského argumentu je pomocou emócií posilnená argumentom osobného svedectva a tým sa dotýka neracionálnych sfér neveriacej osoby. Aby osobné svedectvo bolo čo najviac zrozumiteľné, autorka odporúča nebať sa selekcie a heslovitosti posolstiev. Komplikovaná formulácia náboženských posolstiev spôsobuje nezrozumiteľnosť a automaticky sa vytráca zo sveta záujmu neveriaceho príjemcu.¹³

Osobné svedectvo viery a jasná, heslovitá formulácia posolstva je kritérium úspechu i podľa Svätého Otca Benedikta XVI. V Posolstve k 45. svetovému dňu spoločenských komunikačných prostriedkov poukazuje na kresťanský štýl prítomnosti v digitálnom svete keď kladie dôraz na kritériá čestnosti, otvorenosti a vzájomného rešpektu. Podľa neho ohlasovanie evanjelia nespočíva len vo vystavovaní náboženských obsahov. Ohlasovať náboženské pravdy podľa neho treba koherentne a formou komunikácie svedčiť o nadčasových hodnotách na osobnom digitálnom profile. Komunikované svedectvo má byť o osobných rozhodnutiach, preferenciách a názoroch, ktoré sú v súlade s evanjeliom aj keď sa o evanjeliových pravdách v svedectve explicitne nehovorí. Úctivá a diskrétna forma komunikácie sa dotýka srdca i svedomia. Tento druh komunikácie použil i zmŕtvychvstálý Kristus, keď sa pripojil k putujúcim učeníkom z Emauz (Lk 24,13-35). Podľa pápeža ohlasovaná pravda nemá svoju hodnotu z „popularity“. Jej hodnota spočíva v jej celistvom ohlasovaní, kde nie je priestor pre jej „riedenie“ za účelom prijatia. Až takto ohlasovaná pravda je schopná vtelenia z virtuálneho sveta do sveta reálneho, v ktorom základ vždy tvoria osobné ľudské vzťahy.¹⁴

¹¹ Tamže, s. 429-430.

¹² T. RONČÁKOVÁ, art. cyt. s. 430

¹³ Np. T. RONČÁKOVÁ, *Môže Cirkev hovoriť mediálnym jazykom?* Ružomberok : FF KU v Ružomberku. 2010, s. 431.

1.3 Praktická ukážka

Na podporu a vysvetlenie uvedeného, ako „fungujú“ *topoi*, nám môže poslúžiť kampaň hnutia pro-life v Spojených štátoch amerických. Profesor G. Gaitano uvádza príklad ako jedna z amerických organizácií zameraných na proti potratovú osvetu (*Caring Foundation*) prieskumom zistila, že deväť z desiatich žien podstupuje potrat s vedomím, že plod v ich tele je človekom. Zabiť ho však považovali za menšie zlo ako problémy spojené s nechceným tehotenstvom a materstvom. Tradičné presviedčanie zástancov hnutia o „živote od počatia“ nebolo účinné. Preto kampaň bolo potrebné postaviť na inom základe. Vychádzajúc z ukazovateľ a strachu z tehotenstva a materstva, ktorý bol väčší ako vedomie zabíjania človeka, združenie nasmerovalo kampaň zameranú na krásu materstva a svedectvá šťastia žien, ktoré si dieťa ponechali. Neskôršie štatistiky ukázali, že popri všeobecnom poklese množstva potratov (spôsobenom aj používanou antikoncepciou) bol pokles potratov v oblastiach, kde sa uskutočnila táto kampaň šesťnásobne vyšší ako mimo týchto oblastí.¹⁵

Ukážka deklaruje potrebu správne určiť *topoi*, teda „vyhmatnúť“ problém a správne ho pomenovať. V danom prípade tu bola zámena – z pôvodnej proti potratovej osvetly zameranej na zlo zabíjania človeka, sa cez *topoi* zmenila argumentácia na krásu a šťastie materstva.

2. Metodológia skúmania prenosu náboženského posolstva

Metodológia skúmania prenosu náboženského posolstva pomocou vyhmatnutia kľúčového miesta problému evokuje tvorbu otázok typu – čo sú to za názory, na ktorých možno budovať argumentáciu, a tak účinne šíriť posolstvo?

Pracovná metodológia použitá pri tvorbe nábožensky orientovaných produktov sa snaží vyhmatnúť tok posolstva, keď definuje obsah jeho jednotlivých zložiek takto: *vysielateľ* - vstup do tvorby produktu a jasne definovaný problém; *kanál* - zvolené médium; *kód* - seriózne pozitívne argumenty; *vonkajšie výstupy* - vyrobený produkt; *príjemca* - veriaci, prípadne neveriaci mladý človek. Pričom za kľúčové pre našu prácu považujeme zložky *vysielateľ*, *kód* a *kanál*.¹⁶

Keďže metóda je realizovaná v prostredí kresťanskej mládeže na katolíckom gymnáziu je predpoklad, že *vysielateľ* je schopný pod vedením učiteľa, ale mnoho raz aj samostatne, jasne definovať problematiku náboženského posolstva. *Kód*, pomocou ktorého sa majú preniesť seriózne pozitívne argumenty je spolu s definovaním problému najdôležitejšou zložkou štruktúry. Odborníci mediálnej komunity odporúčajú *kód* naplniť príbehom. Je to príbeh, ktorý má privilegované miesto pri prenose hodnoty a zároveň je vhodným žánrom na mediálne kódovanie. Mnohí kresťanskí novinári zdieľajú názor, že príbehy dotýkajúce sa praktického života evanjelizujú „medzi riadkami“.

¹⁴ BENEDIKT XVI.: Posolstvo k 45. svetovému dňu spoločenských komunikačných prostriedkov.[online]. [cit. 2011-03-10]. Dostupné na: <<http://www.kbs.sk/?cid=1297076533>>.

¹⁵ Np. T. RONČÁKOVÁ, *Môže Cirkev hovoriť mediálnym jazykom?* Ružomberok : FF KU v Ružomberku. 2010, s. 20.

¹⁶ Tamže, s. 5-11.

2.1. Implementácia mediálnej výchovy v tematickom celku Desatoro

Naším cieľom je včleniť mediálnu prierezovú tému do procesu vyučovania náboženstva spôsobom, ktorý by mediálne formoval žiaka. Zo širokej škály moderných koncepcií vyučovacieho procesu pre realizáciu našej úlohy sme zvolili koncepciu projektového vyučovania, ktorá umožňuje žiakom rozvíjať tvorivosť, samostatnosť a kritické myslenie.¹⁷ Zvolená koncepcia našla svoje uplatnenie v Projekte „*Starobylé*“ Desatoro v mediálnom jazyku. Realizácia Projektu sa uskutočnila v dvoch fázach. V prvej fáze boli žiaci oboznámení s pojmami mediálnej výchovy, zameralnej na objasnenie pojmu mediálna gramotnosť a s metodológiou *topoi*, pomocou ktorej by mali realizovať medializáciu hodnotových obsahov. Náročnosť obsahu tejto fázy si vyžadovala spoluprácu s odborníkmi a so študentmi katedry žurnalistiky KU v Ružomberku. V druhej fáze žiaci troch tried, troch katolíckych gymnázií (Ružomberok, Žilina a Košice) na podklade mediálnych ukážok a názornej metodológie „*topoi*“ mediálne spracovali ľubovoľne vybrané Božie prikázanie. Žiaci tak boli zapojení do riešenia komplexných problémov „starobylého Desatora“ v živote moderného kresťana. V konfrontácii s bežným životom žiaci mali možnosť overiť si nadobudnuté poznanie o Božích prikázaniach. Praktickou činnosťou tak hlbšie spoznávali hodnotu konkrétneho prikázania. Výstupom mediálnej tvorby projektovej práce boli žiacke prezentácie pred triednym kolektívom. Ohlasovaná hodnota Desatora tak dostala priestor na otázky a konfrontáciu názorov. V tomto štádiu sa zároveň realizoval i formačný charakter zvolenej koncepcie.

2.2. Stručná charakteristika spracovaných žánrov mediálnej tvorby.

Pre naplnenie cieľa našej práce bolo potrebné vybrať mediálny kanál a vhodné žánre, ktoré mediálny kanál použije. Pri ich výbere sme zohľadňovali možnú dostupnosť mladého človeka k mediálnej technike.

Naša voľba sa zamerala na prácu s *textom*, prácu s *fotografiou* a prácu s *videom*. V týchto troch kategóriách sa uskutočnila aj mediálna výchova. Názornými ukážkami tvorby študentov katedry žurnalistiky pri FF KU v Ružomberku boli žiakom prezentované krátke mediálne príbehy. Príbehy spracované pomocou *textu*, boli orientované na požiadavky ôsmeho Božieho prikázania. Žiaci nahliadnuc do pravidiel tvorby článku a titulky, si mohli v krátkej aktivite osvojiť úlohu novinára, pričom bol kladený dôraz na kvalitný písomný prejav.¹⁸ Na príkladoch textových ukážok s rovnakým obsahom uverejnených v bulvárnych a mienkotvorných periodikách žiaci mali možnosť porovnať ich odlišný a často i tendenčný pohľad na rovnaký obsah. *Fotopríbehu* a pouličnej *videoreportáži* predchádzal stručný výklad ich tvorby s dôrazom na odovzdanie posolstva.. Fotopríbeh pomocou pozitívnej emócie sa pokúsil preniesť náboženské posolstvo deviateho Božieho prikázania. Pouličná videoreportáž bola zameraná na exkurz prakti-

¹⁷ Np. I. TUREK, *Didaktika*. Bratislava : Iura Edidion Bratislava, 2010. s.374-378.

¹⁸ Np. M. MIČIENKA, J. JIRÁK, *Základy mediální výchovy*. Praha : Portál 2007. s. 65-69

zovania náboženskej hodnoty obsiahnutej v štvrtom Božom prikázaní. Na tlmočenie posolstva študenti použili množstvo symbolov a konvenčných znakov pochádzajúcich z bežného života. Okrem bežného tlmočenia, žánre využili tzv. filmovú reč, ktorou umocnili komunikované posolstvo.¹⁹

3. Ukážka včlenenia prierezovej témy mediálnej výchovy do Božieho prikázania

Náš výskum implementácie prierezovej témy bol realizovaný v rámci učebných osnov z predmetu Katolícke náboženstvo pre gymnáziá so štvorročným štúdiom zriadené Katolíckou cirkvou. Osnovy boli schválené Ministerstvom školstva SR a Konferenciou biskupov Slovenska v roku 2007.²⁰

V predmetných osnovách bola prierezová téma včlenená do tematického jadra Božie a cirkevné prikázania. Sledujúc morálnu líniu života podľa viery umožnila žiakom, aby sa podieľali na možnostiach včlenenia hodnoty do praktického života a to na podklade intelektuálnych informácií o Božích prikázaniach. Formou mediálnej tvorby a realizáciou zvolenej metodológie žiaci mali možnosť vytvoriť mediálny produkt, prezentovať ho pred triedou, diskutovať o hodnote, a tak ju asimilovať v osobnom živote.

Samotnej implementácii predchádzala už spomínaná mediálna prezentácia študentov katedry žurnalistiky.

Časová dotácia na realizáciu projektu predpokladá potrebu celkom 6 vyučovacích hodín (2 hodiny prezentácia projektu a náčrt postupu prác; 2 hodiny oboznámenie žiakov s morálnou líniou Dekalógu, 2 hodiny prezentácie žiackych prác pred triedou ich rozbor a ústne hodnotenie

3.1. Ukážka včlenenia prierezovej témy do štvrtého Božieho prikázania

Základná podtéma

Štvrté prikázanie – Cti svojho otca a svoju matku

Kľúčové pojmy:

Povinnosti vo vzťahu rodičia a deti; obrana rodiny; svetská autorita a občania.

Ciele vyučovacej hodiny:

Objasniť v čom spočíva úcta a vďačnosť voči rodičom, zdôrazniť potrebu obrany rodiny a podporiť tvorivosť v pestovaní rodinných vzťahov. Uvedomiť si potrebu autority a jej význam pre spoločnosť.

¹⁹ Np. J. MATÚŠ, *Návrh koncepcie k mediálnej gramotnosti na stredných školách v podmienkach Slovenskej republiky*. Trnava : Fakulta masmediálnej komunikácie Univerzity sv. Cyrila a Metoda v Trnave, 2088. s.214-227

²⁰ Np. Komisia pre katechizáciu a školstvo Konferencie biskupov Slovenska: *Učebné osnovy z predmetu Katolícke náboženstvo*. Svät, Katolícke biblické dielo, 2007. [online]. [cit. 2011-12-15]. Dostupné na internete:< http://www.kpkc.sk/data/down/reforma/Osnovy_pre_katolicke_nabozenstvo.pdf>.

Kognitívny cieľ:

Spoznať hodnotu a dobro prikázania, vedieť charakterizovať aspekty vzájomných povinností detí a rodičov. Kriticky posúdiť význam hodnoty prirodzenej rodiny a konfrontovať ho s trendmi dnešnej spoločnosti. Vedieť rozlišovať práva svet skej autority a povinnosti občana voči nej. Práca s odbornou literatúrou (Katechi zmus katolíckej cirkvi a Katechizmus katolíckej cirkvi pre mladých YOUCAT)

Afektívny cieľ:

Prekonať predsudky a tlak spoločnosti namierený proti hodnote v prikázani. Uve domiť si potrebu prijímania legislatívny brániacej hodnoty prirodzenej rodiny. Uznať dôležitosť hodnotovej orientácie svetskej autority.

Psychomotorický cieľ:

Pomocou navrhovanej metodológie „*topoi*“ mediálne spracovať aspoň jeden aspekt praktického prežívania prikázania v súčasnej spoločnosti.

Pomôcky:

Podľa žiakmi zvoleného mediálneho žánru – text, fotografia, video

Metódy:

Stratégia vyučovacej hodiny využíva koncepciu projektového vyučovania, pričom pri riešení problému využíva metodológiu pozitívnych argumentov, tzv. Metodológiu „*topoi*“.

ÚVOD

Učiteľ si na tabuľu pripraví tabuľku s názvom „*Čo má – čo nesmie*“ - *robiť rodič, dieťa, autorita svetská, autorita duchovná*. Žiaci sú rozdelení do skupín a po krátkej úvahe v skupine vyjadrujú názor na predloženú problematiku.

	„čo má“	„čo nesmie“
rodičia		
dieťa		
svetská autorita		
duchovná autorita		

HLAVNÁ ČASŤ

1. Výklad učiteľa

Štvrté prikázanie nám pripomína, že sme sa nestvorili sami. Ctiť si rodičov preto znamená priznať pred Bohom a pred sebou navzájom svoj zrod života z manželskej lásky muža a ženy, ktorí sú mojimi rodičmi.

Preto deti majú na svojich rodičov hľadiť ako na Božích zástupcov a neposlušnosť voči rodičom je určitým spôsobom vzburou proti Bohu (a podľa toho aj trestaná, najmä v Starom zákone). Od dodržiavania tohto prikázania sa odvíja i dodržiavanie ďalších prikázaní Desatora - kto si ctí rodičov, bude si vážiť i život (5. prikázanie), zaujme správny poriadok v oblasti pohlavnosti (6. prikázanie), nadobudne správny vzťah k majetku (7. prikázanie) a bude si vážiť slovo vlastné i blížneho (8. prikázanie).

Prikázanie vyžaduje plnenie povinností detí voči rodičom, ktoré spočívajú v poslušnosti (do dospelosti a osamostatnenia), vo vďačnosti a úcte (po celý život) a v zodpovednosti za nich (keď sú odkázaní na pomoc detí).

Povinnosti rodičov voči deťom spočívajú v mravnej a duchovnej výchove detí. Ony potrebujú vnímať rodinu ako miesto prijatia a bezpečia, kde zažijú lásku rodičov k sebe navzájom, ale i ku nim samotným. Podľa vzoru rodičov vytvárajú si aj postoj k sexualite a láske, k vernosti a dôvere. V oblasti výchovy a vzdelania rodičia majú v rodine vytvoriť priestor na vzájomnú komunikáciu, a tak predchádzať rezolútnym príkazom a trestom. Rodičia praktizovaním viery majú vytvárať pre dieťa prvotný priestor duchovného spoločenstva vo viere.²¹

Biblický zdroj nás v kontexte vzťahu rodič a dieťa odporúča na skutočnosť, že tak rodič ako aj dieťa je v prvom rade dieťaťom Božím a až potom je dieťaťom svojich rodičov. Sám Ježiš bol poslušným synom svojich rodičov (Lk 2,51), no viac poslúchal vôľu svojho nebeského Otca (Lk 2,49).

Prikázanie sa dotýka i samotnej štruktúry rodiny. Rodina, aj keď sa rodina v priebehu storočí menila (dnes prevažuje moderná malá rodina, no ešte v minulom storočí bola bežným javom veľká rodina - mnoho detí a spolužitie najmenej troch generácií, a v starších dobách klan - široká sieť príbuzenstva), predsa jej základ je vždy rovnaký. Muž a žena spojení v manželstve dávajú život deťom, a tým sa stávajú novou rodinou. V záujme každej spoločnosti by mala byť klasická rodina chránená legislatívou, pretože je to jediné spoločenstvo, ktoré je schopné zabezpečiť prirodzenú reprodukciu a zároveň je pravzorom ľudských vzťahov.

Kresťanská rodina je Cirkvou vnímaná aj ako obraz spoločenstva Najsvätejšej Trojice. Spravidla je hierarchicky usporiadaná, je tzv. domácou cirkvou. Takéto vnímanie je možné len v prípade keď ide o monogamnú rodinu založenú na zásadnej rovnosti a rovnakej dôstojnosti oboch pohlaví (pričom otcovi sa priznáva prirodzená autorita v rodine).²²

²¹Np. Komisia pre katechizáciu a školstvo Konferencie biskupov Slovenska: *Učebné osnovy z predmetu Katolícke náboženstvo*. Svit, Katolícke biblické dielo, 2007. [online]. [cit. 2011-12-15]. Dostupné na internete: < http://www.kpkc.sk/data/down/reforma/Osnovy_pre_katolicke_nabozenstvo.pdf >

²²Tamže, s.6-7.

2. Činnosť

Žiaci porovnávajú vlastné názory s požiadavkou Božieho zákona.

3. Výklad učiteľa

Prikázanie nariaďuje ctiť si aj všetkých tých, ktorí dostali od Boha moc v spoločnosti. Kresťania preto vždy považovali za svoju úlohu modliť sa za svetskú vrchnosť (1 Tim 2,2).

V prikázani sú zahrnuté taktiež povinnosti svetskej autority a občanov. V súčasnej spoločnosti pod vplyvom „kultúrnej revolúcie“ šesťdesiatych rokov 20. stor., ale aj pod vplyvom obrovského zneužitia autority v totalitných režimoch, sa úcta k autorite veľmi oslabila. Stratil sa význam autority ako služby.

Prikázanie apeluje na povinnosť občanov prispievať k dobru spoločnosti v duchu pravdy, spravodlivosti, solidarity a slobody. Podriadenosť autorite a spoluzodpovednosť za spoločné dobro vyžadujú platiť dane, uplatňovať volebné právo a brániť krajinu. Avšak aj táto poslušnosť má však svoje hranice. Keď sa porušuje prirodzený a evanjeliový zákon, je povinnosťou svedomia odopretie poslušnosti.

ZÁVER

Učiteľ – učiteľ predstaví žiakom projekt „Starobylé“ Desatoro v modernom prostredí. Žiaci pracujú v skupinách. Pomocou pracovného listu (viď príloha č. 1) učiteľ dá žiakom indície k mediálnemu spracovaniu Božieho prikázania použitím metodológie „topoi“. Žiakom vysvetlí fázy mediálneho spracovania. Pri fáze *kanál* poukáže na možnosti využitia mediálnych žánrov *text, fotka a videoreportáž*. Pri fáze *kód* zdôrazní dôležitosť určenia hodnoty a jej (ne)realizáciu v súčasnosti. Na túto činnosť si učiteľ vymedzí dve vyučovacie hodiny.

Žiak – žiaci pracujú v skupine. Po výbere aspektu zo štvrtého prikázania a stanovení polarizácie stavov jeho dodržiavania resp. určením kľúčového problému a pozitívnej hodnoty *topoi*, žiaci si zvolia mediálny kanál cez ktorý sa pokúsia preniesť hodnotu. Žiaci na realizácii projektu pracujú mimo vyučovacích hodín, je to ich privátna úloha. Konečný produkt prezentujú pred triedou na vyučovacej hodine.

Učiteľ/žiak – keďže ide o netradičnú formu vyučovania, učiteľ umožní žiakom konzultácie. Prezentácie žiakov sú sloвне hodnotené učiteľom i žiakmi iných skupín. V prácach žiakov môže sa môže vyskytnúť hlbší problém prežívania prikázania. Učiteľ preto vníma tvorbu veľmi citlivo a je otvorený k dialógu.

Záver

Význam mediálnej výchovy v súvislosti s posunom súčasných hodnotových orientáciách natoľko vzrástol, že pri tvorbe výchovných programov školy je nutné popri iných hodnotových projektoch (multikultúrne projekty, projekty ekologické a pod.), zaoberať sa aj mediálnou výchovou.

Náročnosť aplikácie formačného mediálneho programu si vyžaduje rozhodnutie ako ho realizovať. Podľa charakteru školy jeho zaradenie je možné ako samostatný pred-

met, ako blokové vyučovania alebo ako implementácia prierezovej témy. Poslednú z nich sa snažil prezentovať náš príspevok.

Vychádzajúc z dlhoročnej pedagogickej praxe aplikácia zvolenej metódy a samotná tvorba kladie na žiakov zvýšené nároky na rozpoznanie morálnych hodnôt Božích prikázaní a ich konfrontáciu s bežným životom. Žiaci tzv. domorodci v prostredí nových komunikačných technológií sú schopní vytvoriť mediálne produkty aj s hodnotovými obsahmi. O to viac si realizácia projektu vyžaduje tvorivého učiteľa, ktorý morálne vie usmerniť žiaka v spleti mediálnych informácií a často i manipulácií. Projekt poukazuje na nenásilnú, ale veľmi účinnú formáciu žiakov k hodnotám. Preto je výzvou zaradiť aplikáciu mediálnej formácie v kontexte náboženských hodnôt do prípravy vysokoškolských študentov predmetu náboženská výchova. ■

Príloha č. 1

Projekt „Starobylé” Desatoro v modernom prostredí

Pracovný list

1. **Účastníci projektu:** žiaci 3. ročníka katolíckeho gymnázia

Účastníci pracovnej skupiny:

2. **Predmet projektu:** výber konkrétneho Božieho prikázania a jeho aspektu

3. **Fázy realizácie projektu:**

a) výber aspektu zvoleného Božieho prikázania

b)

c) stanovenie polarizácie - určiť pozitívny a negatívny stav.....

.....

.....

d) priebeh komunikačného procesu:

- vysielateľ (autentický vstúpiť do tvorby produktu - jasne definovať problém)
- kanál (zvoliť si médium)
- kód (použiť pozitívne, seriózne, hodnotové argumenty)
- vonkajšie výstupy (vyrobený produkt, pri jeho tvorbe ide hlavne o myšlienku, pričom kvalita je druhoradá)
- príjemca (nenásilná ponuka, ponechať slobodu prijatia hodnoty)

Príklad: 4.Boží príkaz – Cti svojho otca a svoju matku

IDEÁL	REALITA
ÚPLNÁ RODINA	V SÚČASNOSTI
VZÁJOMNÁ DÔVERA	ROZVODOVOSŤ – FENOMÉN AJ
RODIČOVSKÁ POCHVALA	21. STOROČIA?
ZODPOVEDNOSŤ ZA RODINNÝ ŽIVOT	VOLNÉ RODINNÉ VZŤAHY
...A ĎALŠIE	OSAMOTENOSŤ V RODINE
	SKLAMANIA
	...A ĎALŠIE

Dátum ukončenia projektu:**Dátum prezentácie projektu:****POUŽITÁ LITERATÚRA**

BENEDIKT XVI.: Posolstvo k 45. svetovému dňu spoločenských komunikačných prostriedkov.[online].[cit.2011-03-10]. Dostupné na: <<http://www.kbs.sk/?cid=1297076533>>.

BENEDIKT XVI.: Posolstvo k 46. svetovému dňu spoločenských komunikačných prostriedkov. [online] [cit. 2012-10-04]. Dostupné na internete: <http://www.kbs.sk/obsah/sekcia/h/dokumenty-a-vyhlasenia/p/dokumenty-papezov/c/posolstvo-masmedia-2012>

HALÍK, T., DOSTANI, T.: *Smiřená různost*. Praha : Portál 2011. 211 s. ISBN 978-80-7367-860-9.

Komisia pre katechizáciu a školstvo Konferencie biskupov Slovenska: *Učebné osnovy z predmetu Katolícke náboženstvo*. Svit, Katolícke biblické dielo, 2007. 47 s. ISBN 978-80-89120-3. [online]. [cit. 2011-12-15]. Dostupné na internete:< http://www.kpkc.sk/data/down/reforma/Osnovy_pre_katolicke_nabozenstvo.pdf>.

MATÚŠ, J.: *Návrh koncepcie k mediálnej gramotnosti na stredných školách v podmienkach Slovenskej republiky*. Trnava : Fakulta masmediálnej komunikácie Univerzity sv. Cyrila a Metoda v Trnave, 2008. 329 s. ISBN 978-80-8105-051-0.

MÍCIENKA, M., JIRÁK J.: *Základy mediální výchovy*. Praha : Portál 2007. 293 s. ISBN 978-80-7367-315-4.

RONČÁKOVÁ, T.: *Môže Cirkev hovoriť mediálnym jazykom?* Ružomberok : FF KU v Ružomberku. 2010. 479 s. ISBN 978-80-7450-011-4.

TUREK, I.: *Didaktika*. Bratislava : Iura Edidion Bratislava, 2010. 598 s. ISBN 978-80-8078-322-8.

VRABEC, N.: *Mládež a médiá*. Bratislava : IUVENTA, 2008. 37 s. ISBN 978-80-8072-074-2.

ZASEPA, T., OLEKŠÁK, P.: *Mediálna výchova*. Ružomberok: Katolícka univerzita v Ružomberku, 2008. 195 s. ISBN 978-80-8084-291-8.

O AUTORZE:

Mgr Anna Val'ková - pracownik naukowy na Wydziale Pedagogicznym Uniwersytetu Katolickiego w Ružomberku (Słowacja).

Michał Konrad Małek

Młodzieżowe media rozrywkowe antynomią wychowania

Youth entertainment media as antinomy of education

STRESZCZENIE:

KRÓTKIE UKAZANIE WYCHOWAWCZEJ ROLI JAKĄ POWINNY SPEŁNIAĆ MEDIA ZE SZCZEGÓLNYM UWZGLĘDNIENIEM PRASY ORAZ MEDIÓW AUDIOWIZUALNYCH. OMÓWIENIE TEMATYKI POPULARNYCH CZASOPISM KIEROWANYCH DO MŁODZIEŻY ORAZ WYBRANYCH TELEWIZYJNYCH PROGRAMÓW MŁODZIEŻOWYCH Z UWZGLĘDNIENIEM STOSOWANYCH TECHNIK MANIPULACJI (FRAGMENTACJA; INGRACJACJA). WYKAZANIE BRAKU PROMOWANIA WARTOŚCI ORAZ ZAGROŻENIA DLA INDYWIDUALNOŚCI ODBIORCY. KONIECZNOŚĆ KSZTAŁTOWANIA U MŁODZIEŻY WŁAŚCIWYCH POSTAW WOBEC MEDIÓW.

SŁOWA KLUCZOWE:

MŁODZIEŻOWE MEDIA ROZRYWKOWE, PEDAGOGIKA MEDIÓW, MEDIA, OSOBOWOŚĆ, WYCHOWANIE, MANIPULACJA.

ABSTRACT:

SHORT PRESENTATION OF EDUCATIONAL ROLE THE MEDIA SHOULD BE FULFILLING WITH FOCUS ON PRESS AND AUDIOVISUAL MEDIA. DISCUSSION ON THE THEMES OF POPULAR MAGAZINES AIMED AT YOUTH AS WELL AS SELECTED TELEVISION YOUTH PROGRAMMES, INCLUDING EMPLOYED MANIPULATION TECHNIQUES (FRAGMENTATION; INGRATIATION). DEMONSTRATION OF THE LACK OF PROMOTION OF THE VALUES AND DANGER TO CONSUMER'S INDIVIDUALITY. THE NECESSITY OF SHAPING APPROPRIATE ATTITUDE TOWARDS MEDIA AMONG YOUNG PEOPLE.

KEYWORDS:

YOUTH MEDIA ENTERTAINMENT, MEDIA EDUCATION, MEDIA, PERSONALITY, EDUCATION, MANIPULATION

W XXI w. nie sposób mówić o procesie kształtowania osobowości w kompletnym oderwaniu od mediów. Kryzys wychowawczy obejmuje tradycyjnie pojmowaną rodzinę, ale również szkołę, która stopniowo przestaje kształtować postawy wychowanków i nakierowana zostaje jedynie na wąsko pojmowaną specjalistyczną edukację. Zanik poczucia odpowiedzialności za życie swoje i innych osób, egoizm i utylitarne nastawienie do życia sprawiają, że rodzina coraz mniej uwagi poświęca kształtowaniu osobowości i postaw młodzieży. Zadania rodziców, a także Kościoła jako wychowawcy młodych pokoleń coraz częściej uzurpują sobie przekazy medialne. Powyższe przyczyny sprawiają, że rozrywkowe media młodzieżowe odgrywają istotną rolę w procesie wychowania swoich odbiorców i konieczna jest naukowa refleksja nad ich fenomenem.

Celem niniejszej pracy jest analiza młodzieżowych mediów rozrywkowych i ukazanie, że treści w nich zawarte mogą w istotny sposób stanowić zagrożenie dla wychowania odbiorców tych przekazów.

Chociaż specjaliści wymieniają różne funkcje mediów masowych, to do ich podstawowych funkcji należą: informacyjna, rozrywkowa i edukacyjna, zwana inaczej wychowawczą¹. Funkcja rozrywkowa mass mediów wymieniana jest przez wszystkie klasyfikacje, często w rozumieniu potocznym funkcja ta wyprzedza pozostałe.

Sposób życia w rozwiniętych cywilizacyjnie państwach pociąga za sobą jednocześnie zwiększenie poziomu stresu i czasu wolnego od pracy², co wiąże się ze zwiększonym zapotrzebowaniem na rozrywkę, zaspokajaną przez media. Zjawisko to dotyczy również młodzieży, która w czasie wolnym od zajęć szkolnych zazwyczaj może nie pracować.

Media i przekazy o charakterze rozrywkowym oprócz swojej podstawowej funkcji również kształtują postawy ludzi, stanowią pole ideologicznych sporów, manipulacji i propagandy³. Ich charakter ułatwia odbiorcom przyswajanie w sposób bezrefleksyjny występujących tam zideologizowanych treści. Przekaz wartości jest jedną z podstawowych cech wychowania osoby. Media pełnią ważną funkcję społeczną, która m.in. polega na przekazywaniu wartości w komunikatach dotyczących różnych zjawisk. Na skutek odbioru przekazu może dojść do utrwalenia lub modyfikacji postawy dotyczącej danego zjawiska. Rozrywka staje się więc nośnikiem przekazywanych treści⁴. Oczekiwania odbiorców związane z zaspokajaniem ważnej potrzeby rozrywki często powiązane są z postulatami przyjemności dla samej przyjemności, pustej, niedającej nic osobie. Należy zaznaczyć, że moralny aspekt spędzania czasu wolnego pozwala wymienić trzy indywidualne funkcje, które ma spełniać w życiu człowieka: odpoczynek ściśle wiążący się ze zmęczeniem fizycznym, rozrywka przy znużeniu intelektualnym oraz własny rozwój kulturalny⁵.

¹ Bp. A. Lepa, *Pedagogika mass mediów*, Łódź 2007, s. 46.

² Często może być to iluzoryczne, ponieważ aktywne zawodowo osoby wykonują w domu inne prace np. domowe.

³ Tamże, s. 48.

⁴ M. Ejsmont, B. Kosmalska, *Media, wartości, wychowanie*, Kraków 2010, s. 183.

⁵ Ks. T. Ślipko, *Zarys etyki szczegółowej*, Kraków 2009, s. 413-418.

Prasa oraz media audiowizualne posiadają najbardziej pedagogiczny, najsilniej oddziałujący na osobę ludzką charakter. Prasa jest jednym z najbardziej dostępnych mediów, jej atrakcyjność potęguje możliwość wielokrotnego korzystania i przekazywania egzemplarzy innym użytkownikom. Cechuje ją wysoka skuteczność oddziaływania na postawy i poglądy odbiorców. Do tekstu pisanego można wrócić, oddać się refleksji nad jego treścią. Według biskupa Adama Lepy prasa jako medium najlepiej nadające się do celów wychowawczych powinno być szeroko wykorzystywane w pedagogii⁶.

Najbardziej popularnym medium jest telewizja. Jej atrakcyjność i dostępność sprawiają, że może w bardzo istotny sposób oddziaływać na zmianę postaw i sposobów myślenia odbiorców. Telewizja posiada największą gamę programów i pozwala zaspokoić odbiorcom potrzebę rozrywki⁷.

Media chociaż mogą wpływać pozytywnie na postępowanie poszczególnych osób, jak i całych społeczności (np. przez uświadamianie społeczeństwu niedoli niektórych grup społecznych, edukację czy też uwrażliwianie), mogą również mieć destrukcyjny wpływ na psychikę człowieka.

Klasyfikacja mediów ze względu na wiek odbiorców wyróżnia również media młodzieżowe tzn. takie, których adresatami są głównie osoby młode, o nie w pełni ukształtowanej osobowości i światopoglądzie.

Media rozrywkowe to z kolei te media, których główną funkcją jest zaspokajanie w człowieku potrzeby rozrywki. Badania i różnego rodzaju raporty dowodzą, że polska młodzież obojga płci najchętniej czyta prasę rozrywkową⁸. Niestety jest to prasa, która przekazuje najmniej wartości lub nie przekazuje ich wcale.

Należy zaznaczyć, że młodzież poprzez różnego rodzaju zabawy i gry podlega procesowi socjalizacji, tzn. przystosowuje się do ról społecznych, które będzie pełnić w trakcie późniejszego, dorosłego życia. Wychowawcy lub osoby odpowiadające za młodzieżowe media rozrywkowe powinni w sposób świadomy i odpowiedzialny podchodzić do poruszanej tematyki. Istnieje potrzeba korelacji treści publikowanych w młodzieżowych mediach rozrywkowych z przekazywanymi przez rodzinę, szkołę i wychowawców. Ciągłość procesu wychowawczego, który w normalnych warunkach musi obejmować również czas wolny od pracy i zadań szkolnych, nie może być zakłócana przez negatywne oddziaływania mediów. W innym razie dana osoba może odejść od przekazywanych jej przez otoczenie postaw moralnych i etycznych⁹, na te obecne w mediach. Natomiast w przypadku występowania u danej osoby negatywnych postaw, mogą one zostać dodatkowo wzmocnione poprzez kontakt z niektórymi młodzieżowymi mediami rozrywkowymi.

Obecny rynek czasopism młodzieżowych uległ silnej homogenizacji. Przed rokiem 1989 wydawane w Polsce czasopisma dziecięce i młodzieżowe przestrzegały kategorii wie-

⁶ Bp. A. Lepa, *Pedagogika mass mediów*, Łódź 2007, s. 61-64.

⁷ Tamże, s. 84-89.

⁸ M. Ejsmont, B. Kosmalska, *Media...*, dz., cyt., s. 157.

⁹ E. Tomczyk, *Negatywne oddziaływanie mass mediów na zachowanie jednostki*, w: *Media jako wyzwanie wychowawcze*, J. Plis, A. Mamcarz (red.), Radom 2010, s. 211-215.

kowych i w pewien sposób towarzyszyły człowiekowi na poszczególnych etapach życia: wydawano czasopisma dla dzieci najmłodszych, które nie potrafią jeszcze czytać; dominowały w nich ilustracje jedno i wielobarwne np. „Miś”; czasopisma dla siedmio i ośmiolatków np. „Płomyczek”; dla osób w wieku od 8 do 12 lat np. „Płomyk” oraz kierowane do dwunasto i piętnastolatków np. „Świat Młodych”. Ponadto występowały młodzieżowe czasopisma popularnonaukowe np. „Horyzonty Techniki”¹⁰. Po 1989 r. w związku z likwidacją RSW „Prasa – Książka – Ruch” przeobrażeniu uległ cały rynek wydawniczy w Polsce. Czasopisma rozrywkowe kierowane do młodzieży to głównie mutacje zachodnich tytułów, których nie interesuje wychowywanie polskiego odbiorcy, a ich nakłady dalece przewyższają rodzime czasopisma. Po zestawieniu poszczególnych wydawców i gazet młodzieżowych można stwierdzić, że te wydawane przez kapitał zagraniczny zazwyczaj zawierają w sobie dość niską rozrywkę, poruszającą tematykę kultury masowej, mody i urody, a tytuły rodzime starają się również wychowywać i edukować odbiorców¹¹.

Tematyka młodzieżowych pism rozrywkowych oscyluje wokół życia gwiazd kultury masowej, porad dotyczących ubioru i dbania o urodę. Obecne są fotorelacje, komiksy fotograficzne, horoskopy i różnego rodzaju psychotesty.

Prowadzone jest również poradnictwo w sprawach życia uczuciowego i erotycznego, czym pisma wprost deprawują nieletnich, ponieważ odpowiedzi wykazują swoistego rodzaju zrozumienie dla „problemów” młodych dziewcząt i chłopców. Publikowane są w nich suche fakty, bez żadnego powiązania sfery płciowości ze sferą etyki i odpowiedzialności. Jeśli np. trzynastolatka spyta się o możliwe formy antykoncepcji, uzyska odpowiedź. Nie występują próby odwieśnienia jej od zbyt wczesnego rozpoczynania życia płciowego lub wychowanie do wstrzemięźliwości w celu późniejszego szczęśliwego życia rodzinnego. „Mimo, że podczas intymnych pieszczot istnieje niewielka szansa na zajście w ciążę, lepiej jednak uważać”¹² ostrzega odbiorców ginekolog dr Lucyna w dziale „SOS wszystko o uczuciach i zdrowiu”. W czasopiśmie BRAVO w dziale „Wasze sprawy” występuje rubryka „Mój pierwszy raz...”, w którym młode dziewczęta opisują przeżycie pierwszych kontaktów seksualnych.

Ta swoistego rodzaju „edukacja” seksualna, w praktyce oznacza rozsiewanie zgorszenia poprzez sztuczne rozbudzanie potrzeb, a także manipulację polegającą na wprowadzeniu w umysły odbiorców świadomości, że wszyscy dookoła wcześniej rozpoczynają kontakty seksualne. Dla młodych osób grupa rówieśnicza jest zazwyczaj wielkim autorytetem.

Tego rodzaju czasopisma stanowią również dowód na coraz większą dominację obrazu nad słowem w kulturze. Znikoma ilość tekstu i duża ilość obrazów zbliża je do tzw. magazynów ilustrowanych. Obecna w nich jest specyficzna forma wyrazu tzw. komiks fotograficzny, obrazkowa historia lub foto story¹³. W tak specyficznym komiksie warstwa słowa zo-

¹⁰ M. Ejsmont, B. Kosmalska, *Media...*, dz. cyt., s. 30-31.

¹¹ Tamże, s. 157.

¹² „Twist” 2012 nr 10, s. 66.

¹³ M. Ejsmont, B. Kosmalska, *Media...*, dz. cyt., s. 335-337.



Ingracjacja to podkupywanie odbiorcy, zaskarbienie sobie u niego szczególnych względów, sympatii itp. Rozbudowany system kontaktów z czytelnikami, swoistego rodzaju stanie po ich stronie na przekór rodzicom i wychowawcom poprzez wytworzenie się silnych więzi z odbiorcą ułatwia oddziaływanie na młode, nieuksztaltowane jeszcze umysły. Właśnie dlatego szkoła w młodzieżowych czasopismach rozrywkowych przedstawiana jest jako instytucja stojąca na przeszkodzie możliwości dobrej rozrywki.

staje ograniczona do minimum, które jest niezbędne, aby zrozumieć treść¹⁴. Komiksy występujące w młodzieżowych mediach rozrywkowych różnią się od zwyczajnych, ponieważ warstwa wizualna nie składa się z rysunków, ale z serii fotografii.

W młodzieżowych mediach rozrywkowych obecna jest również manipulacja. Stosowane techniki to głównie ingracjacja oraz fragmentacja¹⁵.

Ingracjacja to podkupywanie odbiorcy, zaskarbienie sobie u niego szczególnych względów, sympatii itp. Rozbudowany system kontaktów z czytelnikami, swoistego rodzaju stanie po ich stronie na przekór rodzicom i wychowawcom poprzez wytworzenie się silnych więzi z odbiorcą ułatwia oddziaływanie na młode, nieuksztaltowane jeszcze umysły. Właśnie dlatego szkoła w młodzieżowych czasopismach rozrywkowych przedstawiana jest jako instytucja stojąca na przeszkodzie możliwości dobrej rozrywki. „Starliśmy się naprawdę! Tańczyliśmy o brzasku dookoła wielkiego ogniska. Uruchomiliśmy wszystkie kontakty z szamanami doktoryzowanymi w zakresie zatrzymania czasu. Na nic to. Zaraz musicie ruszyć do budy. Ale spróbujcie poszukać w tym pozytywów. Spotkanie kumpli z klasy, przez cały wrzesień będziecie opowiadać sobie wrażenia z wakacji...”¹⁶ można przeczytać we wstępie do czasopisma „Popcorn”.

Fragmentacja polega natomiast na wybiórczym ukazywaniu rzeczywistości, pomijane są te aspekty, które nie odpowiadają manipulatorowi. Długotrwałe stosowanie tej techniki doprowadza do dezorientacji osób oraz całych społeczeństw w sprawach bardzo istotnych. W młodzieżowych mediach prowadzi do zawężenia obszaru zainteresowań oraz kształtowania stylu życia w oparciu o np. wzorce czerpane z życia idoli kultury ma-

¹⁴ Bp. A. Lepa, *Funkcja logosfery w wychowaniu do mediów*, Łódź 2008, s. 78.

¹⁵ Bp. A. Lepa, *Pedagogika...*, dz. cyt., s. 122-123.

¹⁶ „Popcorn” 2012 nr 9, s. 1.



Niezwykłe jednorodne przedstawianie tematów obecnych w młodzieżowych czasopismach rozrywkowych sprawia, że horyzonty ich odbiorców nie poszerzają się. Wyznacznikiem jakości życia mogą stać się: życie gwiazd i kwestie erotyczne. Infantylizacja treści, brak wprowadzania w świadomość odbiorców nowych zagadnień oraz niezwykle prosty język stosowany w tych czasopismach, nie prowadzi do rozwoju odbiorców.

sowej. Jak wspomniano wcześniej dlatego też wstrzemięźliwość w kwestiach seksualnych w młodzieżowych mediach rozrywkowych praktycznie nie występuje. Chociaż często poruszana jest tematyka związków, to pomijana jest odpowiedzialność oraz zakładanie rodziny. Kwestie sfery nadprzyrodzonej nie występują w ujęciu innym niż ezoteryka np. poprzez dodawanie do pism różnego rodzaju dodatków, jak talizmany itd. oraz obowiązkowe występowanie działu z horoskopami.

Analiza słów używanych w młodzieżowych mediach rozrywkowych w kategoriach odczuć udowadnia, że treść dotyczy głównie spraw przyjemnych, wprawiających człowieka w dobry nastrój¹⁷. Słowo „miłość” nie odnosi się do sfery duchowej lub uczuciowej, zazwyczaj dotyka jedynie sfery fizycznej. Wybór partnera lub partnerki przedstawiany jest tam, jak poszukiwanie dodatku do kreacji lub sposób na poprawienie sobie samooceny. Dodatkowo promuje się wizerunek mężczyzny jako prymitywnego samca, który musi pozostawać w relacji intymnej ze swoją partnerką, ponieważ nie może zapałować nad popędami. Według młodzieżowych czasopism rozrywkowych związki, w które wchodzi odbiorcy powinny mieć przede wszystkim podtekst erotyczny. Seks staje się wyznacznikiem samorealizacji i kreatywności, a także efektem popularności. Nie ma w nim odpowiedzialności, ani nawet właściwie pojętej miłości. Wstrzemięźliwość nie występuje. Im dziewczyna lub chłopak bardziej popularny, tym więcej spojrzeń przyciąga i ma więcej partnerów seksualnych.

Tematyka szkoły i edukacji praktycznie nie jest poruszana w ujęciu innym niż żartobliwe.

Niezwykłe jednorodne przedstawianie tematów obecnych w młodzieżowych czasopismach rozrywkowych sprawia, że horyzonty ich odbiorców nie poszerzają się. Wyznacznikiem jakości życia mogą stać się: życie gwiazd i kwestie erotyczne. Infantylizacja treści, brak wprowadzania w świadomość odbiorców nowych zagadnień oraz niezwykle

¹⁷ M. Ejsmont, B. Kosmalska, *Media...*, dz. cyt., s. 188.

prosty język stosowany w tych czasopismach, nie prowadzi do rozwoju odbiorców. Płaszczyna wychowawcza obecna w mediach rozrywkowych staje się antynomią wychowania, a promowane treści mogą doprowadzić jedynie do siania zgorszenia. Takie wytwarzanie konsumpcyjnego społeczeństwa ma na celu wychowanie teraźniejszych odbiorców rozrywkowych czasopism młodzieżowych na przyszłych odbiorców i czytelników pism równie infantylnych tyle, że kierowanych już do dorosłych.

Według Joanny Papuzińskiej istnieją trzy funkcje prasy dziecięcej i młodzieżowej: kształtowanie poglądów i postaw odbiorcy, bezpośrednie wyzwalanie aktywności czytelnika oraz zaspokajanie bieżących potrzeb wychowawczych¹⁸. Natomiast wg Bolesława Niemierko media mają wartość pedagogiczną, gdy pod ich wpływem rozwój konkretnego człowieka odbywa się w kierunku wartości społecznie aprobowanych¹⁹. W związku z płynącym z postmodernizmu postulatem relatywizmu moralnego oraz zmianą stylów życia i ideałów wychowania, niektórzy badacze akcentują pluralizm współczesnego społeczeństwa poprzez wysuwanie teorii, jakoby współcześnie należało mówić o socjalizacyjnych funkcjach prasy młodzieżowej, ponieważ pojęcie to jest znacznie szersze²⁰. Jednak socjalizacja jako proces mający na celu przygotowanie do późniejszego pełnienia określonych ról społecznych nie może przebiegać w oderwaniu od wartości nadrzędnych. Proces ten musi uwzględniać dobro wychowanka lub odbiorcy. Tymczasem wychowanie ma na celu głównie stworzenie przyszłych odbiorców i czytelników równie infantylnych czasopism kierowanych już do dorosłych. Młodzieżowe media rozrywkowe odgrywają istotną rolę w całym systemie prasowym, ponieważ wyrabiają w odbiorcy nawyk kupowania oraz czytania (lub przeglądania) prasy, a także przygotowują go również do szukania określonych treści²¹. Przygotowany lub raczej urobiony w ten sposób rynek zbytu nastawiony jest na niskie wartości.

Pozornie kształtowanie poglądów i postaw odbiorcy, bezpośrednie wyzwalanie aktywności czytelnika oraz zaspokajanie bieżących potrzeb wychowawczych czyli funkcje prasy młodzieżowej, są wypełniane przez media rozrywkowe. Jednak wartości obecne w młodzieżowych mediach rozrywkowych podyktowane są zasadami pełnego relatywizmu moralnego i oderwane od wielkiego autorytetu Kościoła katolickiego. Zdają się nie uwzględniać faktu, iż młodzież w procesie wychowania potrzebuje pomocy osób już ukształtowanych, które przeprowadzą ją przez burzliwy okres wieku dorastania. Nawet z uwzględnieniem żądań pluralizmu społecznego nie można uznać, że treści tych periodyków zawierają w sobie materiał wychowawczy. Wzory i treści tam prezentowane nie przyczyniają się do integralnego rozwoju odbiorców. Wreszcie, aby uznać wychowawczy charakter młodzieżowych mediów rozrywkowych należałoby przyjąć, że w zdrowo rozu-

¹⁸ J. Papuzińska, *Wychowawcza rola prasy dziecięcej*, Warszawa 1972, s. 56.

¹⁹ B. Niemierko, *Jak badać pedagogiczną wartość mediów?*, w: *Media a edukacja*, W. Strykowski (red.), Poznań 1998, s. 185.

²⁰ M. Ejsmont, B. Kosmalska, *Media...*, dz. cyt., s. 56.

²¹ M. Lisowska-Magdziarz, *Barbie wyrusza do pokonsumpcji (i nie ma przy sobie gotówki). Trening postaw konsumpcyjnych w magazynach ilustrowanych dla dzieci*, w: *Dziecko w świecie mediów i konsumpcji*, M. Bogunia-Borowska (red.), Kraków 2006.



Młodzieżowe media rozrywkowe odgrywają istotną rolę w całym systemie prasowym, ponieważ wyrabiają w odbiorcy nawyk kupowania oraz czytania (lub przeglądania) prasy, a także przygotowują go również do szukania określonych treści.

mianym wychowaniu mogą być obecne techniki manipulacji. Wychowanie jest procesem, który musi prowadzić do wszechstronnego oraz integralnego rozwoju osoby ludzkiej. Osoba wychowanka i jego dobro stanowią główny przedmiot wychowania.

Oprócz prasy wielkim rynkiem młodzieżowych mediów rozrywkowych są media audiowizualne. W telewizji publicznej występują tylko nieliczne programy kierowane do młodzieży, większość z nich posiada charakter edukacyjny. Największym medium młodzieżowym o charakterze rozrywkowym jest stacja MTV (skrót od Music Television). Chociaż stacja należąca do MTV Networks w teorii jest stacją muzyczną, to obecnie muzyczne teledyski stanowią jedynie część ramowego programu. Obecne są publicystyczne programy dotyczące głównie stylów ubioru i nowinek z życia gwiazd muzyki pop. Oprócz tego obecne są prymitywne programy o charakterze komediowym takie jak np. serial *Jackass* (z angielskiego osioł, bałwan). Ten program rozrywkowy stanowi serię różnorodnych, często niebezpiecznych i niezwykle obrzydliwych popisów grupy aktorów. Jego popularność sprawiła, że nakręcono dwie kinowe wersje: *Jackass – świrny w akcji* oraz *„Jackass Number Two*”. Dodatkowo na kanwie popularności serialu powstały inne programy tego typu, takie jak *„Wildboyz*”. W programie obecne były wątki masochistyczne oraz okaleczanie ludzi – bohaterowie często występowali razem ze zwierzętami i wprost prowokowali je do agresywnych zachowań. Na antenie pokazywano ponadto sceny, które powinny wywołać obrzydzenie we wszystkich normalnych odbiorcach, obecne były motywy picia wydzielin ciała zwierząt oraz ludzi, fekalia i triki mogące spowodować kalectwo. Przed każdym odcinkiem emitowano informację o niebezpieczeństwach mogących grozić naśladowcom treści zamieszczonych w programie. Jednak na całym świecie powstały młodzieżowe grupy naśladowców aktorów, które umieszczały swoje filmy w Internecie.

MTV emituje ponadto różne programy animowane takie jak np. kontrowersyjni *Przerysowani* (*Drawn Together*), często obrazoburczy *South Park* czy *Happy Tree Friends*. Te seriale animowane kierowane są do widzów dorosłych. Bohaterami programu *Happy Tree Friends* (w polskim tłumaczeniu dostępny jako „Przyjaciele z wesołego lasu”) jest grupka zwierzątek. Konwencja rysowania wydaje się być niezwykle infantylna i przeznaczona dla najmłodszych, jednak fabuła każdego odcinka (a raczej krótkiej animacji) polega na wciągnięciu bohaterów w ciąg przyczynowo – skutkowy, który doprowadza do niezwykle krwawych i bolesnych śmierci części lub wszystkich bohaterów.

Pomiędzy poszczególnymi częściami nie ma ciągłości logicznej, ponieważ bohaterowie, którzy giną w jednym filmie są obecni w kolejnych. Nie występują dialogi, dźwięki wydawane przez postaci to głównie wrzaski przerażenia i bólu, a wszystkie słowa wypowiedziane w programie są niewyraźne. Bohaterem, którego można najłatwiej zrozumieć jest Lumpy – niebieski łoś, który w jednym z odcinków na skutek przygniecenia przez drzewo odcina sobie nogę siekierą. Jedna ze scen pokazuje, jak bohater kruszy sobie kość przy użyciu kamienia, potem kadr oddala się i widz dowiaduje się, że niezdarny bohater wybrał złą kończynę. W ostatniej scenie płaczący Lumpy rozpoczyna amputację drugiej nogi przy użyciu spinacza biurowego.

Oprócz tego na MTV istnieje cała seria różnorodnych programów typu reality show. Należy wyliczyć m.in. *Wanna Come In? Zakochaj się w Tili Tequili*, *Zakochaj się w Rikki i Vikki*, *Paris Hilton – kumpela na zabój* oraz *Szał Ciał*.

Wanna Come In? to specyficzny program reality show, w którym główny bohater – niepewny siebie chłopak poinstruowany przez specjalnego trenera, idzie na randkę. Jego celem jest poprowadzenie spotkania towarzyskiego tak, aby na koniec programu być zaproszonym do domu dziewczyny (lub innego chłopaka, w programie często pojawiały się wątki dewiacji). W trakcie randki uczestnikowi spotkania przydzielane są określone zadania, wykonanie ich powoduje, że zdobywa dodatkowe pieniądze. Jeśli wygra program razem z trenerem zyskuje całą pulę.

Uczestnicy programu „*Zakochaj się w Tili Tequili*” to 16 heteroseksualnych mężczyzn oraz 16 homoseksualnych kobiet. Wykonując różnego rodzaju upokarzające zadania np. jedzenie surowych organów zwierząt, mają za zadanie wkupić się w łaski i zdobyć „miłość” głównej bohaterki programu, amerykańskiej modelki i blogerki, rzekomo biseksualnej Tili Tequili. Serial był tak popularny, że doczekał się wydania drugiej edycji.

Na jego kanwie powstał również program „*Zakochaj się w Rikki i Vikki*”, w roli głównych bohaterek wystąpiły biseksualne bliźniaczki Erica Mongeon i Victoria Mongeon. Choć liczba uczestników wyniosła 12 mężczyzn i 12 kobiet, to poszczególne zadania, jak i sama fabuła nie różniła się zbyt wiele od „*Zakochaj się w Tili Tequili*”. W większości odcinków między uczestnikami dochodziło do znacznych sporów, kłótni i obelżywych uwag.

Promowane zjawiska to: seks bez zobowiązań, brak poczucia własnej wartości oraz swoisty rodzaj kultu jednostki, polegający na wykonaniu każdego zadania głównej bohaterki lub bohaterek programu. W tych programach surowo piętnowano jedynie bezpośrednią napaść fizyczną na drugiego uczestnika oraz każdą formę krytyki upodobań seksualnych osób biseksualnych oraz homoseksualnych. Programy tego typu promują wśród młodzieży dewiacje seksualne oraz sytuacjonizm moralny.

„*Paris Hilton – kumpela na zabój*” to kilkusezonowy program reality show. Główną bohaterką jest tytułowa amerykańska celebrytka Paris Hilton. W każdej edycji eliminuje uczestników programu: heteroseksualne kobiety i homoseksualnych mężczyzn, aby w rezultacie wybrać jednego, który stanie się jej „najlepszym przyjacielem”.

Uczestniczkami programu „*Szał ciał*” są kobiety, które muszą przewidzieć jak trzech mężczyzn oceni poszczególne partie ich ciała. Jeśli odgadną ocenę, zdobywają pieniądze. Na koniec programu kobiety muszą przewidzieć w jakiej kolejności pod



Jednym z czynników obecnych we wszystkich młodzieżowych mediach rozrywkowych jest zjawisko homogenizacji tzn. mieszania się różnorodnych elementów kultury, z których powstaje coś na kształt lekkostrawnej „papki” w celu łatwiejszego przyswojenia przez odbiorców. Zjawisko to może przybierać różnorodne postaci.

względem atrakcyjności fizycznej uszeregują się mężczyźni. Popularność programu sprawiła, że doczekał się nawet edycji polskiej.

W nowszych programach reality show typu „Ekipa z New Jersey” nie występuje żaden cel. Ich bohaterami jest grupa ludzi, którzy spędzają wakacje na przygodnych kontaktach seksualnych oraz imprezach.

Programy reality show nadawane na MTV niszczą godność ludzką, ponieważ pokazują uczestników jak pewnego rodzaju towar, który eliminuje się z programu, jeśli nie pasuje głównemu bohaterowi. Już ta pobieżna analiza uwidacznia ogromną ilość treści seksualnych. Aby mogła wystąpić przyjaźń damsko – męska konieczne jedna ze stron musi być homoseksualna, w przeciwnym razie koleżeństwo musi przerodzić się w niezobowiązujące kontakty seksualne. Wreszcie związki homoseksualne przedstawiane są na równi z heteroseksualnymi.

Należy zaznaczyć, że specyficznie wygląda w nich również rola kobiet. Z jednej strony promowana jest postawa „kobiety wyzwolonej”, jako lepszej od tradycyjnego modelu ról społecznych, z drugiej zaś przydatność kobiety uzależniona jest od wyglądu fizycznego. We wszystkich nich dominuje spojrzenie utylitarne, losy poszczególnych osób uzależnione są od kaprysów głównych bohaterów.

Tytułowi bohaterowie otaczani są kultem, atmosferę tę potęguje scenografia np. Paris Hilton dokonując selekcji uczestników, siedzi na znajdującym się na podwyższeniu tronie, w dłoni ściska coś na kształt berła. Uczestnicy stoją niżej niż ona, do ostatnich chwil nie wiadomo kto odpadnie, a kto będzie mógł grać dalej. Jeśli jakiś z uczestników obrazi ją, pozostali są oburzeni i przerażeni. W następnych odcinkach dochodzi do niszczenia jego wizerunków np. obrzucano farbą zdjęcie gracza. Również poszczególne zadania są upokarzające. Uczestnicy zachęceni są do niezdrowej rywalizacji, istnieje donosicielstwo. Między graczami nie ma żadnego poczucia solidarności lub postawy braterstwa. Nagradzane są jedynie najgorsze zachowania. Dobre wzorce w tych programach w ogóle nie istnieją, moralność jest ośmieszana, a całe życie kreowane jest na grę, w której nie ma żadnych reguł.

Niektóre z programów emitowanych w młodzieżowych mediach rozrywkowych posiadają oznaczenia informujące, że treści w nich zawarte, nie są odpowiednie dla osób nie-

pełnoletnich. Dowodzi to tezy o infantylizacji dorosłych i całej kultury²². Jednak sama konwencja danej stacji jak np. MTV poprzez treści stanowiące mieszanekę muzyki popularnej, plotek z życia gwiazd i programów, w których bohaterami są ludzie młodzi zdaje się celować właśnie w niedojrzałego odbiorcę. Wiadomo, że starsze dzieci chętniej wybierają programy przeznaczone nie dla ich grupy wiekowej²³. Nawet dla dorosłych osób programy, które wyżej przedstawiono niosą zagrożenia, dla młodego odbiorcy z nieukształtowanym krytycznym podchodzeniem do przekazów medialnych, ryzyko jest tym większe. Programy tego typu w istotny sposób pobudzają zainteresowanie kwestiami erotycznymi, dodatkowo promują negatywne wzorce. Istnieje uzasadnione podejrzenie, że ekspozycja na tego typu treści doprowadza do uniewrażliwienia odbiorcy na problemy otaczających ludzi, zwiększa odczuwanie leku oraz powoduje szybsze rozpoczęcie życia seksualnego względem wcześniejszych pokoleń²⁴. Największym zagrożeniem jest niewątpliwie ryzyko przyjęcia lansowanych przez rozrywkowe media młodzieżowe systemów wartości.

W młodzieżowych mediach rozrywkowych dziwny jest też wizerunek rodziny. W programie „Made” bohaterem każdego odcinka jest nastolatek, który w istotny sposób pragnie zmienić swoje życie. Rodzice zwykle są antypatyczni, zazwyczaj nie wierzą, że ich dziecku uda się zmienić negatywne nawyki.

Bardzo rzadko również pokazywane są rodziny pełne. Każda edycja programu „Nastoletnie ciążę” i „Nastoletnie matki” opowiada o nastolatkach, które zaszły w ciążę. W podsumowaniu poszczególnych edycji prowadzący wypytuje bohaterki o formy antykoncepcji, które dla siebie wybrały. Program najbardziej aprobejuje „najodpowiedzialniejsze” młode matki i nastolatki, które wybrały antykoncepcję hormonalną. Serial ten pokazuje negatywne następstwo kontaktów seksualnych rozpoczętych w młodym wieku, ponieważ uwidacznia ciężką sytuację życiową młodych matek, problemy ze skończeniem szkoły średniej itd., jednak nie promuje wstrzemięźliwości przedmałżeńskiej. Pomijanie tych istotnych wartości wydaje się nie być spójne, ponieważ celem programu jest zniechęcenie młodzieży do wczesnego rodzicielstwa. Brak komentarza narratora powoduje, że młody widz nie może właściwie ocenić przedstawianych wydarzeń.

W MTV podobnie jak w młodzieżowych czasopiśmie rozrywkowych prawie nie występuje tematyka sfery nadprzyrodzonej w ujęciu innym niż ezoteryczne. Przymiotniki religijny, uduchowiony zarezerwowane są tam głównie dla nowych grup religijnych o charakterze synkretycznym. Chrześcijaństwo w najlepszym razie traktowane jest jak coś infantylnego (w programie „Paris Hilton – kumpela na zabój” jedna z uczestniczek powiedziała, że nie chciała by brać udziału w orgii seksualnej, ponieważ bałaby się, że pójdzie do piekła. Sytuacja została przedstawiona tak, aby wymienioną bohaterkę ukazać jako niezwykle infantylną.)

Biorąc pod uwagę sposoby finansowania młodzieżowych mediów rozrywkowych logiczny jest brak w nich jakichkolwiek wartości podstawowych, do których specjaliści zaliczają

²² M. Bogunia-Borowska, *Infantyilizacja kulturowa. Adolescencja dzieci oraz infantylizacja dorosłych*, w: *Dziecko w świecie mediów i konsumpcji*, M. Bogunia-Borowska (red.), Kraków 2006.

²³ M. Ejsmont, B. Kosmalska, *Media, Wartości, Wychowanie*, Kraków 2005, s. 294.

²⁴ Tamże, s. 313.

m.in. wartości chrześcijańskie oraz wartości patriotyczne²⁵. Deprecjonowanie tych wartości oraz promowanie postaw przeciwnych takich jak: moralności antychrześcijańskiej oraz postawy kosmopolitycznej rzutuje wyrażnie na całym procesie wychowawczym. Zjawisko to osiąga rangę wielkiego problemu pedagogicznego naszych czasów i z pewnością wymaga wypracowania odpowiednich modeli wychowawczych w celu przezwyciężenia tego kryzysu. Należy przypomnieć sobie, że wychowanie jest procesem, który wprowadza człowieka w świat wartości. W mediach kierowanych do młodzieży znów muszą zagościć wartości poważne, których przekazywanie i promowanie będzie miało na celu dobro odbiorców danego przekazu, a nie jedynie pozyskanie nowych zwolenników dla określonych treści i płytkich idei.

Jednym z czynników obecnych we wszystkich młodzieżowych mediach rozrywkowych jest zjawisko homogenizacji tzn. mieszania się różnorodnych elementów kultury, z których powstaje coś na kształt lekkostrawnej „papki” w celu łatwiejszego przyswojenia przez odbiorców. Zjawisko to może przybierać różnorodne postaci. W młodzieżowych czasopismach rozrywkowych to np. reklamowanie książki Korczaka, tuż przy filmach opowiadających o miłostkach nastolatków. W mediach audiowizualnych to przede wszystkim popularne adaptacje muzyki klasycznej czy występowanie filmów poważniejszych opowiadających o ciężkim życiu zaraz po lub przed filmami komediowymi.

Skutkiem homogenizacji jest stopniowe zacieranie się hierarchii wartości²⁶. Homogenizacja stanowi kolejną antynomię na drodze wychowania, które można rozpatrywać także jako wprowadzanie w świat wartości. Kolejnym zagrożeniem jest przeżywanie przez odbiorców na równi elementów niskiej i wysokiej kultury, a także mylenie imitacji z oryginałem.

Młodzieżowe media rozrywkowe nie posiadają w sobie treści, które ułatwią ich odbiorcom rozumienie specyficznego kodu kulturowego. Chociaż występuje w nich typowo postmodernistyczna pochwała różnorodności, to wszelkie treści są silnie ujednolicone. Za ich pośrednictwem odbiorca nie pozna bogactwa dziedzictwa narodu polskiego, ani żadnego innego państwa, ponieważ media te nie dotyczą tak istotnych zagadnień. Opisują głównie występujące na całym świecie zjawiska kultury masowej, stanowią swoistą apoteozę głupoty i wszelkiego rodzaju negatywnych zjawisk. Nie szanują różnic kulturowych, ponieważ według nich żadna kultura poza popularną nie istnieje.

Powyższa analiza nie byłaby pełna bez uwzględnienia czynnika wzorców przekazywanych w reklamach. Reklamy również stanowią pewną płaszczyznę wychowania i przekazują zazwyczaj negatywne wzorce zachowań²⁷. Młodzież narażona jest na demoralizujące treści poprzez umieszczanie w adresowanych do nich mediach np. nieodpowiednich reklam środków antykoncepcyjnych, suplementów diety stosowanych w antykoncepcyjnej kuracji hormonalnej oraz wielką ilość podtekstów erotycznych. Treści te nie są odpowiednie dla młodzieży, stanowią wprost trening postaw konsumpcyjnych²⁸.

²⁵ Bp. A. Lepa, *Pedagogika mass mediów*, Łódź 2007, s. 124.

²⁶ Bp. A. Lepa, *Pedagogika mass mediów*, Łódź 2007, s. 55-56.

²⁷ M. Ejsmont, B. Kosmalska, *Media...*, dz. cyt., s. 310.

²⁸ M. Lisowska-Magdziarz, *Barbie wyrusza do pokonsumpcji (i nie ma przy sobie gotówki). Trening postaw konsumpcyjnych w magazynach ilustrowanych dla dzieci*, w: *Dziecko w świecie mediów i kon-*

Podsumowując zarówno w drukowanych, jak i audiowizualnych mediach rozrywkowych występuje przekaz określonych postaw. Ich oddziaływanie można rozpatrywać jako wychowawcze tylko w oderwaniu od dobra wychowanka. Określone style i wzorce zachowań w nich promowane, w istotny sposób muszą przyczyniać się do postępującego kryzysu rodziny i przyspieszać erozję wartości chrześcijańskich oraz humanistycznych w życiu młodego pokolenia. Przekaz ten nastawiony jest głównie na kreowanie rynku zbytu dla określonych magazynów kierowanych do dorosłych osób oraz wyrabianie w odbiorcach postaw konsumpcyjno-uitylitarnych. W porównaniu do mediów drukowanych – w audiowizualnych występują wyraźne oznaczenia o nieodpowiednich dla młodzieży treściach. Jednak sama linia programowa danych stacji kierowana jest właśnie do młodzieży, w jasny sposób zachęca ją do oglądania nieodpowiednich dla niej programów. Media audiowizualne i drukowane mają niemalże koleżeński stosunek do swoich odbiorców, stojąc w przeciwieństwie do całego procesu wychowania.

Powyższa analiza uwidacznia, że przekaz określonych idei, wzorców i zachowań odbywający się w młodzieżowych mediach rozrywkowych nie może być rozpatrywany inaczej, jak w kluczu antywychowania. Bezrefleksyjny charakter tych mediów tylko przyspiesza proces przyswajania i asymilacji antywartości, które podawane są odbiorcy jako lepsze od prawdziwych wartości.

Młodzieżowe media rozrywkowe z pewnością będą stanowiły wielkie wyzwanie dla pedagogiki mediów i pedagogii. Aby przeciwdziałać roli, którą pełnią we współczesnym świecie, konieczne jest zaangażowanie nie tylko wychowawców, ale przede wszystkim rodziny i samych odbiorców np. poprzez regularne zajęcia z edukacji medialnej, które pozwolą im zrozumieć rolę tych mediów w procesie kształtowania osobowości oraz wyrobią krytyczny stosunek do ich przekazów.

Wnioski:

1. Rozrywkowy charakter mediów ułatwia odbiorcom przyswajanie w sposób bezrefleksyjny występujących tam treści.
2. Wartości obecne w młodzieżowych mediach rozrywkowych oraz techniki manipulacji w nich stosowane są podyktowane zasadami pełnego relatywizmu moralnego i wiążą się z kreowaniem rynku zbytu dla określonych mediów kierowanych do dorosłych i wyrabiania w odbiorcach postaw konsumpcyjno – uitylitarnych.
3. W młodzieżowych mediach rozrywkowych nie występuje promowanie wartości podstawowych (chrześcijańskich i patriotycznych), zamiast tego promuje się postawę kosmopolityczną i moralność antychrześcijańską.
4. Młodzieżowe media rozrywkowe stanowią antynomię wychowania. ■

sumpcji, M. Bogunia-Borowska (red.), Kraków 2006.

BIBLIOGRAFIA:

- Media w wychowaniu chrześcijańskim*, red. D. Bis, A. Rynio, Lublin 2010.
Dziecko w świecie mediów i konsumpcji, red. M. Bogunia-Borowska, Kraków 2006.
M. Ejsmont, B. Kosmalska, *Media, Wartości, Wychowanie*, Kraków 2010.
M. Ejsmont, B. Kosmalska, *Media, Wartości, Wychowanie*, Kraków 2005.
Bp A. Lepa, *Funkcja logosfery w wychowaniu do mediów*, Łódź 2008.
Bp A. Lepa, *Pedagogika mass mediów*, Łódź 2007.
J. Papuzińska, *Wychowawcza rola prasy dziecięcej*, Warszawa 1972.
Pełnomocnik Rządu do Spraw Rodziny, *Raport o sytuacji polskich rodzin*, Warszawa 1998
Media jako wyzwanie wychowawcze, red. J. Plis, A. Mamcarz, Radom 2010.
Media a edukacja, red. W. Strykowski, Poznań 1998.
Ks. T. Ślipko, *Zarys etyki szczegółowej*, t. 1, Kraków 2009.

O AUTORZE:

Michał Konrad Małek – ur. 12 sierpnia 1989 w Warszawie. Od 2008 r. student Instytutu Edukacji Medialnej i Dziennikarstwa na wydziale teologicznym Uniwersytetu Kardynała Stefana Wyszyńskiego. Sekretarz Koła Naukowego Studentów IEMiD, członek sekcji naukowo-badawczej oraz prezes sekcji edukacyjno-medialnej.

Emilia Dudkiewicz

Promocja muzyki sakralnej w kontekście wychowania liturgicznego na przykładzie audycji emitowanych na antenie Radia Warszawa

Sacral music promotion and liturgical education as heard on the Warsaw Radio

STRESZCZENIE:

KONSUMPCYJNY MODEL ŻYCIA PRZYCZYNI SIĘ DO KRYZYSU KULTURY ORAZ ZACIERANIA GRANIC MIĘDZY SACRUM A PROFANUM. W MEDIACH WYSOKA KULTURA USTĘPUJE MIEJSCA PROGRAMOM ROZRYWKOWYM, KSZTAŁTUJĄCYM GUSTA ODBIORCÓW. DOCHODZĄ ONE DO GŁOSU M.IN. W KWESTII MUZYKI LITURGICZNEJ, DESAKRALIZUJĄC JĄ (CO OBJAWIA SIĘ POPRZEC „ROBIENIE MODNEJ, ATRAKCYJNEJ OPRAWY” LITURGII). SZCZEGÓLNE ZADANIE STOI PRZED MEDIAMI KATOLICKIMI; PRZYKŁADEM PODJĘCIA GO JEST RADIO WARSZAWA PROMUJĄCE W WYBRANYCH AUDYCJACH MUZYKĘ SAKRALNĄ.

SŁOWA KLUCZOWE:

MUZYKA SAKRALNA, LITURGIA, FORMACJA, GLOBALIZACJA, KULTURA MASOWA, RADIO.

ABSTRACT:

CONSUMERISM INFLUENCES ON THE CRISIS OF CULTURE AND BLURRING THE BOUNDARIES BETWEEN SACRUM AND PROFANUM. IN MEDIA, SHOWS REDUCE HIGH CULTURE AND ARE RESPONSIBLE FOR OUR PREFERENCES. MOREOVER, THEY DESACRALIZE LITURGICAL MUSIC MAKING THE LITURGY MORE ‘ATTRACTIVE OR TRENDY’. CATHOLIC MEDIA, SUCH AS THE WARSAW RADIO PLAY THE KEY ROLE IN PROMOTING SACRAL MUSIC.

KEYWORDS:

SACRAL MUSIC, LITURGY, FORMATION, GLOBALISATION, MASS CULTURE, RADIO

*Potęga środków przekazu jest tak wielka,
że wpływają one nie tylko na to, jak ludzie myślą,
ale także o czym myślą*¹.

W ostatnich dekadach XX wieku obserwuje się powstawanie nowej cywilizacji, będącej rezultatem gwałtownie postępujących i kumulujących się przeobrażeń². Współczesny świat stopniowo przekształca się w „globalną wioskę”, co znajduje odbicie w różnych dziedzinach ludzkiej działalności. Uniformizacja świata i homogenizacja kultury, będące skutkiem wielowymiarowych procesów globalizacji, prowadzą do przekraczania granic państw i kontynentów, co skutkuje odbiorem tych samych informacji, uczestnictwem w tych samych wydarzeniach i korzystaniem z tych samych produktów konsumpcyjnych³.

Niebywałe tempo postępu technicznego przyczyniło się do wygenerowania masowej produkcji przemysłowej, co z kolei poskutkowało fenomenem powstania i rozprzestrzeniania się tzw. kultury masowej. Pojęcie to – według definicji Antoniny Kłoskowskiej – „odnosi się do zjawisk współczesnego przekazywania wielkim masom odbiorców identycznych lub analogicznych treści płynących z nielicznych źródeł oraz do jednolitych form zabawowej, rozrywkowej działalności wielkich mas ludzkich”⁴. Jej podstawowym wskaźnikiem jest zatem (oprócz kryterium ilości) standaryzacja. Pomimo lokalnych różnic, kultura masowa posługuje się podobnymi, schematycznymi formami, powtarzając wypróbowane wzory (czego przykładem są seriale, czy teleturnieje). Dąży do uzyskania jak największego zasięgu oddziaływania, chce być wszędzie obecna, chce zadowolić przeciętnego odbiorcę. Aspiruje do zapewnienia beztrudnej rozrywki pozwalającej oderwać się od problemów codzienności. Promowane są takie treści, które nie wymagają myślenia, jakiejś głębszej refleksji. Proponowana rozrywka ma być łatwa i przyjemna w odbiorze. Banalizacja odnosi się nie tylko do wytworów materialnych, ale także do sfery uczuć, postaw, zachowań.

Całość działań i wytworów traktowana jest jako towar, którego celem jest zapewnienie jak największego zysku, będącego głównym motorem działań⁵. „Komercyjne sieci wszelkiego rodzaju snują pajęczynę wokół całego życia ludzkiego, redukując każdy przeżywany moment do statusu towaru na sprzedaż”⁶. W tym kontekście nawet osoba

¹ Papieska Rada do Spraw Środków Społecznego Przekazu, Instrukcja duszpasterska *Aetatis novae*, nr 4.

² A. Krajewska, *Jaka edukacja w społeczeństwie wiedzy?*, w: F. Bereźnicki, K. Denek (red.), *Edukacja Jutra – XI Tatrzańskie Seminarium Naukowe*, Szczecin 2005, s. 99.

³ Zob. J. Szempruch, *Nauczyciel wobec wyzwań edukacyjnych późnej nowoczesności*, w: I. Adamek, Z. Zbróg (red.), *Wczesna edukacja dziecka wobec wyzwań współczesności*, Kraków 2011, s. 204 – 205.

⁴ A. Kłoskowska, *Kultura masowa. Krytyka i obrona*, Warszawa 1980, s. 95.

⁵ Zob. A. Zając, *Inkulturacyjność w obszarze muzyki liturgicznej wobec wyzwań współczesnej muzycznej popkultury*, w: *Musicam Sacram Promovere*, t. 1, Kraków 2004, s. 68 – 70.

⁶ J. Rifkin, *Wiek dostępu. Nowa kultura hiperkapitalizmu, w której płaci się za każdą chwilę życia*, przeł. E. Kania, Wrocław 2003, s. 105.

będąca tzw. wizerunkiem określonych sektorów kulturalnych, bardzo często również zostaje sprowadzona do kategorii towaru, żywej reklamy, której zadaniem jest (poprzez system zachowań kreujących modę na wybrane produkty oraz sposób bycia) przynosić zysk nie tylko sobie, ale głównie konkretnym monopolistom.

Podstawowym miejscem generowania i funkcjonowania kultury masowej są media. Świat komunikacji stał się pierwszym areopagiem współczesnego świata, w którym „środki społecznego przekazu nabrały takiego znaczenia, że są dla wielu głównym narzędziem kierującym i inspirującym postawy indywidualne, rodzinne, społeczne. (...) Nasza epoka jest epoką globalnej komunikacji, gdzie tak wiele momentów ludzkiej egzystencji przebiega poprzez procesy medialne, czy przynajmniej musi się z nimi konfrontować”⁷.

Jak zauważa Ryszard Podgórski: „wszystkie środki masowego przekazu w istotnym stopniu wpływają na mentalność, wartości i postawy, zarówno jednostkowo, jak i społecznie”⁸. Mogą „ogłupiać”, albo budzić ciekawość. Ideologii bowiem nie dostosowuje się do gustów konsumenta, ale te gusta się tworzy; „(...) ci, którzy manipulują rynkami konsumenckimi nie mogą uniknąć ingerencji w sferę zachowań i postaw”⁹. Wpływ środków masowego przekazu na mentalność, wartości i postawy, zarówno w perspektywie globalnej, jak i jednostkowej, posiada bardzo szeroki zasięg.

Tendencją od kilku, a nawet kilkunastu lat utrzymującą się w mediach publicznych jest znaczna redukcja promocji tzw. kultury wysokiej, w tym także muzyki. Szerzenie trendu szybkiego życia (szybka sieć, szybka komunikacja, szybkie jedzenie, itd.) powoduje umacnianie stylu, w którym nie ma czasu na refleksję. Kategorie duchowe (dusza, medytacja) pojawiają się w wybitnie świeckim kontekście. Jak twierdzi Barber, „nowoczesna telekomunikacja i przemysł rozrywkowy nie lekceważą, ani nie niszczą duszy. Można raczej stwierdzić, że ją wchłaniają, rozbierają na części i składają na nowo. W ich rękach dusza staje się bardziej skutecznym mechanizmem konsumpcji niż ciało”¹⁰. Zamiast pobudzać człowieka do duchowej refleksji powtarza się mu, że bardziej istotne jest nie to, aby zadbał o swoją duszę, ale żeby posiadał samochód „z duszą”, pił kawę inspirującą duszę, wzorował się na kreowanych przez media idolach. Telewizja, kino, książki, prasa, radio, internet – wszystkie stają się „fragmentami hipnotyzującej globalnej mediologii”¹¹.

Wraz z upowszechnianiem owych wzorców kultury masowej, otaczających człowieka w codziennym życiu, wzrasta skłonność do przenoszenia ich w sferę religijną, szczególnie zaś w przestrzeń liturgiczną – na co wielokrotnie zwraca uwagę Joseph Ratzinger. Niebezpieczeństwo pojawia się przy okazji dwóch zasadniczych, choć przeciwnych tendencji:

⁷ Jan Paweł II, List apostolski *Il Rapido sviluppo*, nr 3.

⁸ R. A. Podgórski, *Hierarchia wartości młodego pokolenia Polaków w Unii Europejskiej. Studium edukacyjno-socjologiczne*, Warszawa 2005, s. 145.

⁹ B. R. Barber, *Dżihad kontra McŚwiat*, Warszawa 2000, s. 90.

¹⁰ Tamże, s. 106.

¹¹ Tamże, s. 108.

1. hybrydycznego estetyzmu – postawy buntu wobec bylejakości kultury masowej, który patrzy na sztukę jako na twór mający swój własny cel, mogący być mierzony wyłącznie własnymi kryteriami; odrzuca przez to niezbędną w liturgii postawę służebną;

2. duszpasterskiego pragmatyzmu – nastawionego na sukces, postulującego szeroko pojętą standaryzację, a zatem równocześnie tożsamego z podstawowymi wyznacznikami kultury masowej.

Ów duszpasterski pragmatyzm generuje kolejne postawy. Wiąże się z nim dążenie do totalnej inkulturacji liturgii w nowoczesny świat. „Liturgia ma stać się jeszcze krótsza, wszystko, co rzekomo jest w niej niezrozumiałe, należy usunąć – przetransponować na jeszcze bardziej «płaski» język. Pomysły takie – przestrzega Ratzinger – świadczą o zupełnym niezrozumieniu istoty liturgii i uroczystości liturgicznej”¹². Alternatywą dla tak rozumianej inkulturacji są działania formujące, przybliżające niezrozumiałe symbole i postawy. Banalizacja wiary nie jest rozwiązaniem czyniącym zbawczą rzeczywistość bardziej zrozumiałą; „(...) nie jest żadną nową inkulturacją, lecz zaprzeczeniem jej i prostytucją uprawianą z antykulturą”¹³.

Groźne niebezpieczeństwo stanowi nadmierny aktywizm, przez który cała energia oraz duchowa i umysłowa uwaga skoncentrowane są na tym, aby coś robić. Tymczasem w liturgii nie chodzi o własną twórczość, o kreowanie akcji liturgicznej na podobieństwo spektaklu, ale o przekroczenie siebie, aby to Bóg w nas działał¹⁴. Konsekwencją nadmiernego aktywizmu może być traktowanie liturgii jako „show”, co także kłóci się z jej istotą, bowiem „celem liturgii nie jest «podobanie się», a kicz muzyczny z pewnością nie należy do czynników, które mogą zbudować wspólnotę. Nawet mniej nasycona psychologicznie, z subiektywnego punktu widzenia raczej bezbarwna i nudna liturgia sakramentalna jest (jeżeli można tak teologicznie powiedzieć) w dłuższej perspektywie czasowej również «społecznie» bardziej skuteczna niż udane pod względem psychologicznym i socjologicznym «samozbudowanie» wspólnoty parafialnej. (...) Proboszcz nie jest showmanem, a liturgia nie jest teatrem rozmaitości”¹⁵.

Jan Paweł II w 38 numerze encykliki *Redemptoris missio* napisał: „Podczas gdy z jednej strony wydaje się, iż ludzie zabiegają o dobrobyt materialny i pogrążają się coraz bardziej w konsumpcjonistycznym materializmie, to z drugiej strony ujawnia się dziś pełne niepokoju poszukiwanie sensu istnienia, potrzeba życia wewnętrznego, pragnienie nauczania się koncentracji i modlitwy. Nie tylko w kulturach przepojonych religijnością, ale również w społeczeństwach zeświecczonych poszukuje się duchowego wymiaru życia jako środ-

¹² *Sól ziemi. Chrześcijaństwo i Kościół katolicki na przełomie tysiącleci. Z kardynałem Josephem Ratzingerem Benedyktem XVI rozmawia Peter Seewald*, przeł. G. Sowinski, Kraków 2005, s. 151.

¹³ J. Ratzinger, *Nowa pieśń dla Pana. Wiara w Chrystusa a liturgia dzisiaj*, przeł. J. Zychowicz, Kraków 2005, s. 173.

¹⁴ Zob. *Światłość świata. Papież, Kościół i znaki czasu. Benedykt XVI w rozmowie z Peterem Seewaldem*, przeł. P. Napiwodzki, Kraków 2011, s. 164.

¹⁵ J. Ratzinger, *Duch liturgii*, tłum. E. Pieciul, Poznań 2002, s. 120 – 123.

ka zaradczego na odczłowieczenie”¹⁶. Potrzeba ta wynika z faktu, iż duchowość składa się na sposób istnienia człowieka. Jest zaszczerpiona odwiecznie. Wyraża pragnienie spotkania z Bogiem, który jako jedyny w pełni potrafi zaspokoić tęsknoty i pragnienia ludzkiego serca. Tym samym „współczesne wyjałowienie duchowe domaga się dowartościowania symboli i wychowania do przeżywania symboli. (...) Symbol nie jest dodatkową ozdobą tajemnicy, ale istotnym środkiem udzielania się jej, najlepszym sposobem wyrażania misterium”¹⁷.

Zadaniem i wyzwaniem wychowania liturgicznego jest nie tylko „doprowadzenie wiernych do rozumienia znaczenia sakramentów, umiejętności analizy celebracji liturgicznej pod kątem użytych w niej znaków, ukształtowanie umiejętności dostrzeżenia obecnego w liturgii Chrystusa, przeżycia jej jako wydarzenia zbawczego i eklezjalnego, formowanie w wiernych postawy dziękczynienia, czynienia pokuty oraz obdarzania Boga zaufaniem, ale także otwarcie ich na zakosztowanie w pełni smaku tajemnicy, którą celebrują”¹⁸. Benedykt XVI apeluje: „Musimy się nauczyć przyjmować sacrum, przygotować przestrzeń wewnętrzną i zewnętrzną – tylko pod tym warunkiem można tak wejść w ceremonię, by rzeczywiście móc spotkać w niej świętość”¹⁹.

Związek muzyki z liturgią jest niezaprzeczalny. „Tam, gdzie człowiek wysławia Boga, samo słowo już nie wystarcza. Rozmowa z Bogiem przekracza granice ludzkiej mowy. Dlatego już z samej swojej istoty zawsze przywoływała ona [liturgia] na pomoc muzykę, śpiew i głosy stworzenia wyrażone przez dźwięki instrumentów. Wysławianie Boga nie jest bowiem domeną samego tylko człowieka. Służba Boża jest włączeniem się w to o czym mówią wszystkie rzeczy”²⁰. Muzyka jako integralna część liturgii jest nie tylko jednym z elementów wprowadzającym wiernych w szczególnie klimat uwielbienia Boga (w rozumieniu czego przychodzą choćby fragmenty biblijne, z których wynika, że muzyka uruchamia zdolność widzenia rzeczy ponadnaturalnych, wsłuchiwania się w Ducha Pańskiego²¹), ale współtworząc liturgię włącza w chór aniołów i świętych, aby wspólnie z całym kosmosem przylgnąć do Chrystusa. Potwierdzają to słowa św. Augustyna: „Chcecie wyśpiewywać chwałę Boga? Sami bądźcie tym, co śpiewacie; a jesteście pieśnią pochwalną, gdy wasze życie jest dobre”²².

Chociaż słowa tekstów liturgicznych są zrozumiałe, bardzo często gubi się misteryjny sens samej tajemnicy sprawowanej przy ołtarzu. Aktualizacja zbawczego dzieła Chrystusa, jaka dokonuje się w liturgii łączy teraźniejszość, przeszłość i przyszłość. Formacja liturgicz-

¹⁶ Jan Paweł II, Encyklika *Redemptoris missio*, nr 38.

¹⁷ H. Drewniak, *Przeżywanie znaków i symboli* z 2007 r., http://math.ku.sk/data/portal/data/zbornik2007/Articles/Drewniak_Halina.pdf (dostęp 22.10.2012 r.).

¹⁸ K. Kantowski, „Zadziwienie” jako element wychowania liturgicznego, w: A. Offmański (red.), *Współczesna katecheza liturgiczna. Liturgia w katechezie i szkolnym nauczaniu religii*, Szczecin 2010, s. 167.

¹⁹ *Bóg i świat. Wiara i życie w dzisiejszych czasach. Z kardynałem Josephem Ratzingerem rozmawia Peter Seewald*, przeł. G. Sowinski, Kraków 2005, s. 387.

²⁰ J. Ratzinger, *Nowa pieśń dla Pana...*, dz. cyt., s. 175.

²¹ Zob. E. Dudkiewicz, *Kilka słów o muzyce w Starym Testamencie*, w: M. Sławecki (red.), *Liber vigrensensis. Ad usum christifidelium*, Wigry 2009, s. 193 – 199.

²² Św. Augustyn, *Kazanie 34*, w: *Liturgia Godzin*, t. 2, Pallotinum 1984, s. 561.



Tam, gdzie człowiek wysławia Boga, samo słowo już nie wystarcza. Rozmowa z Bogiem przekracza granice ludzkiej mowy. Dlatego już z samej swojej istoty zawsze przywoływała ona [liturgia] na pomoc muzykę, śpiew i głosy stworzenia wyrażone przez dźwięki instrumentów. Wysławianie Boga nie jest bowiem domeną samego tylko człowieka. Służba Boża jest włączeniem się w to o czym mówią wszystkie rzeczy (J. Ratzinger).

na człowieka zanurzonego w teraźniejszości otwiera go na dwa pozostałe wymiary. Ratzinger, przedstawiając doniosłe miejsce liturgii i towarzyszącej jej muzyki, przywołuje myśl Gandhiego, który „wskazuje na trzy przestrzenie życiowe kosmosu oraz na to, jak każda z tych przestrzeni określa sposób istnienia żyjących w niej stworzeń. W morzu żyją ryby, które milczą. Zwierzęta naziemne krzyczą; ptaki natomiast, których przestrzenią życiową jest niebo, śpiewają. Człowiek zaś ma udział we wszystkich trzech sferach: nosi w sobie głębię morza, ciężar ziemi i wysokość nieba, i dlatego też łączy w sobie wszystkie trzy właściwości: milczenie, krzyk i śpiew. Dzisiaj (...) widzimy, jak pozbawionemu poczucia transcendencji człowiekowi pozostaje tylko krzyk, ponieważ chce on być już tylko ziemią i usiłuje uczynić swoją nawet niebo i głębiny morza. Prawdziwa liturgia, liturgia świętych obcowania, przywraca mu jego całość. Uczy go na nowo milczenia i śpiewu, otwierając przed nim morskie głębiny i przyswajając mu umiejętność lotu – sposób życia anioła; wznosząc ku górze jego serce sprawia, że umilkła pieśń odzywa się w nim na nowo”²³.

Przy różnych okazjach dużo mówi się o wychowaniu muzyków kościelnych, specjalistów w tej dziedzinie (organistów, animatorów życia muzycznego), ale umyka człowiek świecki, nie posiadający muzycznego wykształcenia, któremu w świetle lansowanej przez media kultury masowej, łatwo zatracać wrażliwość na kulturę wysoką. Stąd potrzeba uwrażliwiania. Jak trafnie zauważa ks. Kazimierz Szymonik: „Muzyka sakralna zawsze różniła się od pozostałej. Powinna być znakiem sprzeciwu, takim jak Ewangelia (...). Jej poziom świadczy o poziomie naszej duchowości. Niestety teraz «równa w dół», czyli niekiedy podlizuje się modom i publiczności. A przecież to nie jest lista przebojów!”²⁴. Konieczna jest właściwa formacja muzyczna, która będzie prowadziła do zrozumienia właściwego muzyce języka symbolicznego, a przez to także do duchowego zaangażowania.

²³ J. Ratzinger, *Nowa pieśń dla Pana...*, dz. cyt., s. 200.

²⁴ *Pojedynek z dziurą w płocie. O muzyce kościelnej z ks. prof. dr. Kazimierzem Szymonikiem kierownikiem specjalności Muzyka Kościelna na Wydziale Edukacji Artystycznej AMiFC rozmawia Elżbieta Chojnowska*, „Ruch Muzyczny” 4/2003, s. 4.

Muzyka posiadając własny, symboliczny język, który przekazywany jest za pomocą dźwięków, w pełni i bezpośrednio może pobudzać słuchaczy. Każda epoka wypracowała swój klucz, język, przy pomocy którego opowiada o najgłębszych, również duchowych i religijnych prawdach. Istnieją pewne interwały, odpowiednie figury retoryczne, wyrażające konkretną rzeczywistość; podkreślali to już filozofowie greccy i Ojcowie Kościoła, którzy odpowiednim tonacjom i współbrzmieniom nadawali pozamaterialne, duchowe znaczenie²⁵. Świętość muzyki kościelnej nie jest związana z obiektywną świętością; „nie ma przecież akordów, tonacji, melodii, interwałów mniej lub bardziej świętych. Można jedynie mówić o świętości muzyki w pewnym określonym sensie”²⁶. Poprzez włączenie do kultu muzyka zostaje uświęcona, a jednocześnie ma stać się elementem uświęcającym człowieka.

Właściwa muzyka liturgiczna żyje tam, gdzie jest właściwe rozumienie liturgii. Karmi się ona przede wszystkim Słowem Bożym – słucha go i rozważa. Pewne rzeczy potrafi opowiedzieć ludzkimi słowami, jednak pozostaje też obszar niewypowiedziany i nie dający się opowiedzieć, który wzywa do milczenia, w myśl zdania Wittgensteina: „O czym nie można mówić, o tym trzeba milczeć”²⁷. Harnoncourt, parafrazując to powiedzenie, poszedł dalej, mówiąc: „O czym nie można mówić, to można, a nawet trzeba – jeśli nie wolno milczeć – wyrażać śpiewem i muzyką”²⁸. Milczenie sprawia więc, że niewypowiedziane staje się dźwiękiem, śpiewem, włącza się w mowę, muzykę kosmosu, aby niewypowiedziane stało się słyszalne.

Biorąc pod uwagę źródła inspiracji, można wyróżnić dwa główne obszary muzycznej symboliki religijnej:

- a. przedstawianie dzieł będących wynikiem głębokiego przeżywania wiary, życia Bogiem i próby opowiedzenia tej relacji – czego potwierdzenie znajdujemy w wypowiedziach kompozytorów (np. Oliviera Messiaena, Mariana Sawy, Pawła Łukaszewskiego, czy Wojciecha Kilara);
- b. przedstawianie dzieł będących wynikiem refleksji nad prawdami wiary – wówczas dzieła muzyczne wpisują się w kategorię teologicznego komentarza, niekiedy dysputy.

Klasyfikowana w ten sposób muzyczna kompozycja może stanowić propozycję pewnego rodzaju lektury duchowej²⁹. Usłyszane Słowo Boże zaprasza do zatrzymania się nad nim, wsłuchania się w to, co Bóg chce do nas powiedzieć, przemyślenia tych słów, rozważenia ich. Tradycja monastyczna określa tę praktykę terminem *ruminatio*, co do-

²⁵ Zob. J. James, *Muzyka sfer. O muzyce, nauce i naturalnym porządku wszechświata*, przeł. M. Godyń, Kraków 1996; M. L. West, *Muzyka starożytnej Grecji*, przeł. A. Maciejewska i M. Kaziński, Kraków 2003.

²⁶ M. Szczepankiewicz, *Organista liturgiczny*, Poznań 1999, s. 120 – 121.

²⁷ Za J. Ratzinger, *Nowa pieśń dla Pana...*, dz. cyt., s. 215.

²⁸ Tamże.

²⁹ Potwierdzają to choćby dzieła polifonii flamandzkiej XV i XVI w., których tytuły i treść odpowiada wykazowi popularnych wówczas lektur duchowych. Zob. S. Dąbek, *Teologia „człowieka wewnętrznego” i styl polifonii flamandzkiej XV i XVI stulecia*, „Liturgia Sacra” 11 (2005) nr 1, s. 133.



Właściwa muzyka liturgiczna żyje tam, gdzie jest właściwe rozumienie liturgii. Karmi się ona przede wszystkim Słowem Bożym – słucha go i rozważa. Pewne rzeczy potrafi opowiedzieć ludzkimi słowami, jednak pozostaje też obszar niewypowiedziany i nie dający się opowiedzieć, który wzywa do milczenia.

słownie oznacza „przeżywanie”³⁰. Wobec tego próba odczytania muzycznej symboliki – będącej dźwiękowym komentarzem, czasem świadectwem odpowiedzi na usłyszane Słowo – może pobudzać słuchaczy do duchowej refleksji i do modlitwy.

Dzięki temu wychowanie liturgiczne dokonuje się także w sensie uczenia właściwego podejścia do muzyki liturgicznej, rozumienia jej miejsca w liturgii, co przejawia się m.in. w sferze doboru muzyki do celebracji liturgicznej (szczególnie przez młode pokolenie) i pozwala uniknąć wcześniej wspomnianych niebezpieczeństw związanych z przenoszeniem wzorców kultury masowej do liturgii (nadmiernego aktywizmu w imię zrozumiałości tej muzyki, itd.). To nie sztuka służąca liturgii ma dostosować się do wzorców zaczerpniętych z *profanum*, lecz „Kościół jako całość musi ze względu na Boga dążyć do tego, co najwyższe, do kultury, która staje się miarą wszelkiej kultury świeckiej”³¹.

W tym kontekście szczególne zadanie stoi przez mediami katolickimi. Potrzebna jest bowiem nie tylko promocja muzyki towarzyszącej transmitowanym celebracjom liturgicznym, ale ukazywanie jej sensu w liturgii poprzez uprzystępnianie, przybliżanie trudnych dla przeciętnego odbiorcy symboliki i języka dźwięków. Z taką propozycją dla swoich słuchaczy wychodzi Radio Warszawa (106,2 FM). Za przykład posłuży koncepcja dwóch cykli autorskich audycji: *Mulierum Schola Gregoriana Clamaverunt Iusti o śpiewie gregoriańskim* oraz *Sacrum w muzyce*.

Mulierum Schola Gregoriana Clamaverunt Iusti o śpiewie gregoriańskim to cykl, który emitowany był od poniedziałku do piątku Wielkiego Postu 2012 r. Powstał przy współpracy moich kolegów ze scholi – Anny Mitury i Michała Sławeckiego, dyrektora artystycznego tego zespołu i uznanego gregorianisty. *Mulierum Schola Gregoriana Clamaverunt Iusti* to zespół, który zajmuje się wykonywaniem i popularyzacją śpiewu gregoriańskiego stosując w praktyce wykonawczej owoce zaawansowanych studiów nad antycznymi rękopisami pochodzącymi z IX-XI wieku. W ciągu swojej pięcioletniej działalności sięgnął po najwyższe laury, czego potwierdzeniem są dwie pierwsze nagrody zdobyte we wrześniu 2011 r. na prestiżowym 59. Międzynarodowym Konkursie Polifoni-

³⁰ Zob. W. Zatorski, *Usłyszeć słowo Boże. Praktyka lectio divina*, Kraków 1999, s. 77.

³¹ J. Ratzinger, *Duch liturgii*, dz. cyt., s. 184 – 185.

co „Guido d'Arezzo” we włoskim Arezzo oraz fakt, iż przez najbardziej liczących się światowych znawców śpiewu gregoriańskiego (profesorów Johanna Berchmansa Góeschla, Nino Alabarosę, czy Alberto Turco, z którymi miał przyjemność pracować) wskazywany jest jako wzorcowy interpretator gregoriańskiej semiologii³². Posłużenie się w tytule nazwą zespołu w profesjonalny sposób zgłębiającego śpiew gregoriański dawało gwarancję rzetelności przekazywanych treści.

Słuchacze mieli okazję zetknąć się ze śpiewem gregoriańskim – własnym śpiewem Kościoła i liturgii – słuchając najlepszych europejskich nagrań oraz poznając wybrane aspekty tego śpiewu. Były to krótkie, około 5-minutowe wejścia emitowane rano – jako bezpośrednie przygotowanie do transmitowanej Eucharystii oraz wieczorem – jako medytacja po Liturgii Godzin. Każdorazowo dwoje prowadzący (z czworga osób zaangażowanych w projekt³³) przez ok. 2 minuty przybliżało poszczególne tematy związane ze śpiewem gregoriańskim; tematy te układały się w jednolity program. Pozostały czas wypełniał przykład muzyczny, poprzedzony tłumaczeniem tekstu. Specjalną formę przyjęły piątkowe audycje, które zostały pomyślane jako wprowadzenie w teologię śpiewów kolejnych niedziel Wielkiego Postu, poprzez wskazanie akcentów, do których przyporządkowane poszczególnym niedzielom śpiewy prowadzą.

Drugi cykl – zatytułowany *Sacrum w muzyce* – emitowany jest na antenie Radia Warszawa od trzech lat, z różną częstotliwością w ciągu tego okresu (obecnie raz w miesiącu). Do października 2012 r. powstało ponad siedemdziesiąt 45-55-minutowych audycji, w których przybliżane są muzyczne interpretacje tajemnic wiary oraz muzyczne wydarzenia dotyczące życia Kościoła. Podejmowana tematyka spójna jest z okresem liturgicznym emitowanej audycji. Słuchacze mają okazję poznawać szerokie spektrum muzyki sakralnej tworzonej w różnych okresach historycznych. Związek z liturgią dokonuje się:

- bezpośrednio
 - audycje o muzyce liturgicznej (np. *Liturgia i muzyka Wielkiego Tygodnia*, antyfony adwentowe, itd.),
 - audycje o muzyce w nabożeństwach paraliturgicznych (np. Gorzkie żale, Droga krzyżowa, różaniec, itd.);
- pośrednio – pozostałe tematy otwierające na muzyczno-teologiczną symbolikę, promowanie określonej estetyki, itd.

Mimo podobnego schematu formalnego, jaki przybiera cały cykl (co służy jego integracji), w poszczególnych audycjach – w zależności od podejmowanego tematu – muzyczne przykłady zyskują różnorodną funkcję:

- muzyka jako ilustracja, symboliczny komentarz; w audycjach tych akcent pada przede wszystkim na teologiczne treści, aczkolwiek muzyka stanowi tu nie tylko przerywnik pomagający „przetrawić” usłyszane informacje (jak np. prezentacja

³² Zob. <http://www.clamaverunttiusti.org> (dostęp 22.10.2012 r.).

³³ W prowadzenie audycji oprócz wymienionych wcześniej osób włączyła się również Ewelina Podrażka.

różnych opracowań *Ave Maria* w audycji o różańcu), ale przede wszystkim staje się współprzewodnikiem w ich odkrywaniu (jako przykład może posłużyć audycja poświęcona muzyce tworzonej przez wybitnych polskich kompozytorów z okazji kolejnych pielgrzymek Jana Pawła II do Polski³⁴);

- muzyka jako motyw formotwórczy; przedmiot audycji (główny temat) stanowi jedno, konkretne dzieło rozpatrywane w kontekście muzykologicznym (przystępna analiza wprowadzająca w język muzyczny, itp.) oraz teologicznym (wskazywanie słów kluczowych, wyjaśnienie symboliki, itp.). Tak ujęty temat może być prezentowany dwojako:
 - wprowadzenie w całość i skupienie się na szczególe (np. w spotkaniu poświęconym *Sonatom różańcowym* Heinricha von Bibera po wprowadzeniu w dzieło szczegółowo przedstawiona została analiza I Sonaty);
 - syntetyczne przedstawienie całościowej koncepcji kompozytorskiej (np. w listopadowej audycji *Vesperae pro defunctis* Pawła Łukaszewskiego, a w lutym oratorium *Saul* Haendla – jako muzyczna ilustracja przyporządkowanej na ten czas Liturgii Słowa³⁵);
- muzyka jako element prowadzący do teologicznych prawd; w tym przypadku muzyczne przykłady stanowią swoisty program generujący teologiczny komentarz (np. audycja zatytułowana *Mater Jesu dolorosa*, w której różne kompozycje podejmujące temat cierpienia Matki Bożej kierowały ku teologicznym treściom³⁶);
- muzyka w życiu Kościoła; grupa ta obejmuje zarówno audycje poświęcone rozumianym w szerokim kontekście różnym odmianom muzycznej działalności w Kościele (np. spotkania na temat muzyki funkcjonującej w barokowych misjach jezuickich³⁷), jak i wydarzeniom stanowiącym przykład symbiozy między kulturą wysoką a Kościołem (m.in. o Międzynarodowym Festiwalu Muzyki Sakralnej *Gaude Mater*, czy reportaż przybliżający studia na kierunku Muzyka Kościelna w Uniwersytecie Muzycznym Fryderyka Chopina, zapraszający do udziału w jubileuszu tegoż kierunku³⁸).

Na muzyczną warstwę cyklu *Sacrum w muzyce* składają się wybrane przykłady kompozycji wpisujących się w nurt muzyki sakralnej, reprezentujące wszystkie okresy historyczne, a tym samym niemal wszystkie style muzyczne. Można je podzielić na cztery zasadnicze grupy:

³⁴ Zob. <http://radiowarszawa.com.pl/2011/04/%E2%80%9Eesacrum-w-muzyce%E2%80%9D-piatek-godz-1910-zaprasza-emila-dutkiewicz> (dostęp 22.10.2012 r.).

³⁵ Zob. <http://radiowarszawa.com.pl/2012/02/sacrum-w-muzyce-juz-o-1910> (dostęp 22.10.2012 r.).

³⁶ Zob. <http://radiowarszawa.com.pl/2012/03/sacrum-w-muzyce-mater-jesu-dolorosa> (dostęp 22.10.2012 r.).

³⁷ Zob. <http://radiowarszawa.com.pl/2011/09/sacrum-w-muzyce-w-piatek-o-godz-1910-zaprasza-emilia-dudkiewicz> (dostęp 22.10.2012 r.).

³⁸ Zob. <http://radiowarszawa.com.pl/2012/05/jubileusz-xvi-lecia-kierunku-muzyka-koscielna> (dostęp 22.10.2012 r.).

1. jeden kompozytor – jedno dzieło (np. Oratorium *La Santissima Trinità* Alessandro Scarlatti³⁹);
2. jeden kompozytor – różne tytuły (np. cztery *Litanie Ostrobramskie* Stanisława Moniuszko);
3. wielu kompozytorów – ten sam tytuł (np. hymn *Ave Maris stella* w interpretacji Dufay'a, Josquin'a, Grieg'a, Monteverdiego, Zipoliego, Cabezona, Burgrabe, Peetersa, Świdra⁴⁰);
4. wielu kompozytorów – różne tytuły (np. muzyka na Uroczystość Świętych Apostołów Piotra i Pawła⁴¹).

Joseph Ratzinger w *Nowej pieśni dla Pana* wyjaśnia: „muzyka, która służy oddawaniu czci Bogu w «Duchu i prawdzie», nie może być rytmiczną ekstazą, zmysłową sugestią czy odurzeniem, subiektywną czułościowością, powierzchowną rozrywką, lecz jest przyporządkowana pewnemu orędziu, rozległej duchowej i w najwyższym sensie rozumowej wypowiedzi”⁴². Prezentowane koncepcje promocji muzyki sakralnej na antenie radiowej stanowią propozycję zainteresowania szerszego grona odbiorców religijną kulturą wysoką, co ma prowadzić zarówno do uczynienia bardziej zrozumiałym symbolicznego, muzyczno-teologicznego języka, jak i – w dalszej konsekwencji – do podjęcia głębszej refleksji, duchowego wysiłku. Bezpośrednie i pośrednie odniesienia do liturgii to swoista propozycja muzyczno-liturgicznej formacji, uczącej estetycznego smaku, wrażliwości na piękno prowadzące do spotkania z najwyższym Pięknem i Miłością.

Średniowieczna maksyma mówi: *musica sacra praeludium vitae aeternae est* – warto, byśmy już tu na ziemi otaczali ją należytą troską. ■

BIBLIOGRAFIA:

- Barber B. R., *Dżihad kontra McŚwiat*, Warszawa 2000.
- Bóg i świat. Wiara i życie w dzisiejszych czasach. Z kardynałem Josephem Ratzingerem rozmawia Peter Seewald*, przeł. G. Sowinski, Kraków 2005.
- Dąbek S., *Teologia „człowieka wewnętrznego” i styl polifonii flamandzkiej XV i XVI stulecia*, „Liturgia Sacra” 11 (2005) nr 1.
- Drewniak H., *Przeżywanie znaków i symboli* z 2007 r., http://math.ku.sk/data/portal/data/zbornik2007/Articles/Drewniak_Halina-.pdf (dostęp 22.10.2012 r.).
- Dudkiewicz E., *Kilka słów o muzyce w Starym Testamencie*, w: Sławecki M. (red.), *Liber vigrensis. Ad usum christifidelium*, Wigry 2009.

³⁹ Zob. <http://radiowarszawa.com.pl/2012/05/sacrum-w-muzyce-oratorium-la-santissima-trinit> (dostęp 2.10.2012 r.).

⁴⁰ Zob. <http://radiowarszawa.com.pl/2011/12/sacrum-w-muzyce-piatek-19-10> (dostęp 22.10.2012 r.).

⁴¹ Zob. <http://radiowarszawa.com.pl/2012/06/muzyka-na-uroczystosc-apostolow-sw-piotra-pawla> (dostęp 22.10.2012 r.).

⁴² J. Ratzinger, *Nowa pieśń dla Pana...*, dz. cyt., s. 190.

- James J., *Muzyka sfer. O muzyce, nauce i naturalnym porządku wszechświata*, przeł. M. Godyń, Kraków 1996.
- Jan Paweł II, Encyklika *Redemptoris missio*.
- Jan Paweł II, List apostolski *II Rapido sviluppo*.
- Kantowski K., „Zadziwienie” jako element wychowania liturgicznego, w: Offmański A. (red.), *Współczesna katecheza liturgiczna. Liturgia w katechezie i szkolnym nauczaniu religii*, Szczecin 2010.
- Kłoskowska A., *Kultura masowa. Krytyka i obrona*, Warszawa 1980.
- Krajewska A., *Jaka edukacja w społeczeństwie wiedzy?*, w: Bereźnicki F., Denek K. (red.), *Edukacja Jutra – XI Tatrzańskie Seminarium Naukowe*, Szczecin 2005.
- Papieska Rada do Spraw Środków Społecznego Przekazu, Instrukcja duszpasterska *Aetatis novae*.
- Podgórski R. A., *Hierarchia wartości młodego pokolenia Polaków w Unii Europejskiej. Studium edukacyjno-socjologiczne*, Warszawa 2005.
- Pojedynek z dziurą w płocie. O muzyce kościelnej z ks. prof. dr. Kazimierzem Szymonikiem kierownikiem specjalności Muzyka Kościelna na Wydziale Edukacji Artystycznej AMiFC rozmawia Elżbieta Chojnowska*, „Ruch Muzyczny” 4/2003.
- Ratzinger J., *Duch liturgii*, tłum. E. Pieciul, Poznań 2002.
- Ratzinger J., *Nowa pieśń dla Pana. Wiara w Chrystusa a liturgia dzisiaj*, przeł. J. Zychowicz, Kraków 2005.
- Rifkin J., *Wiek dostępu. Nowa kultura hiperkapitalizmu, w której płaci się za każdą chwilę życia*, przeł. E. Kania, Wrocław 2003.
- Sól ziemi. Chrześcijaństwo i Kościół katolicki na przełomie tysiącleci. Z kardynałem Josephem Ratzingerem Benedyktem XVI rozmawia Peter Seewald*, przeł. G. Sowinski, Kraków 2005.
- Szczepankiewicz M., *Organista liturgiczny*, Poznań 1999.
- Szempruch J., *Nauczyciel wobec wyzwań edukacyjnych późnej nowoczesności*, w: Adamek I., Zbróg Z. (red.), *Wczesna edukacja dziecka wobec wyzwań współczesności*, Kraków 2011.
- Św. Augustyn, *Kazanie 34*, w: *Liturgia Godzin*, t. 2, Pallotinum 1984.
- Światłość świata. Papież, Kościół i znaki czasu. Benedykt XVI w rozmowie z Peterem Seewaldem*, przeł. P. Napiwodzki, Kraków 2011.
- West M. L., *Muzyka starożytnej Grecji*, przekł. A. Maciejewska i M. Kaziński, Kraków 2003.
- Zajac A., *Inkulturacja w obszarze muzyki liturgicznej wobec wyzwań współczesnej muzycznej pop-kultury*, w: *Musicam Sacram Promovere*, t. 1, Kraków 2004.
- Zatorski W., *Usłyszeć słowo Boże. Praktyka lectio divina*, Kraków 1999.
- <http://www.clamaveruntiusti.org> (dostęp 22.10.2012 r.).

- <http://radiowarszawa.com.pl/2011/04/%E2%80%9Esacrum-w-muzyce%E2%80%9D-piatek-godz-1910-zaprasza-emila-dutkiewicz> (dostęp 22.10.2012 r.).
- <http://radiowarszawa.com.pl/2012/02/sacrum-w-muzyce-juz-o-1910> (dostęp 22.10.2012 r.).
- <http://radiowarszawa.com.pl/2012/03/sacrum-w-muzyce-mater-jesu-dolorosa> (dostęp 22.10.2012 r.).
- <http://radiowarszawa.com.pl/2011/09/sacrum-w-muzyce-w-piatek-o-godz-1910-zaprasza-emilia-dudkiewicz> (dostęp 22.10.2012 r.).
- <http://radiowarszawa.com.pl/2012/05/jubileusz-xvi-lecia-kierunku-muzyka-koscielna> (dostęp 22.10.2012 r.).
- <http://radiowarszawa.com.pl/2012/05/sacrum-w-muzyce-oratorium-la-santissima-trinit> (dostęp 22.10.2012 r.).
- <http://radiowarszawa.com.pl/2011/12/sacrum-w-muzyce-piatek-19-10> (dostęp 22.10.2012 r.).
- <http://radiowarszawa.com.pl/2012/06/muzyka-na-uroczystosc-apostolow-sw-piotra-pawla> (dostęp 22.10.2012 r.).
- <http://radiowarszawa.com.pl/2012/03/sacrum-w-muzyce-mater-jesu-dolorosa> (dostęp 22.10.2012 r.).
- <http://radiowarszawa.com.pl/2011/09/sacrum-w-muzyce-w-piatek-o-godz-1910-zaprasza-emilia-dudkiewicz> (dostęp 22.10.2012 r.).
- <http://radiowarszawa.com.pl/2012/05/jubileusz-xvi-lecia-kierunku-muzyka-koscielna> (dostęp 22.10.2012 r.).
- <http://radiowarszawa.com.pl/2012/05/sacrum-w-muzyce-oratorium-la-santissima-trinit> (dostęp 22.10.2012 r.).
- <http://radiowarszawa.com.pl/2011/12/sacrum-w-muzyce-piatek-19-10> (dostęp 22.10.2012 r.).
- <http://radiowarszawa.com.pl/2012/06/muzyka-na-uroczystosc-apostolow-sw-piotra-pawla> (dostęp 22.10.2012 r.).

O AUTORCE:

Emilia Dudkiewicz – absolwentka muzykologii i teologii na UKSW, obecnie pracownik UMFC w Warszawie. Jest autorką kilku haseł encyklopedycznych, artykułów naukowych i popularnonaukowych. Zajmuje się zgłębianiem i popularyzacją szeroko pojętej muzyki sakralnej, również od strony praktycznej, współpracując i koncertując z takimi zespołami, jak m.in. chór Warszawskiej Opery Kameralnej i Mulierum Schola Gregoriana Clamaverunt Iusti. Od 2009 r. współpracuje z Radiem Warszawa.

Adam Radosław Suławka

Rosyjska i rosyjskojęzyczna prasa religijna w II Rzeczypospolitej

Russian and russian-speaking language press in the Second Republic of Poland

STRESZCZENIE:

W PRZEDWOJENNEJ POLSCE UKAZYWAŁO SIĘ ŁĄCZNIE 47 TYTUŁÓW PRASOWYCH O TREŚCI RELIGIJNEJ W JĘZYKU ROSYJSKIM. WIĘKSZOŚĆ Z NICH BYŁA ADRESOWANA DO WYZNAWCÓW KOŚCIOŁA PRAWOSŁAWNEGO; JEDNAKŻE WIELE Z NICH KIEROWANO RÓWNIEŻ DO PROTESTANTÓW (BAPTYŚCI, EWANGELICZNI CHRZEŚCIJANIE BĄDŹ CZŁONKOWIE KOŚCIOŁA ADWENTYSTÓW DNIA SIÓDMEGO), CZĘŚĆ Z NICH PROPAGOWAŁA RÓWNIEŻ TZW. NEOUNIE (KOŚCIÓŁ KATOLICKI OBRZĄDKU BIZANTYJSKO-SŁOWIAŃSKIEGO); PONADTO UKAZYWAŁY SIĘ DWA CZASOPISMA PRZEZNACZONE DLA „STEFANOWCÓW”, CZŁONKÓW MAŁEJ SEKTY NA WOŁYNIU. NIE WSZYSTKIE Z TYCH CZASOPISM BYŁY PRZEZNACZONE DLA ROSJAN. DLA PRZYKŁADU: PROTESTANCCY MISJONARZE WYDAWALI PISMA PRZEZNACZONE DLA BIAŁORUSINÓW I UKRAIŃCÓW ZAMIESZKUJĄCYCH WSCHODNIE WOJEWÓDZTWA PAŃSTWA POLSKIEGO W JĘZYKU ROSYJSKIM Z POWODU BRAKU ZNAJOMOŚCI JĘZYKA UKRAIŃSKIEGO I BIAŁORUSKIEGO. PONADTO PISMA PRAWOSŁAWNE BYŁY PRZEZNACZONE NIE TYLKO DLA PRAWOSŁAWNYCH NARODOWOŚCI ROSYJSKIEJ, LECZ TAKŻE UKRAIŃSKIEJ, BIAŁORUSKIEJ I POLSKIEJ.

SŁOWA KLUCZOWE:

II RZECZPOSPOLITA, ROSJANIE, PRASA, PRAWOSŁAWIE, PROTESTANTYZM, STEFANOWCY, NEOUNIA.

ABSTRACT:

IN PRE-WAR POLAND WERE PRINTED 46 RELIGIOUS PRESS TITLES IN RUSSIAN LANGUAGE. HALF OF THEM WERE ADDRESSED TO THE ORTHODOX CHRISTIANS; BUT MANY WERE ALSO ADDRESSED TO THE PROTESTANTS (BAPTISTS, EVANGELICALISTS OR MEMBERS OF SEVENTH-DAY ADVENTIST CHURCH), A FEW OF THEM WERE ADDRESSED TO THE NEO-UNIATIST CATHOLICS AND TWO OF THEM TO THE „STEFANOWCY”; MEMBERS OF SMALL RELIGIOUS SECT LED BY STEFAN BOCHONIUK. NOT ALWAYS THIS MAGAZINES WERE ADDRESSED TO THE RUSSIANS, FOR EXAMPLE PROTESTANTS MISSIONARS PRINTED RELIGIOUS MAGAZINES FOR BELORUSSIANS AND UKRAINIANS WHICH LIVED IN EAST BORDERS OF POLISH STATE IN RUSSIAN LANGUAGE, BECAUSE THEY DIDN'T KNOW BELORUSSIAN AND UKRAINIAN LANGUAGE. ALSO ORTHODOX MAGAZINES OFTEN WERE READ BY BELORUSIANS, UKRAINIANS AND POLES OF ORTHODOX CONFESSION.

KEYWORDS:

SECOND REPUBLIC OF POLAND, RUSSIANS, PRESS, ORTHODOX CHURCH, PROTESTANTISM, STEFANOWCY, NEOUNIATISM.

Kwestia prasy religijnej wydawanej w języku rosyjskim w międzywojennej Polsce nie została do tej pory całkowicie zbadana. W niektórych publikacjach poruszano jedynie kwestię wydawnictw prasowych w języku rosyjskim w II Rzeczypospolitej dla poszczególnych wyznań, nie ustrzegając się przy tym błędów¹. Tymczasem liczba tytułów prasowych wydawana częściowo bądź całkowicie w tym języku wynosi według ustaleń autora 47 tytułów, z czego 24² przeznaczone było dla prawosławnych, dwa dla tzw. „stefanowiczów”, jeden dla staroobrzędowców, 15 dla protestantów, cztery dla katolików (obrazdki bizantyjsko-słowiańskiego) oraz jedno pismo o nieustalonym profilu wyznaniowym. Większość z tych czasopism była wydawana w Warszawie (26 tytułów), co wynikało m.in. z centralizacji działalności wydawniczej tytułów prawosławnych³. Drugie miejsce zajmuje pod tym względem Wilno (sześć tytułów). Trzecim ośrodkiem wydawniczym była Łódź, gdzie wydawano w okresie międzywojennym pięć rosyjskojęzycznych czasopism. Ponadto trzy tytuły prasowe wydawano w Łucku, zaś po jednym w Bydgoszczy, Dubnie, Grodnie, Kobryniu Poleskim, Lwowie, Pińsku i Włodzimierzu Wołyńskim⁴. Badacze zagadnienia mniejszości rosyjskiej w II Rzeczypospolitej muszą wszakże pamiętać, iż fakt, że dane pismo wydawano w języku rosyjskim, nie oznacza, że skierowane ono było dla Rosjan, o czym będzie wspomniane w dalszej części artykułu. Niniejszy artykuł został podzielony na rozdziały, w których opisano tytuły prasowe przeznaczone dla poszczególnych grup wyznaniowych.

Pisma prawosławne

Większość rosyjskojęzycznych tytułów religijnych była z dość oczywistych względów skierowana do wiernych prawosławnych. Pierwsze prawosławne pisma w języku rosyj-

¹ Kwestię prasy prawosławnej w II Rzeczypospolitej m.in. rosyjskiej poruszono w następujących artykułach: J. Choiński, *Wydawnictwo i prasa prawosławna w Polsce w latach 1918-1939* w: „Kościół prawosławny w Polsce dawniej i dziś”, red. L. Adamczuk, A. Mironowicz, Warszawa 1993; A. Kuryłowicz, *Prawosławne oficyny wydawnicze w II Rzeczypospolitej* w: P. Chomik, A. Mironowicz, U. Pawluczuk (red.), *Prawosławne oficyny wydawnicze w Rzeczypospolitej*; Białystok 2004, s. 201-211. O prasie protestanckiej w Polsce (w tym rosyjskiej i rosyjskojęzycznej) pisał J. Kłaczek. Zob. tenże, *Prasa protestancka wydawana dla Ukraińców w Polsce w latach 1918-1939*, w: Z. Karpus, M. Wojciechowski (red.), Włocławek-Toruń 2004 *Polska polityka wschodnia w XX wieku*, s. 129-161; tenże, *Protestanckie wydawnictwa prasowe na ziemiach polskich w XIX i pierwszej połowie XX wieku*, Toruń 2008. Na temat prasy neounickiej pisała M. Papierzyńska-Turek w swojej pracy: *Miedzy tradycją a rzeczywistością. Państwo wobec prawosławia 1918-1939*, Warszawa 1989, s. 410. Ponadto istnieją portale internetowe, na których zamieszczono katalogi rosyjskiej prasy wydawanej w II Rzeczypospolitej, również prasy religijnej, aczkolwiek niekompletne i zawierające pewne błędy: opracowany przez dr A. R. Mocholę oraz dr P. Ławryńca www.mochola.org/russiaabroad/russpress.html (dostęp: 4.10.2012), opracowany przez kandydata nauk O. A. Korolewa katalog periodyków prasowych rosyjskiej emigracji na całym świecie na stronie <http://www.emigrantika.ru/cat2010> (dostęp 3.01.2013 r.) oraz <http://www.emigrantica.ru/j/3/poland> (dostęp: 4.10.2013).

² J. Choiński podał błędną informację, jakoby w II Rzeczypospolitej ukazywało się 12 prawosławnych czasopism w języku rosyjskim (razem z częściowo rosyjskojęzycznym „Elpisem”). Zob. J. Choiński, *Wydawnictwo i prasa prawosławna w Polsce...*, dz. cyt., s. 146.

³ Tamże.

⁴ Część z opisanych w niniejszym artykule czasopism była drukowana w innym mieście niż te, w którym była wydawana, o czym szerzej w dalszej części tekstu.

skim na terenach II Rzeczypospolitej były organami prasowymi poszczególnych eparchii prawosławnych. Pierwszym pismem tego typu były „Litowskije Jeparchialnyje Wiedomosti” („Wiadomości Eparchii Litewskiej”) redagowane w Wilnie od roku 1919 do 20.X.1922 roku przez późniejszego białoruskiego działacza narodowego Wiaczesława Bogdanowicza. Pismo zostało zamknięte postanowieniem wileńskiego duchownego konsystorza⁵. Kolejnym pismem wydawanym przez wileńską eparchię prawosławną były „Wilenskije Jeparchialnyje Wiedomosti” („Wiadomości Eparchii Wileńskiej”), organ prasowy prawosławnego biskupstwa wileńskiego ukazujący się w ciągu roku 1922. Był on drukowany przez Wileński Konsystorz Prawosławny w prywatnym wydawnictwie⁶. Ukazały się tylko trzy numery pisma: pierwszy 1 XI, drugi 1 XII, zaś ostatni, trzeci, 25 XII. Pismo miało 12 stron objętości oraz wygląd i kształt gazety codziennej. Redaktorem odpowiedzialnym wydawnictwa był N. Krasieński. Siedziba redakcji mieściła się w Konsystorzu Prawosławnym w Wilnie przy ulicy Ostrobramskiej 10; było drukowane przez Typografię Proizwodstwiennij Kooperatiw w Wilnie przy ulicy Nowej 3. Pismo kosztowało 500 marek polskich. Treścią pisma były zarządzenia oraz komunikaty biskupa wileńskiego oraz bieżące wydarzenia z życia eparchii wileńskiej. Ponadto także Grodzieński Konsystorz Prawosławny w Grodnie wydawał w latach 1920-1921 własny dwutygodnik pod tytułem „Grodzienskije Jeparchialnyje Wiedomosti” („Wiadomości Eparchii Grodzieńskiej”)⁷. Pismo zawierało oficjalne komunikaty oraz artykuły poświęcone liturgii prawosławnej⁸. Patronem pisma był ówczesny prawosławny biskup grodzieński Włodzimierz (Tichonicki)⁹.

Z czasem pojawiło się pismo poświęcone całemu Polskiemu Autokefalicznemu Kościołowi Prawosławnemu. Był to „Wiestnik Prawosławnoy Metropolii w Pol'sze” (w późniejszym okresie tytuł polski: „Wiadomości Św. Autokefalicznego Polskiego Kościoła Prawosławnego), dwutygodnik ukazujący się w latach 1923-1926¹⁰. Pismo to zaczęło ukazywać się dzięki poparciu metropolity Jerzego¹¹. W wersji rosyjskojęzycznej łącznie ukazały się 104 numery tego pisma. Pierwszy numer pisma wyszedł 1.I.1923 roku. Pismo kosztowało 20 groszy, w roku 1925 cena wzrosła do 50 groszy. Redaktorem naczelnym był ksiądz Jurij Sakowicz. Siedziba redakcji mieściła się przy ulicy Zygmuntowskiej 13. Pismo było wydawane przez Synod Kościoła Prawosławnego w Polsce¹². Typografię pi-

⁵ L. Marakau, *Represawanyja prawaslaunyja swjaszczenna- i carkounasłużyceli Bielarusi. 1917-1967*, t. 1., Minsk 2007, wersja elektroniczna: <http://www.marakou.by/by/davedniki/represavanyya-prawaslaynyya/tom-i?id=21527> (dostęp: 6.01.2013).

⁶ A. Kuryłowicz, *Prawosławne oficyny wydawnicze...*, dz. cyt., s. 201.

⁷ J. Choiński, *Wydawnictwo i prasa prawosławna w Polsce...*, dz. cyt., s. 151. A. Kuryłowicz podaje jakoby pismo ukazywało się tylko w roku 1921. Zob. A. Kuryłowicz, art. cyt., s. 201.

⁸ A. Kuryłowicz, art. cyt., s. 201.

⁹ M. Papierzyńska-Turek, *Miedzy tradycją a rzeczywistością...*, dz. cyt., s. 142.

¹⁰ <http://www.emigrantika.ru/cat2010/701-bookiv> (dostęp 3.01.2013 r.); www.emigrantika.ru ...; A. R. Mochola i P. Ławryniec błędnie określają pismo jako miesięcznik. Zob. www.mochola.org...

¹¹ A. Kuryłowicz, art. cyt., s. 201.

¹² J. Choiński, art. cyt., s. 152.

sma wykonywano w tłoczni P. Szwede, zaś drukowane było ono w Drukarni Metropoli tarnej przy ulicy Zygmuntowskiej 13. W pierwszym roku wydawania pojedynczy numer liczył 12 stron objętości (numery podwójne - 24 strony). W kolejnych latach objętość pisma wahała się w granicach od 4 do 8 stron. W pierwszych numerach na łamach pisma poruszano sprawy religijne oraz kwestie dotyczące Polskiego Autokefalicznego Kościoła Prawosławnego. Pismo było adresowane do prawosławnych w Polsce wszystkich narodowości. Początkowo ukazywało się wyłącznie w języku rosyjskim. Od V 1926 roku z powodu wydarzeń politycznych w Polsce zaczęto na łamach pisma publikować komunikaty rządowe w języku polskim. Z końcem 1926 roku pismo przestało się ukazywać. Od I 1927 roku pismo zaczęło się ukazywać w zmienionej formie, wyłącznie w języku polskim, pod tytułem „Wiadomości Św. Autokefalicznego Polskiego Kościoła Prawosławnego”. Stałym działem były „Djecezjalne rozporządzenia i wiadomości” (pisownia oryginalna). W roku 1927 pismo wychodziło jako miesięcznik, zaś w następnym roku jako dwutygodnik. Wraz z końcem 1928 roku „Wiadomości...” zakończyły swój żywot¹³.

Rok po rozpoczęciu wydawania „Wiestnika” Warszawska Metropolia Prawosławna rozpoczęła wydawanie kolejnego pisma poświęconemu polskiemu prawosławiu. Tym razem był to tygodnik „Woskriesnoje Cztenije” („Niedzielne Czytanie”), ukazujący się w latach 1924-1939. Był on najdłużej ukazującym się pismem prawosławnym w międzywojennej Polsce¹⁴; ukazało się łącznie 808 jego numerów. Funkcję redaktorów-wydawców tygodnika pełnili kolejno ksiądz Jurij Sakowicz (1923-1928), następnie Paweł Ziemcow (1928-1938), po nim zaś M. Pomazański (1938-1939). Redakcja początkowo mieściła się na warszawskiej Pradze, przy ulicy Zygmuntowskiej 13, później zaś przy ulicy Małej 11, m. 1. Pismo było drukowane przez Drukarnię Synodalną, zaś wydawane, jak już wcześniej wspomniano przez warszawską Metropolię Prawosławną¹⁵. Nakład pisma wynosił 3000 egzemplarzy¹⁶. Cena numeru początkowo z powodu hiperinflacji wynosiła 400 000 marek. Po denominacji wahała się w granicach 25-50 groszy, w kolejnych latach w granicach 50-75 groszy. Objętość pisma najczęściej wynosiła 16-18 stron. Początkowo na jego łamach ukazywały się artykuły poświęcone wyłącznie tematyce religijnej oraz problemach Cerkwi Prawosławnej w Polsce oraz ZSRR. Po roku 1926 pojawił się dział „Politiczieskoje obozrienije” w którym poruszano tematykę polityczną; podczas gdy sprawom religijnym był poświęcony dział „Cerkownyje obozrienije”. Kolejnym stałym działem, tym razem poświęconym życiu stolicy, była „Warszawszskaja Chronika”. W tym samym czasie pismo zaczęło wydawać w postaci zeszytów, w późniejszym okresie drukowano je także na lepszym papierze, pojawiły się też fotografie i ilustracje. Pismo było skierowane do wiernych prawosławnych II Rzeczypospolitej wszystkich narodowości. W „Woskriesnoje Cztenije” publikowano również korespondencję czytelników oraz po-

¹³ A. Kuryłowicz podaje błędną informację jakoby pismo ukazywało się do roku 1928 w wersji rosyjskojęzycznej. Zob. A. Kuryłowicz, art. cyt., s. 201.

¹⁴ Tamże, s. 147.

¹⁵ Tamże, s. 152.

¹⁶ A. Kuryłowicz, art. cyt., s. 202.

ezję religijną (m.in. autorstwa Sofiji Propwicz, J. Wadimowa-Lisowskiego¹⁷). Na początku jedynymi reklamami były ogłoszenia wydawnicze (najczęściej dotyczące publikacji religijnych; w latach 30. pojawiły się również reklamy medykamentów). Autorami artykułów byli m.in. Metropolita Dionizy (Waledyński), Archimandryta Teodozy (Gładkowski), G. Papadopulo, Wasilij Skworcow, a także Terentij Teodorowicz¹⁸. W roku 1939 po dekreście Prezydenta RP w sprawie sytuacji Kościoła prawosławnego w Polsce „Woskriesnoje Cztienije” przestało być wydawane przez Kościół prawosławny i pismo przeszło w ręce prywatne¹⁹. Od tego momentu miało ono inną okładkę. Ostatni numer pisma wyszedł 27.VIII.1939 roku, na kilka dni przed rozpoczęciem II wojny światowej²⁰. Pod koniec lat 30. do Woskriesnoje Cztienije były dołączone dwa tematyczne dodatki. Pierwszy z nich to „Za trieżwost” („Za trzeźwość”), kwartalnik ukazujący się w latach 1938-1939²¹ (jako oddzielne pismo kosztował 50 groszy). Pierwszy numer ukazał się w kwietniu 1938 roku. Wyszło łącznie sześć numerów pisma. Pojedynczy numer liczył 16 stron objętości (wyjawszy ostatni numer pisma który liczył osiem stron). Siedziba redakcji mieściła się w Warszawie przy ulicy Małej 11 m. 1. Pismo drukowała Drukarnia Synodalna. Jego redaktorem-wydawcą był M. Pomazański, zaś redaktorem G. Łotocki²². Na łamach pisma propagowano abstynencję alkoholową z pozycji religijnych. Wśród publikujących na łamach pisma byli m.in. G. Łotocki, A. Kaliszewicz, E. Wadimow. Ostatni numer pisma ukazał się w lipcu 1939 roku. Kolejnym zaś był „Moj drug” („Mój przyjaciel”), młodzieżowy miesięcznik ukazujący się w roku 1939²³ (jako oddzielne pismo kosztował 10 groszy). Pierwszy numer ukazał się w styczniu 1939 roku. Ukazało się łącznie 8 numerów tego pisma²⁴. Siedziba redakcji mieściła się w Warszawie przy ulicy Małej 11 m. 1. Pismo miało format niewielkiej broszurki liczącej 16 stron objętości. „Moj drug” był kontynuacją dodatku do zlikwidowanego tygodnika „Słowo” pod tytułem „Dietskij Listok”. Podobnie jak jego poprzednik zawierał opowiadania, wiersze i łamigłówki dla dzieci. Ostatni numer ukazał się w sierpniu 1939 roku.

¹⁷ Więcej na temat J. Wadimowa (Lisowskiego) w: T. Zienkiewicz, *Poeci emigracji rosyjskiej i ich zainteresowanie literaturą polską (rekonesans)* w: „Acta Polono- Ruthenica, t. XIII, 2008, s. 273 (wersja elektroniczna: <http://wydawnictwo.uwm.edu.pl/uploads/documents/czytelnia/acta/Acta13.pdf> ; dostęp: 4.10.2012).

¹⁸ J. Łabyńcew, L. Szczawinskaja, *Russkoje zarubieże mieżwojennoj Polszy i o. Terentij Teodorowicz* w: R. Paradowski, Sz. Ossowski (red.), *Polska w Rosji- Rosja w Polsce. Dialog kultur*, Poznań 2003, s. 32.

¹⁹ J. Choiński, art. cyt., s. 149.

²⁰ Więcej na temat T. Teodorowicza w: J. Łabyńcew, L. Szczawinskaja; *Żurnal „Woskriesnoje Cztienije”*, strona internetowa pravoslavie.ru z 5.11.2002 r., <http://www.pravoslavie.ru/orthodoxchurches/40240.html> (dostęp: 1.01.2013)

²¹ www.emigrantica.ru... ; <http://www.emigrantica.ru/cat2010/706-bookiv> (dostęp 3.01.2013 r.).

²² www.emigrantica.ru...

²³ Tamże; <http://www.emigrantica.ru/cat2010/710-bookiv> (dostęp 3.01.2013 r.).

²⁴ A. R. Mochola i P. Ławryniec podają błędną informację jakoby ukazał się tylko 1 numer tego pisma. Zob. www.mochola.org... Z kolei A. Kuryłowicz podaje błędną informację, jakoby pismo ukazywało się w roku 1938. Zob. A. Kuryłowicz, art. cyt., s. 204.

Kolejnym wydawanym przez Metropolię Prawosławną przez dłuższy okres czasu pismem było „Słowo” („Słowo”), ukazujące się w latach 1931-1938²⁵. Ukazało się łącznie 476 numerów. Było ono skierowane do prawosławnych w Polsce wszystkich narodowości. Na początku „Słowo” było dwutygodnikiem ukazującym się pierwszego i piętnastego dnia każdego miesiąca i nosiło podtytuł „religiozno-prawosławną gazetą prawosławnego naroda” i było poświęcone tematyce religijnej, a także społecznej. Pismo miało zasięg ogólnokrajowy²⁶. Objętość wynosiła cztery strony zaś cena 15 groszy. Od numeru trzeciego cena spadła do 10 groszy, zmieniono winietę i zwiększono format pisma. „Słowo” zaczęło być miesięcznikiem oraz zamieszczać również artykuły o tematyce polityczno-społecznej i literackiej. Podtytuł został zmieniony na „Prawosławną cerkowną obywatelską gazetą, literacką gazetą. Od roku 1932 „Słowo” było już tygodnikiem ukazującym się co niedzielę, zaś podtytuł brzmiał „Jeżeniedielnaja illustrowannaja politiceskaja i literaturnaja gazeta”. Cena poszczególnych numerów wynosiła 20-25 groszy. W latach 1933-1934 pismo wychodziło już dwa razy w tygodniu (w niedzielę i czwartki), lecz od numeru 46 (257)/1934 ponownie stało się tygodnikiem aż do końca swojego istnienia. W kolejnych latach objętość pisma wynosiła 6-10 stron, do tego pisma dołączano różne dodatki. Za druk pisma odpowiadała Drukarnia Synodalna, było ono wydawane przez Warszawską Metropolię Prawosławną²⁷. Siedziba redakcji znajdowała się w Warszawie przy ulicy Zygmuntowskiej 13. Funkcję redaktorów sprawowali kolejno: W. Pawłyszyn (1931-1935), D. Mielnikow (1935-1937), Paweł Ziemcow (1937-1938). „Słowo” posiadało dział pt. „Posledniaja nowosti”, w którym informowano o wydarzeniach bieżących. W roku 1932 pojawił się również dział „Cerkownaja Izwiestija” poświęcony wydarzeniom z życia Cerkwi Prawosławnej w Polsce. Autorami artykułów byli m.in. Anton Dombrowski, W. Leonski, M. Kinfra, Jurij Bławatin, J. Wadimow (J. Lisowski)²⁸, o. T. Teodorowicz²⁹; także poezję autorstwa m.in. Władimira Tatarewa. Oprócz artykułów w języku rosyjskim pojawiały się również artykuły w językach polskim, białoruskim i ukraińskim. Reklamowano zarówno prasę i książki, jak i artykuły medyczne. Część reklam zamieszczano w języku polskim. Wraz z 19 listopada 1938 roku w „Dzienniku Ustaw” opublikowano „Dekret Prezydenta Rzeczypospolitej z dnia 18 listopada 1938 roku o stosunku Państwa do Polskiego Autokefalicznego Kościoła Prawosławnego”. Zakładał on większe związanie prawosławia z państwem polskim i przewidywał w tym celu wydawanie prasy cerkiewnej wyłącznie w języku polskim. Z tego powodu pisma „Słowo” oraz „Woskriesnoje Cztenije” przestały być oficjalnymi organami Metropolii Prawosławnej. Ponieważ ich wydawnictwo samo nie mogło wydawać dwóch tytułów, wraz z nowym rokiem 1939 „Słowo” przestało się ukazywać³⁰. W przeciągu ośmiu lat istnienia pisma do „Słowa” załączano wiele dodatków, w tym cztery w języku rosyjskim.

²⁵ www.mochola.org...; <http://www.emigrantika.ru/cat2010/715-bookiv> (dostęp 3.01.2013 r.).

²⁶ A. Kuryłowicz, art. cyt., s. 203.

²⁷ J. Choiński, art. cyt., s. 152.

²⁸ T. Zienkiewicz, *Poezi emigracji rosyjskiej i ich zainteresowanie...*, dz. cyt., s. 273.

²⁹ J. Łabynczew, L. Szczawinska, *Russkoje zarubieże mieżwojennoj Polszy...*, dz. cyt., s. 32.



Większość rosyjskojęzycznych tytułów religijnych była z dość oczywistych względów skierowana do wiernych prawosławnych. Pierwsze prawosławne pisma w języku rosyjskim na terenach II Rzeczypospolitej były organami prasowymi poszczególnych eparchii prawosławnych.

Pierwszym z nich była „Nasza Jeloczka” („Nasza choinka”) - bożonarodzeniowy dodatek do prawosławnego pisma „Słowo” zamieszczony w świątecznym numerze pisma w roku 1931. W kolejnych latach na łamach „Słowa” nie zamieszczano już dodatków specjalnych z okazji Bożego Narodzenia. Kolejnym bezpłatnym dodatkiem był kwartalnik „Dieło Błagotworienija” („Działalność Dobroczynna”), propagujący działalność dobroczynną wśród prawosławnych oraz informujący o działalności Kościoła Prawosławnego w tym zakresie. Ukazywał się w latach 1932-1933. Jako oddzielne pismo kosztował 10 groszy. Objętość pisma wynosiła cztery strony. Ukazało się łącznie pięć numerów pisma. Redaktorem naczelnym był J. Pawłyszyn. Siedziba redakcji mieściła się w Warszawie przy ulicy Zygmuntowskiej 13, pismo było drukowane w Drukarni Synodalnej. Ostatni numer ukazał się w I 1933 roku. W tym samym czasie do tygodnika „Słowo” był dołączany również „Zielienyj Szum” („Leśny szum”), periodyk o tematyce literackiej, skierowany do młodzieży szkolnej. Ukazywał się on w latach 1932-1933, w czasie roku szkolnego. Wyszło pięć numerów pisma, każde liczyło cztery strony objętości. Redaktorem pisma był J. Pawłyszyn, siedziba redakcji mieściła się w Warszawie przy ulicy Zygmuntowskiej 13, pismo było drukowane przez Drukarnię Synodalną. Ostatni numer został zamieszczony jako dodatek do numeru 31 (138)/1933 „Słowa”. Ów ostatni numer formatem i szatą graficzną przypominał ukazujący się w późniejszym okresie inny dziecięcy dodatek „Słowa” dla dzieci i młodzieży pod tytułem „Dietskij Listok” („Dziecięcy liścik”) również przeznaczony dla dzieci; ukazujący się nieregularnie w latach 1935-1938³¹. Zamieszczano w nim listy od małoletnich czytelników „Słowa” poświęcone było głównie tematyce religijnej, zawierało opowiadania, poezję oraz łamigłówki dla dzieci. Jako oddzielne pismo kosztowało najpierw 5, później 10 a na końcu 15 groszy. Siedziba redakcji mieściła się w Warszawie przy ulicy Zygmuntowskiej 13, pismo było drukowane przez Drukarnię Synodalną. „Dietskij Listok” miało kształt niewielkiej broszurki składanej na 2 części, objętość pisma wynosiła 8 stron. Do końca 1938 roku ukazało się łącznie 55 numerów pisma. Zostało ono zlikwidowane razem z tygodnikiem „Słowo”.

³⁰ J. Łabyncew, L. Szczawinskaja; *Żurnal „Woskriesnoje Cztenije”...*, dz. cyt.; Mirosława Papierzyńska-Turek, dz. cyt., s. 184, 190. Tamże błędna informacja, jakoby również „Woskriesnoje Cztenije” uległo likwidacji. W rzeczywistości „Woskriesnoje Cztenije” ukazywały się aż do końca sierpnia 1939 roku.

³¹ A. Kuryłowicz, art. cyt., s. 204, tamże błędna informacja, jakoby pismo było miesięcznikiem.

Ponadto do pism wydawanych przez Metropolię Prawosławną zaliczał się „Pocza-jewskij Listok” („Listek Pocza-jowski”), drukowany w roku 1931 przez Typografię Synodalną w Warszawie -pismo mające kształt niewielkiej broszurki, z których każda zawierała jeden artykuł o treści religijnej autorstwa mnichów z Ławry Pocza-jowskiej. Ukazało się 12 numerów, niemal wszystkie z nich liczyły cztery strony objętości. Tytuł pisma najprawdopodobniej nawiązywał do innego pisma pod tym samym tytułem propagującego prawosławie wśród grekokatolików z Galicji Wschodniej przed wybuchem I Wojny Światowej³². Oprócz niego przez krótki okres ukazywały się również „Kazanija” („Kazania”), miesięcznik wydawany przez Warszawską Metropolię Prawosławną w roku 1934³³.

Poza pismami wydawanymi przez Warszawską Metropolię Prawosławną w II Rzeczypospolitej ukazywały się również prowincjonalne pisma prawosławne. Pierwszym z nich był „Swiet Istiny”³⁴ („Światło Prawdy”), dwutygodnik związany z kurią metropolitarną³⁵, ukazujący się we Włodzimierzu Wołyńskim w latach 1927-1928³⁶ (ukazało się łącznie 11 numerów). Pismo nosiło podtytuł „Dwuchniedielnyj cierkowno-obszcziestwennyj żurnał”. Siedziba redakcji pisma mieściła się we Włodzimierzu Wołyńskim przy ulicy Cmentarnej 38 (obok miejscowego cmentarza prawosławnego). Za druk pisma odpowiadały drukarnie prywatne³⁷: początkowo Drukarnia Wassera z siedzibą we Włodzimierzu Wołyńskim przy ulicy Sienkiewicza 6, zaś od numeru ósmego Drukarnia J. Sandelsztejna w Kowlu przy ulicy Warszawskiej 19. Pierwszy numer pisma ukazał się 15V 1927 roku. Pismo miało postać broszurki z czerwoną okładką, jego objętość wynosiła 18 stron, zaś cena 25 groszy. Od numeru 6 pismo miało nieco mniejszy format oraz nową ilustrowaną okładkę. Redaktorem pisma był Jewgienij (Eugeniusz) Komarewicz, działacz Rosyjskiego Zjednoczenia Narodowego (ros. Russkoje Narodnoje Obiedinienie - RNO), a od roku 1927 przewodniczący Komisji Spraw Religijnych tejże organizacji³⁸. Wśród autorów artykułów byli m.in. A. Damanski, S. Witjazewski. Pismo poruszało tematykę religijną oraz społeczną. Koncentrowało się przede wszystkim na sytuacji Kościoła Prawosławnego na Wołyniu i występowało jednoznacznie przeciwko podejmowanym w II RP próbom ukrainizacji wołyńskiego prawosławia, a także broniło jego rosyjskości³⁹. Na łamach pisma pojawiały się również działy „Chronika” (wydarzenia bieżące) oraz „Bibliografija” (nowości wydawnicze dotyczące prawosławia). Ostatni, jedenasty numer pisma był datowany na II 1928 roku. Kolejnym lokalnym pismem prawosławnym było „Woskriesienije” („Niedziela”), dwutygodnik ukazujący się we Lwowie w la-

³² Więcej na temat „Pocza-jewskiego Listoka” sprzed I wojny światowej w: W. Osadczy, *Święta Ruś. Rozwój i oddziaływanie idei prawosławia w Galicji*, Lublin 2007, s. 556.

³³ J. Choiński, art. cyt., s. 151

³⁴ M. Papierzyńska-Turek podaje błędny tytuł pisma „Swiet Soliny”. Zob. też, dz. cyt., s. 201.

³⁵ Tamże.

³⁶ A. Kuryłowicz, art. cyt., s. 208.

³⁷ Tamże.

³⁸ Tamże, s. 201, 216.

³⁹ A. Kuryłowicz, art. cyt., s. 208. Więcej na temat prób ukrainizacji prawosławia w II Rzeczypospolitej w: M. Papierzyńska-Turek, dz. cyt., s. 81-84, 206-222.

tach 1928-1929, a następnie w latach 1935-1936. Jego celem było prowadzenie działalności edukacyjnej oraz misyjnej wśród prawosławnych w Galicji⁴⁰. Pismo było organem Bractwa Prawosławnego we Lwowie. Jego redaktorem był ojciec Pantelejmon⁴¹, zaś od numeru 3/1929 M. Prodan. Siedziba redakcji mieściła się we Lwowie przy ulicy Franciszkańskiej 2. Pismo było wydawane przez Wydawnictwo Bractwa Prawosławnego we Lwowie, zaś drukowane przez Typografię Instytutu Stauropigialnego we Lwowie. Pojedynczy numer liczył 16 stron objętości i kosztował 25 groszy. Pierwszy numer pisma ukazał się 15.IV.1928 roku. Ukazało się łącznie 20 numerów pisma w tej formie. Pismo miało charakter religijny, na jego łamach publikowano artykuły historyczne oraz poświęcone kwestiom prawosławia w Galicji Wschodniej. Prowadzono również polemikę z Kościołem greckokatolickim. Na pierwszej stronie pisma często publikowano również poezję religijną autorstwa m.in. A. Sewastjanowa, A. Krugłowa. Ostatni numer „Woskriesienija” ukazał się 1.IV.1929 roku. Po upływie ponad 6,5 roku; w XI 1935 roku pismo zostało wznowione, tym razem jako miesięcznik ze zmienioną winietą i podtytułem „niezawisimyj jeżemiesiacnyj organ prawosławnych”. Objętość miesięcznika wynosiła 8 stron, cena zaś 20 groszy (pod koniec emisji pisma spadła do 15 groszy). Redaktorem pisma był tym razem A. Jaśkow. Siedziba redakcji mieściła się we Lwowie, przy ulicy Chorużczyny 13. Wydawcą pisma był Wydawniczy Komitet Bractwa Prawosławnego, zaś za jego druk odpowiadała Typografia J. Jaśkowa. Reaktywowane „Woskriesienije” przetrwało niewiele ponad rok. Ostatni, 13 numer miesięcznika był datowany na XII 1936 roku.

Przez bardzo krótki czas wydawano również „Pinskij Gołos” („Głos Pińska”) ukazujące się w Pińsku w latach 1932-1933. Pismo nosiło podtytuł „organ cerkowno-obszcziestwiennyj”. Jego redaktorem wydawcą był N. I. Biereznicki⁴². Pismo to było drugim rosyjskim pismem wydawanym w Pińsku w czasach II Rzeczypospolitej po zlikwidowanym z powodu braku funduszy „Pod Niebom Polesja”. W pierwotnym zamierzeniu pismo miało być lokalnym dodatkiem do ogólnokrajowego dziennika „Russkoje Slovo” i wychodzić pod tytułem „Pińskoje Slovo”, jednak z powodu intryg byłego redaktora „Pod Niebom” Pawła Chinicza urażonego tym, iż komitet redakcyjny powierzył mu podrzędną funkcję zamiar ten nie doszedł do skutku⁴³. Ostatecznie dzięki porozumieniu Be-

⁴⁰ A. Kuryłowicz, art. cyt., s. 208. Tamże błędna informacja, jakoby pismo ukazywało się nieregularnie w latach 1928-1937. O. A. Korostelew podaje błędną informację, jakoby pismo ukazywało się tylko w roku 1928. Zob. <http://www.emigrantika.ru/cat2010/701> ... Zaś A. R. Mochola i P. Ławryniec również podają błędną informację, jakoby pismo ukazywało się tylko w roku 1928; ponadto błędnie uznają wznowienie z lat 1935-1936 za oddzielne pismo. Zob. <http://www.mochola.org...>

⁴¹ Tamże.

⁴² T. Zienkiewicz, *Rosyjskie życie kulturalne w Pińsku 1918-1939*, w: „Acta Polono-Ruthenica”, t. XII, 2007, s. 17. (wersja elektroniczna: <http://wydawnictwo.uwm.edu.pl/uploads/documents/czytelnia/acta/Acta12.pdf>; dostęp: 4.10.2012).

⁴³ 1923 IV 27. *Brześć nad Bugiem - Referat sporządzony przez Wydział Bezpieczeństwa Urzędu Wojewódzkiego Poleskiego o ruchu i wpływach rosyjskich w Pińsku w: Polesie w polityce rządów II Rzeczypospolitej*, red. W. Śleszyński, Białystok-Kraków 2009, s. 84. A. R. Mochola i P. Ławryniec oraz T. Zienkiewicz błędnie zapisali jego nazwisko jako Ninicz. Zob. www.mochola.org...; T. Zienkiewicz, *Rosyjskie życie kulturalne w Pińsku...*, dz. cyt., s. 17.

reznickiego z prawosławnym biskupem Aleksandrem pismo zaczęło się ukazywać pod tytułem „Pinskij Gołos” jako organ duchowieństwa prawosławnego na Polesiu mającego skupiać się przede wszystkim na walce z akcją neounijną, a w mniejszym stopniu na tematyce politycznej. Najpierw ukazały się dwie jednodniówki pod tym tytułem, w dniach 25 IX oraz 9 X 1932 roku, przy czym ta druga uległa konfiskacie⁴⁴. Pismo miało być wydawane jako dziennik, jednak władze polskie do tego nie dopuściły i ostatecznie pismo ukazało się jako tygodnik. Jednakże podobnie jak w wypadku „Pod Niebom Pole-sja” żadna drukarnia w Pińsku nie chciała drukować pisma. Bereznicki podjął nieudane próby porozumienia z drukarnią w Łunińcu oraz założenia własnej drukarni. Pierwszy numer pisma ukazał się ostatecznie 11 XII 1932 i został wydrukowany przez Typografię Białoruską im. Franciszka Skoryny w Wilnie⁴⁵. Późniejsze numery były jednak pisane na maszynie, a następnie odbijane na hektografie. W roku 1933 ukazały się tylko dwa numery pisma, które ostatecznie upadło z braku środków oraz wydalenia jednego z członków komitetu redakcyjnego Kluczenowicza jako „uciążliwego cudzoziemca”⁴⁶.

W opisywanym okresie duże wpływy wśród prawosławnych w Polsce zdobywała koncepcja soborowości zakładająca duży wpływ świeckich na działalność Kościoła⁴⁷. W związku z tym zwolennicy soborowości wydawali kilka pism propagujących swoje poglądy. Pierwszym z nich była „Narodnaja Niwa” („Narodowa Niwa”) - pismo wydawane w języku białoruskim, ukraińskim i rosyjskim w Wilnie w roku 1928⁴⁸. Redaktorem wydawcą pisma był Dorofiej Bochan⁴⁹, zaś redaktorem Aleksander Kowsz, inspirator i główny działacz Białoruskiego Komitetu Prawosławnego⁵⁰. Siedziba redakcji mieściła się w Wilnie przy ulicy Subocz 2 i było drukowane przez Drukarnię Bekkera przy ulicy Subocz 2. Pismo miało kształt niewielkiej broszurki liczącej 20 stron, jego cena wynosiła 20 groszy. Pismo było organem prasowym Prawosławnego Białoruskiego Zjednoczenia Demokratycznego, organizacji założonej w 1927 roku przez senatora Wiaczesława Bohdanowicza. Organizacja ta postulowała wprowadzenie kazań w cerkwi prawosławnej w języku białoruskim, popierała ruch soborowości w kościele prawosławnym oraz domagała się utrzymania zależności prawosławia w Polsce od patriarchatu moskiewskiego⁵¹. Artykuły zamieszczone na łamach pisma koncentrowały się wokół problemów, jakim był udział duchownych prawosławnych w życiu mniejszości narodowych w Polsce oraz ich działalności politycznej i społecznej. Pismo miało również bronić praw mniejszości na-

⁴⁴ Tamże.

⁴⁵ Tamże, s. 84-85. Co ciekawe w tym samym czasie ta sama Typografia odpowiadała za druk pisma „K'So-jedinieniju” propagującego ruch neounicki w Polsce, o czym w dalszej części tekstu.

⁴⁶ Tamże, s. 85, 97.

⁴⁷ Pismo „Oriens” podało błędną informację o 47 numerach. Zob. „*Po tamtej stronie*”, „Oriens”, nr 5/1933, s. 153.

⁴⁸ www.mochola.org...; A. Kuryłowicz, art. cyt., s. 209. M. Papierzyńska-Turek podaje błędną informację, jakoby pismo ukazywało się wyłącznie w języku białoruskim. Zob. tamże, dz. cyt., s. 223.

⁴⁹ www.mochola.org...

⁵⁰ M. Papierzyńska-Turek, dz. cyt., s. 224.

⁵¹ Tamże, s. 223-224.



W opisywanym okresie duże wpływy wśród prawosławnych w Polsce zdobywała koncepcja soborowości zakładająca duży wpływ świeckich na działalność Kościoła¹. W związku z tym zwolennicy soborowości wydawali kilka pism propagujących swoje poglądy.

rodowych w kościele prawosławnym w Polsce; jego celem było skupienie narodów wschodniosłowiańskich wokół cerkwi prawosławnej przy zachowaniu ich odrębności. Artykuły zamieszczano na łamach pisma w ukraińskiej białoruskiej oraz rosyjskiej wersji językowej. Pierwszy numer pisma ukazał się 5 I 1928 roku⁵². Na jego łamach zamieszczano przegląd prasy oraz dział „Chronika” (wydarzenia bieżące). Ukazał się najprawdopodobniej tylko jeden numer tego pisma. Nieco dłużej przetrwało inne pismo popierające koncepcję soborowości pod tytułem „W ogradzie cerkownoj” („W murach kościelnych”), tygodnik poruszający zagadnienia religijne, ukazywał się w Warszawie w latach 1931-1932 (jako dodatek do dziennika „Za Swobodu”), a ponownie w roku 1933 w Warszawie i Wilnie⁵³. Redaktorem naczelnym był Aleksandr K. Switicz (Świticz)-Tubierozow. Podtytuł pisma brzmiał: „Poswjaszczennyj cerkownyj żeżeniedielnik pod riedakciej A.K. Switicz-Tubierezowa”. Pierwszy numer był datowany na 8 II 1931 roku. Jako dodatek do „Za Swobodu” liczył dwie strony objętości. Na łamach „W ogradzie” publikowano również poezję religijną autorstwa m.in. K. I. Turkiewicza. Stałym działem pisma był „Żizn prawosławnoej cerkwy w Pol'szy” gdzie informowano o bieżących wydarzeniach z życia wspólnoty prawosławnej w Polsce. Na łamach pisma publikowano również listy od czytelników. Pismo początkowo ukazywało się jako cotygodniowy dodatek do dziennika „Za Swobodu” i do momentu przekształcenia „Za Swobodu” w „Mołwę” ukazało się 48 numerów tego dodatku. Ostatni numer „W ogradzie cerkownoj” w tej formie ukazał się 19 II 1932 roku. Dnia 10 września 1933 roku, po rocznej przerwie „W ogradzie cerkownoj” zaczęło się ukazywać jako samodzielne pismo⁵⁴. W tej formie ukazało się 15 numerów tego pisma (ostatni był datowany na 28 XII 1933 roku)⁵⁵. Tym razem tygodnik miał format gazety codziennej i liczył cztery strony objętości; jego cena wynosiła 25 groszy. Siedziba redakcji mieściła się w Warszawie, przy ulicy Wspólnej 33 m. 24. Redaktorem wydawcą był ponownie Aleksandr Switicz-Tubierozow. Za druk pisma odpowiadała Drukarnia Eugeniusza Kotlarewskiego z siedzibą w Wilnie przy ulicy Wileńskiej 34 m. 8.

⁵² Por. A. Kuryłowicz, art. cyt., s. 209.

⁵³ www.emigrantika.ru... ; Tamże błędna informacja o tym, jakoby pismo ukazywało się w latach 1932-1933; podobnie O. A. Korolew. Zob. <http://www.emigrantika.ru/cat2010/701...> Z kolei J. Choiński podaje błędną informację, jakoby pismo ukazywało się w latach 1930-1933. Zob. tenże, art. cyt., s. 152.

⁵⁴ Tamże.

⁵⁵ www.mochola.org...

Wśród autorów publikujących na łamach „W ograde” byli m.in. S. Adpjałow, P. Znamieński, Arsenij Spasski, N. Bobrianski. Należy również wspomnieć o „Za Sobornist” („Za Soborowość”), ukazującym się nieregularnie w Łucku w latach 1932-1935 (łącznie 9 numerów). Pismo było drukowane przez oficynę M. Sznajdera w Łucku. Było ono organem powstałego 19 XI 1931 roku Towarzystwa im. Piotra Mohyły. Zamieszczano tam wiadomości oficjalne, organizacyjne oraz artykuły historyczne⁵⁶. Podobnie jak „W ograde cerkownoj” pismo reprezentowało koncepcję soborowości⁵⁷. Podtytuł pisma brzmiał „Niepierodicznyj organ Towiaristwa im. mietropolita Petra Mogiły”. Cena pisma początkowo wynosiła 80 groszy, później spadła do 60 groszy. Redaktorem odpowiedzialnym pisma był Iwan Własowski. Objętość jednego zeszytu wahała się w granicach 36-40 stron. Wśród autorów byli m.in. A. K. Switicz-Tubierozow, I. Własowski, P. Taranawski, Michajło Teleżynski, M. Kobrin, A. Kowsz.

Ponadto prawosławni w Polsce wydawali teologiczne czasopisma o charakterze naukowym w języku rosyjskim. Pierwszym z nich był „Elpis” ukazujący się w Warszawie w latach 1926-1928, a po przerwie ponownie w latach 1931-1937, początkowo jako rocznik, a od roku 1932 jako półrocznik⁵⁸. Ukazało się łącznie 20 numerów tego pisma. Tytuł pisma był zapisywany alfabetem greckim. Objętość jednej księgi wynosiła 100-120 stron, zaś na jej łamach publikowano prace naukowe wykładowców Studium Teologii Prawosławnej Uniwersytetu Warszawskiego. Pismo powstało z inicjatywy metropolity Dionizego i było dotowane przez MWRiOP; drukowano je w nakładzie 800 egzemplarzy. Artykuły publikowano w języku polskim, rosyjskim, francuskim i ukraińskim. Od roku 1935 pismo ukazywało się wyłącznie w języku polskim. Oprócz prac naukowych na łamach „Elpis” zamieszczano również sprawozdania z działalności Studium Teologii Prawosławnej UW, istniał ponadto dział bibliografii i recenzji książek o tematyce prawosławnej. Do publikujących na łamach „Elpis” należeli między innymi metropolita Dionizy (Waledyński), archimandryta Hilarion Basdekas, Grzegorz Peradze, Iwan Ohijenko, Nikołaj Arseniew⁵⁹. Pismo było drukowane przez Drukarnię Synodalną. Znacznie krócej przetrwała „Put' Prawdy” („Ścieżka prawdy”), wydawana przez Koło Teologów Prawosławnych Studentów Uniwersytetu Warszawskiego⁶⁰ w roku 1930, a następnie w 1934⁶¹. Redakcja pisma miała swoją siedzibę w Warszawie przy ulicy Zygmuntowskiej 13⁶². W zamierzeniu redakcji periodyk miał wychodzić trzy razy w roku. Pierwszy zeszyt liczący 68 stron ukazał się w roku 1930 dzięki wsparciu metropolity Dionizego (Waledyńskiego); został wydrukowany w Drukarni Synodalnej. We wstępie napi-

⁵⁶ A. Kuryłowicz, art. cyt., s. 207. Tamże błędna informacja, jakoby pismo ukazywało się w języku ukraińskim.

⁵⁷ Zob. tamże, przypis 10.

⁵⁸ Tamże, s. 204.

⁵⁹ Tamże.

⁶⁰ A. Kuryłowicz, art. cyt., s. 205.

⁶¹ J. Traczyk, *Prasa białoruska w II Rzeczypospolitej (1918-1939)*. Bibliografia w: „Studia Polono-Slavica Orientalia. Acta Litteraria XIII”, 1992, s. 231, 329. J. Choiński podaje błędną informację jakoby pismo ukazywało się w latach 1930-1934. Zob. tenże, art. cyt. s. 152.

⁶² J. Traczyk, *Prasa białoruska...*, dz. cyt., 231, 329.

sanym w języku polskim redakcja wyjaśniała cele pisma: „*Głównym zadaniem Koła Teologów Prawosławnych jest zorganizowanie studentów Studium Teologii Prawosławnej dla pogłębienia życia religijnego i złączenia wspólnej pracy teologiczno-naukowej. <<Put' Prawdy>> ma być odzwierciedleniem naszego życia, sprawozdaniem naszej pracy, odzwierciedleniem naszej działalności*”⁶³. W dalszej części informowano o treści pisma: „*W tym celu na stronicach <<Put' Prawdy>> będą w możliwie szerszym zakresie zamieszczać prace o treści: teologiczno-filozoficznej, rozprawy historyczne, artykuły misjonarskie, jak również bibliografia i kronika*”⁶⁴. W numerze tym zamieszczono artykuły autorstwa prof. Nikołaja Arseniewa, prof. Iwana Ogienki i A. Łukasiewicza w języku rosyjskim, ponadto w dziale „Kronika” opisano w języku polskim działalność Koła Teologów Prawosławnych Studentów Uniwersytetu Warszawskiego. Kolejny numer pisma ukazał się dopiero w roku 1934. We wstępie, ponownie napisanym w języku polskim redakcja wyjaśniała przyczyny przerwy w istnieniu pisma: „*[...] niestety do wydania następujących zeszytów czasopisma nie doszło wobec braku środków [...] tem boleśniej- szem było to, że praca wydawnictwa koła została przerwana nie na czas krótki, ale aż do chwili obecnej tj. na okres z górą [!] trzyletni*”⁶⁵. W dalszej części poinformowano że kolejny zeszyt pisma ujrzał światło dzienne dzięki dofinansowaniu Uniwersytetu Warszawskiego oraz wyrażono nadzieję, że praca Koła będzie dalej kontynuowana⁶⁶. Nadzieje te były jednak płonne, gdyż kolejne zeszyty pisma już się nie ukazały. Numer drugi ponownie liczył 68 stron objętości. Ponownie zamieszczono w nim Kronikę, w której zamieszczono sprawozdanie w języku polskim działalność Koła. Zamieszczono w nim artykuły w języku rosyjskim autorstwa Władimira Gołosowa, Lubomira Durkowicza. Ponadto zamieszczono na łamach pisma artykuły Durkowicza w języku polskim: „Głagolica zamiast alfabetu łacińskiego w Kościele Katolickim w Jugosławii” oraz „Autokefalia cerkwi serbskiej za czasów św. Sawy Serbskiego”. Na łamach pisma ukazywały się również artykuły w językach ukraińskim i białoruskim⁶⁷.

Z innych prawosławnych pism teologicznych należy wspomnieć również o „Wiestnik bratstwa prawosławnych bogosławow w Polsce” (tytuł polski - „Wiadomości Bractwa Teologów Prawosławnych w Polsce”), półroczniku wychodzącym w latach 1934-1938, wyjątkiem były lata 1936 (trzy numery) oraz 1938 (jeden numer). Łącznie wyszło 10 numerów tego pisma. Siedziba redakcji pisma mieściła się w Warszawie, przy ulicy Żygmuntońskiej 13, drukowano je w Drukarni Synodalnej. „Wiestnik bratstwa...” był organem Bractwa Teologów Prawosławnych w Polsce, powołanym do życia w roku 1933⁶⁸. Pismo ukazywało się w formie zeszytowej; poszczególne numery liczyły 70-85 stron. Na

⁶³ „Put' Prawdy”, nr 1/1930, s. 2.

⁶⁴ Tamże.

⁶⁵ „Put' Prawdy”, nr 2/1934, s. 2.

⁶⁶ Tamże.

⁶⁷ J. Traczyk, art. cyt., s. 231, 329.

⁶⁸ A. Kuryłowicz, art. cyt., s. 205; www.mochola.org...; <http://www.emigrantika.ru/cat2010/701...>; www.emigrantika.ru...

jego łamach publikowano artykuły poruszające zagadnienia teologii oraz historii⁶⁹. Autorami artykułów byli m.in. metropolita Dionizy (Waledyński), D. Sadkowicz, D. Ogicki, G. Łotocki, Nikołaj Arseniew. Stałym działem pisma było „Bibliografija”, gdzie omawiano publikacje poruszające zagadnienia prawosławnej teologii. Na łamach pisma ukazywały się również ogłoszenia wydawnictw prasowych oraz książkowych dotyczących tematyki rosyjskiej emigracji w Europie. Przez krótki czas wydawano również „Trudy Propowiedniczeskiego Krużka Prawosławnych Studentów Bogosławow” („Prace Kółka Kaznodziejskiego Prawosławnych Studentów Teologii” - pismo naukowe wydawane przez członków Kółka Kaznodziejskiego Prawosławnych Studentów Teologii na Uniwersytecie Warszawskim w roku 1938. Pismo wychodziło nieregularnie⁷⁰.

Pisma staroobrzędowców

W omawianym okresie własny periodyk prasowy posiadali również zamieszkujący od stuleci obszar Kresy północno-wschodnie Rosjanie staroobrzędowcy⁷¹. Był nim „Wiestnik Wysszego Staroobrjadczieskiego Sowietu w Pol'szy” („Wiadomości Wyższej Rady Staroobrzędowców w Polsce”) - dwumiesięcznik⁷² ukazujący się w Wilnie w latach 1929-1934⁷³. Wydawany przez wspólnotę pomorców; organ Wyższej Rady Staroobrzędowców w Polsce. Ukazało się łącznie 31 numerów pisma (część numerów podwójna). Redaktorem pisma w latach 1929-1932 był P. I. Kisieliow, zaś po jego śmierci Boris A. Pimonow i O. M. Andriejew. Nakład pisma wynosił 400 egzemplarzy⁷⁴. Tematyka artykułów zamieszczanych w piśmie koncentrowała się wokół spraw organizacyjnych społeczności staroobrzędowców w Rzeczypospolitej, polityki państwa polskiego wobec tej wspólnoty oraz sytuacji współwyznawców w ZSRR i krajach bałtyckich. Zamieszczano również artykuły o tematyce religijnej i kulturalnej. Autorami artykułów byli m.in. S. F. Egupionok, O. Andriejew, P. I. Kisieliow, ponadto pojawiała się poezja religijna autorstwa I. Pimonowa, M. Guszczenko, P. Orłowa, P. I. Kisieliowa⁷⁵.

Pisma stefanowiczów (stefanowców).

W II Rzeczypospolitej wśród prawosławnej społeczności na Wołyniu w rejonie miejscowości Bohoszwówka pojawiła się nowa sekta, zwana od swojego założyciela, Stefana Bochoniuka „stefanowiczami” lub „stefanowcami”. Czerpali oni z nauczania Kościoła Adwentystów Dnia Siódmego, byli oskarżani o bolszewizm, ateizm i wrogi stosunek wobec inteligencji.

⁶⁹ A. Kuryłowicz, art. cyt., s. 205.

⁷⁰ J. Choiński, art. cyt., s. 149, 152.

⁷¹ Więcej na temat staroobrzędowców w: E. Iwaniec, *Z dziejów staroobrzędowców na ziemiach polskich*, Warszawa 1977; W. Baranowski, G. Potaszenko, *Starowierzyje Baltii i Pol'szy*, Vilnius 2005.

⁷² W. Baranowski, G. Potaszenko, *Starowierzyje...*, dz. cyt., s. 65. A. R. Mochola i P. Ławryniec podają błędną informację, jakoby pismo było dwutygodnikiem. Zob. www.mochola.org...

⁷³ W. Baranowski, G. Potaszenko, dz. cyt., s. 65. Portal emigrantica.ru podaje błędną informację, jakoby pismo ukazywało się w latach 1930-1932. Zob. tamże.

⁷⁴ W. Baranowski, G. Potaszenko, dz. cyt., s. 65.

⁷⁵ Tamże, s. 65-66.

Nie byli uznawani przez polskie władze państwowe za związek wyznaniowy *de iure*⁷⁶. Dla przedstawicieli tej sekty były przeznaczone dwa pisma, obydwie redagowane przez Bocho- niuka. Pierwszym z nich była „Beseda Druga” („Rozmowa Przyjacielska”) - pismo ukazujące się w roku 1924. Była to niewielka, 4-stronicowa broszurka, zawierające artykuły o treści re- ligijnej autorstwa Stefana Bocho niuka, który był również redaktorem-wydawcą. Ukazały się tylko cztery numery pisma. Pismo było drukowane w Drukarni Richtera w Łucku przy uli- cy Jagiellońskiej 21. Kolejnym pismem był „Nowyj wiernyj put' k żizni” („Nowa prawdziwa droga do życia”) - miesięcznik ukazujący się w Łucku w latach 1926-1929 (łącznie 35 nume- rów). Pierwszy numer ukazał się w V 1926 roku. Pismo było redagowane przez Stefana Bo- choniuka i podobnie jak „Beseda Druga” było 4-stronicową broszurką zawierającą artykuł o tematyce religijnej autorstwa Bocho niuka. Cena pisma wynosiła 10 groszy, siedziba redak- cji mieściła się Bohoszwówe, w domu nr 15 (adres S. Bocho niuka). Pismo było drukowane przez drukarnię Richtera w Łucku. Ostatni numer ukazał się w V 1929 roku.

Pisma protestanckie

W okresie międzywojennym w Polsce rosyjskojęzyczne pisma religijne wydawali baptyści, Ewangeliczni chrześcijanie oraz członkowie Kościoła Adwentystów Dnia Siódmego. Pierw- szym pismem tego typu wydawanym przez baptystów był „Gost” („Gość”) - miesięcznik, ukazujący się w Warszawie w latach 1919-1939⁷⁷. Było to najdłużej ukazujące się w II Rzeczy- pospolitej rosyjskojęzyczne pismo, ukazało się łącznie 247 jego numerów. Nosiło ono podty- tuł „Jeżemiesiacnyj christianskij illiustrirowannyj żurnał dla siem' i obszcziny”; ponadto pod winietą znajdowała się dewiza „Swjatost' i siła”⁷⁸. Było to pismo wydawane przez bapty- stów. Choć było ono rosyjskojęzyczne, adresowano je do ludności ukraińskiej zamieszkującej Wołyń. Na łamach pisma informowano również o życiu wspólnot religijnych w ZSRR. Stałe działy pisma to „Ot redakcji”, „Iz Rossiji”, „Obo wsiom i otowsiudu”⁷⁹. W drugiej połowie lat 30. pojedynczy numer pisma liczył 16 stron i kosztował 25 groszy; pismo miało paginację ciągłą. Siedziba redakcji mieściła się w Warszawie, przy ulicy Puławskiej 37. Pismo było wy- dawane przez Stowarzyszenie Wzajemnej Pomocy Ewangelicznych Chrześcijan. Redakto-

⁷⁶ „Nowa sekta na Wołyniu” w: „Goniec Częstochowski”, nr 275/1930, s. 4 (wersja elektroniczna: https://docs.google.com/viewer?a=v&q=cache:BHhoT1ESmUMJ:www.biblioteka.czyst.pl/skrypty/za- pis.php%3Ffile%3Dzbiory/czasopisma/goniec_czestochowski/1930/Goniec_Czestochowski_Nr_275_1930.pdf+stefan+bochoniuk&hl=pl&gl=pl&pid=bl&srcid=ADGEESjEGxEYT6_iBLk4cDih5K0HOKGT1GCvKKjw5HzzS_VTYFka82rDJPo13xRMGzSo7w5DQ_aWe6KFxC2X; dostęp: 4.10.2012). Tamże nazwa miejscowości Bo- huszki; <http://zwiazki-wyznaniowe.cba.pl/index.php/2010/10/mapa-wyznaniowa-ii-rp-wg-statusu-prawnego-zwiazkow-wyznaniowych/> (dostęp: 4.10.2012). Owa wspólnota religijna istnieje do dnia dzi- siejszego. Jej strona internetowa to: <http://dekalog.com.ua/> (dostęp: 2.12.2012 r).

⁷⁷ J. Kłaczko, *Protestanckie wydawnictwa prasowe...*, dz. cyt., s. 261; A. R. Mochola i P. Ławryniec podają błędny czas ukazywania się pisma: 1923-1939. Zob. www.mochola.org...; O. A. Korostelew podaje błędną informację, jakoby pismo ukazywało się tylko w roku 1939. Zob. <http://www.emigrantika.ru/cat2010/702...> (dostęp 3.01.2013 r.).

⁷⁸ J. Kłaczko, *Protestanckie wydawnictwa prasowe...*, dz. cyt., s. 161.

⁷⁹ J. Kłaczko, *Prasa protestancka wydawana dla Ukraińców ...*, s. 116.

rem odpowiedzialnym pisma był L. Jesiakow, zaś W. Husaruk był redaktorem wydawcą (do VII 1936). Na łamach pisma drukowano ponadto poezję religijną autorstwa m.in. Ł. Kuźmienko, J. Kudieniczuka, I. D. Czmychałowa. Stałymi działami pisma w tym czasie było „Na poljach gospodnich”, gdzie zamieszczano informacje z życia poszczególnych wspólnot religijnych na Wołyniu, oraz „Iz żyzni sirotskago doma” o domu dziecka w Konstancinie (1937 rok). Ostatni numer pisma był datowany na VI-VII 1939 roku.

W latach 1933-1936 „Gost” posiadało szkolny młodzieżowy dodatek pod tytułem „Woskriesnaja Szkoła” („Szkółka niedzielna”) Redaktorem-wydawcą pisma był W. I. Husaruk, zaś od roku 1935 redaktorem odpowiedzialnym był L. Jaśków⁸⁰. Pismo ukazywało się w czasie roku szkolnego⁸¹. Ukazały się łącznie 24 numery tego pisma⁸². Zawołaniem pisma był fragment Ewangelii św. Marka, 10;14: „Pozwólcie dzieciom przychodzić do mnie”. Podtytuł pisma od roku 1935 brzmiał: „Christijanskij żurnal poswjaszczennij duchowomu wospitaniju”. Siedziba redakcji mieściła się w Warszawie, przy ulicy Puławskiej 37. Za druk pisma odpowiadała Drukarnia „A.B.C.” w Warszawie, później w latach 1934-1935 Typografia Eugeniusza Kotlarewskiego w Wilnie, później zaś ponownie „A.B.C.”. Pismo posiadało paginację roczną, jego objętość wynosiła najpierw 16 stron, później wzrosła do 28 stron. Na łamach pisma zamieszczano opowiadania o treści religijnej, ilustracje do historii biblijnych a także poezję autorstwa m.in. N. Weinde, M. Lermontowa, P. Nadsoja, T. Szczeniłkinej-Kupernik.

Kolejnym baptystycznym pismem mającym wieloletni cykl wydawniczy był „Majak” („Latarnia Morska”) - w pierwszym roku wydawanie kwartalnik, następnie miesięcznik ukazujący się w Łodzi w latach 1922-1939⁸³. Ukazało się łącznie 203 numery tego pisma, ostatni z nich był datowany na VI-VII 1939 roku. Decyzje o rozpoczęciu wydawania pisma podjęto na konferencji założycielskiej Związku Słowiańskich Zborów Baptystów w dniu 29 IX 1921 roku. Choć pismo wydawano w języku rosyjskim, jego adresatem była ludność ukraińska żyjąca w II Rzeczypospolitej⁸⁴. Jego redaktorem był Waldemar Gutsche (w innych opracowaniach Gutsche, w publikacjach rosyjskojęzycznych w „Majaku” figurował jako Władimir Guce)⁸⁵, pismo było drukowane i wydawane przez Towarzystwo Wydawnicze „Kompas” w Łodzi. „Majak” miał charakter religijno-informacyjny i był wydawany przez baptystów. Pismo miało charakter organu Stowarzyszenia Wzajemnej Pomocy Baptystów. Zawierało rozważania biblijne oraz wydarzenia bieżące z działalności ruchu baptystycznego⁸⁶. Cena pisma często ulegała zmianie: na po-

⁸⁰ Tamże. A. R. Mochola i P. Ławryniec podają błędnie jako okres wydawania lata 1923-1936. Zobacz www.mochola.org...

⁸¹ J. Kłaczek, *Prasa protestancka wydawana dla Ukraińców...*, dz. cyt., s. 116.

⁸² www.mochola.org...

⁸³ J. Kłaczek błędnie podaje jako dodatkowe miejsce wydawania Lwów. Zob. tenże, J. Kłaczek, *Protestanckie wydawnictwa prasowe...*, dz. cyt., s. 294. Portal emigrantica.ru podaje błędnie lata wydawania 1930-1932. Zob. tamże; podobnie jak O. A. Korolew, zob. <http://www.emigrantica.ru/...> (dostęp 3.01.2013 r.).

⁸⁴ J. Kłaczek, *Prasa protestancka wydawana dla Ukraińców...*, dz. cyt., s. 117.

⁸⁵ Tamże; tenże, *Protestanckie wydawnictwa prasowe*, s. 294, www.mochola.org...

⁸⁶ J. Kłaczek, *Protestanckie wydawnictwa prasowe ...*, dz. cyt., s. 294.

czątku wynosiła 15 marek⁸⁷, następnie z powodu inflacji rosła kolejno do 50, 100 i 200 marek polskich. Po denominacji cena wynosiła 5 groszy, od roku 1925 wzrosła do 30 groszy. W roku 1930 ponownie podniesiono cenę do 35 groszy za numer, w roku 1934 cena numeru zaś powróciła do 30 groszy. Objętość pisma początkowo wynosiła tylko cztery strony, od roku 1925 wzrosła do ośmiu stron ponadto wprowadzono paginację roczną, którą zniesiono w roku 1926, ponadto od tego roku niektóre numery miały 12 stron objętości. Od roku 1930 objętość wszystkich numerów wynosiła 12 stron, przywrócono również paginację roczną. Od roku 1932 przywrócono ponownie paginację zwykłą, zaś objętość wynosiła 16-20 stron. Autorami artykułów byli m.in. W. Gutsche, N. E. Marcinkowski, N. S. Prochanow. I. Motorin, publikowano również poezję religijną. Stałymi działem była „Wsielienskaja Niwa”⁸⁸ informująca o wydarzeniach z życia ruchu baptystycznego na świecie. Istniały również dział młodzieżowy „Mołodaja rat” oraz kobiecy „Swiet dlja ženszczin” (od roku 1929). Istniały również działy przeznaczone dla mniejszości narodowych na kresach zamieszczane na ostatnich stronach pisma pt. „Ukraińskij widdil” (1925-1927) oraz „Biełarusskaja Bałonka” (lata 1927-1929) gdzie publikowano poezję oraz artykuły w językach białoruskim oraz ukraińskim. Pismo było czytane nie tylko w Polsce, lecz także w Niemczech, USA i początkowo także w ZSRR⁸⁹. W roku 1930 pismo posiadało młodzieżowy dodatek pod tytułem „Posobije dlja rukowodjaszczich krużkami chrestijanskoj mołodieży” („Podręcznik dla kierujących kółkami młodzieży chrześcijańskiej”). Wyszły tylko cztery numery tego pisma. Jego redaktorem był Waldemar Gutsche⁹⁰. Siedziba redakcji mieściła się w Łodzi przy ulicy Abramowskiego 25. Pismo było drukowane przez Towarzystwo Wydawnicze „Kompas”⁹¹. Jako samodzielne pismo „Posobije...” kosztowało 1 złoty, zaś w USA 20 centów. Pojedynczy numer pisma liczył 16 stron objętości. Pismo było drukowane przez Towarzystwo Wydawnicze „Kompas”. Było ono przeznaczone dla ewangelizatorów i opiekunów młodzieży, zawierało artykuły o treści religijnej oraz opowiadania i poezję autorstwa m.in. N. A. Niekrasowa, K. Filbrandta, I. Kowalczuka.

Innym baptystycznym pismem, które jednak przetrwało znacznie krótszy okres czasu był „Christijanin” („Chrześcijanin”), miesięcznik ukazujący się w Warszawie w latach 1923-1924⁹². Łącznie ukazało się 11 numerów pisma. Pismo było organem prasowym Stowarzyszenia Chrześcijańskich Baptystów i Ewangelików w Polsce. Pierwszy numer „Christijanina” ukazał się w XI 1923 roku. Funkcję redaktora wydawcy pełnił Stefan Bortkiewicz. Pismo było drukowane przez Towarzystwo Wydawnicze „Kompas” w Łodzi. Re-

⁸⁷ Tamże.

⁸⁸ Tamże.

⁸⁹ H. R. Tomaszewski, *Baptyści w Polsce w latach 1918-1958*, Warszawa 2008, s. 194.

⁹⁰ „Posobije dlja rukowodjaszczich krużkami chrestijanskoj mołodieży”, nr. 1, s. 16; www.mochola.org...; J. Kłaczek jako redaktora podaje K. Iwanowa. Zob. tenże, *Protestanckie wydawnictwa prasowe...*, dz. cyt. s. 335.

⁹¹ J. Kłaczek, *Protestanckie wydawnictwa prasowe ...*, dz. cyt., s. 335.

⁹² Portal emigrantica.ru podaje błędną informację, jakoby pismo ukazywało się tylko w roku 1924. Zob. tamże.; podobnie jak O. A. Korostelew, zob. <http://www.emigrantika.ru/cat2010/719-bookiv> (dostęp 3.01.2013 r.).

dakcja mieściła się w Warszawskiej Pradze, przy ulicy Targowej 84. Miesięcznik wydawano w formie zeszytowej, objętość początkowo wynosiła osiem stron, zaś od roku 1924 wzrosła do 12 stron. Na początku pismo kosztowało 1000 marek, po denominacji waluty, od numeru 7/1924 „Christijanin” kosztował 15 groszy, później cena wzrosła do 30 groszy. Stałymi działami pisma były: „Niwa Boża”, zawierająca informacje o bieżących wydarzeniach z życia religijnego wspólnot protestanckich w poszczególnych miastach Polski i „Soobszczenija”⁹³. Zamieszczano także relacje z kongresów baptystycznych na świecie. Kolejnym stałym działem pisma były „Apokryfy” które prowadził Wasilij Guriewicz Pawłow, do swojej śmierci (w numerze 7/ 1924 zamieszczono artykuł wspomnieniowy na jego temat). Pismo miało charakter wyłącznie religijny i nie zawierało reklam ani ogłoszeń. W I 1924 wydano dwa numery, z datą XII 1923 i I 1924. Wprawdzie redakcja podkreśliła, że jest to drugi rok wydawania, jednak numeracja pozostała ciągła. Według Jarosława Kłaczkowa przyczyną tego był fakt, iż przyjęto inną rachubę która była liczona od początku roku kościelnego, mającego swój początek w październiku⁹⁴. Pismo powstało jako miesięcznik, jednak z przyczyn finansowych numer z IV 1924 został wydany jako dwumiesięcznik. Numer podwójny z VI-VII 1924 ponownie oznaczono jako miesięcznik. Reforma finansowa premiera Władysława Grabskiego przyczyniła się do jeszcze większych problemów finansowych pisma. Jarosław Kłaczków uważa to za przyczynę upadku pisma⁹⁵.

Innym pismem baptystycznym wydawanym przez Towarzystwo „Kompas” była „Jewangelska Wiera” („Wiara Ewangeliczna”) - miesięcznik ukazujący się w Łodzi w latach 1932-1935. Siedziba redakcji mieściła się przy ulicy Kopernika 8. Pojedynczy numer pisma liczył 32 strony objętości. Jego redaktorem był pastor Paul Otto. Pismo było organem baptystów. Ostatni numer ukazał się w X 1935 roku⁹⁶. Ponadto pismo posiadało kwartalny dodatek pod tytułem „Łuczi Swieta” („Promień Światła”) ukazujący się w latach 1932-1935. Nosiło ono podtytuł „Posobije dlja izuczenija sw. Pisannja. Priłożennje k żurnala <<Jewangelska Wiera>>”. Redaktorem wydawcą pisma był pastor Paul Otto. Pismo było drukowane Towarzystwo Wydawnicze „Kompas” i wydawane przez wydawnictwo „Swiet na Wostoke”. Pojedynczy numer miał kształt kieszonkowej broszurki i liczył 32 strony objętości. Pismo było wydawane przez baptystów z myślą o ukraińskich i białoruskich wiernych, lecz w języku rosyjskim. Treścią pisma były tematy z Pisma Świętego na poszczególne dni tygodnia⁹⁷.

Ponadto w okresie międzywojennym wiele pism baptystycznych wydawał pastor Bolesław Götze, członek Rosyjskiego Towarzystwa Misyjnego w Londynie. Wydawał on w okresie międzywojennym w Polsce wiele czasopism religijnych dzięki spadkowi otrzymanemu od bogatego szwajcarskiego ewangelika Kellera⁹⁸. Wśród nich były dwa w języku rosyjskim

⁹³ J. Kłaczkow, *Prasa protestancka wydawana dla Ukraińców...*, dz. cyt., s. 116.

⁹⁴ Tamże.

⁹⁵ Tamże.

⁹⁶ Tamże, s. 237.

⁹⁷ Tamże, s. 292-293.

⁹⁸ J. Kłaczkow, *Protestanckie wydawnictwa prasowe...*, dz. cyt., s. 172 (tamże błędna pisownia nazwiska Goethe), 336.

pierwszym z nich było „Proswieszczenije” („Oświecenie”) wydawane w Łodzi. Podobnie jak w wypadku innych pism baptystycznych choć wydawano je w języku rosyjskim, było ono przeznaczone dla ludności ukraińskiej i białoruskiej. Zawierało informacje na temat działalności baptystycznej w Polsce i na świecie. Kolejnym było „Swiet k proswieszczeniju” („Światło rozjaśniające”) miesięcznik ukazujący się w latach 1933-1939⁹⁹. Ukazały się łącznie 52 numery pisma. Pismo posiadało podtytuł „Izslieduj pisanie i poznaj znamienija wriemien”. Redakcja pisma mieściła się w Warszawie, przy ulicy Polnej 64, mieszkanie 7. Objętość pisma zmieniała się w kolejnych latach. Początkowo wynosiła osiem stron, w kolejny roku wzrosła do 16 stron. Z rokiem 1936 wzrosła do 24 stron, zaś w 1937 - do 32 stron (jednakże w owym roku wszystkie numery pisma były podwójne). W roku 1938 objętość pisma zmniejszyła się do 16 stron, by w roku 1939 znów wzrosnąć do 32 stron. Numery z lat 1938 i 1939 także oznaczani jako podwójne. Wszystkie numery pisma posiadały paginację roczną. Drukowano je w Łodzi w Zakładach Graficznych „Kompas”. Funkcję redaktora naczelnego pełnił pastor Bolesław Götze. Pismo miało charakter misyjny; powołano je w celu ewangelizacji obszarów ZSRR. Wydający je baptyści traktowali to państwo jako rozległy obszar misyjny wśród tamtejszych wyznawców prawosławia, nie zwracając przy tym uwagi na jego ateistyczny charakter¹⁰⁰. „Swiet k proswieszczeniju” wydawano we współpracy z holenderskim czasopismem „Het Zoeklicht”, redagowanym przez pastora Johanna de Heera¹⁰¹, będącego znanym holenderskim organistą i ewangelizatorem radiowym. Na łamach pisma często umieszczano religijne artykuły De Heera w tłumaczeniu na język rosyjski. Na łamach pisma przedrukowywano z „The Sunday School Times” rysunki religijne. Na ostatniej stronie numeru był zamieszczony dział „Ofiary na dzieło Boże” informujący o ofiarach na rzecz pisma (utrzymywało się ono z dobrowolnych ofiar składanych przez czytelników). Miesięcznik posiadał stałe działy pt. „So wsiemirnoj niwie Bożiej” i „Smotritie i słuszajtie”¹⁰². Na jego łamach publikowano również linie muzyczne do utworów muzycznych De Heera.

Swoje czasopisma misyjne skierowane do ludności polskiej, rosyjskiej oraz ukraińskiej w II Rzeczypospolitej wydawali również Ewangeliczni chrześcijanie, którzy początkowo prowadzili akcję misyjną wspólnie z baptystami (m.in. publikując w ich wydawnictwie „Kompas”), jednak w roku 1925 odłączyli się od nich skupiając się w Kościele Chrystusowym¹⁰³. Pierwszym ich organem prasowym wydawanym w języku rosyjskim był „Christijanskij Sojuz” („Sojusz Chrześcijański”) wydawany

⁹⁹ <http://www.emigrantika.ru/cat2010/715-bookiv> (dostęp 3.01.2013 r.). I. Ndiaye (Obłąkowska-Galanciak) podaje błędną informację, jakoby „Swiet k proswieszczeniju” był gazetą polityczną, literacką i społeczną i ukazywał się w latach 1920-1921. Zob. też, *Gorzkie Gody... Publicystyczna i literacka działalność Dymitra Filosofowa na emigracji*, Olsztyn 2001, s. 68. Portal emigrantika.ru podaje z kolei, jakoby pismo miało się ukazywać już od roku 1932; zob. tamże. Z kolei A. R. Mochola i P. Ławryniec podają błędną informację, jakoby pismo przestało się ukazywać już w roku 1937; zob. www.mochola.org/russiaabroad...

¹⁰⁰ J. Kłaczek, *Prasa protestancka...*, s. 119.

¹⁰¹ J. Kłaczek, *Protestanckie wydawnictwa prasowe...*, dz. cyt., s. 358.

¹⁰² Tamże.

¹⁰³ J. Kłaczek, *Prasa protestancka...*, dz. cyt., s. 119.

w Kobryniu Poleskim w latach 1926-1928. Redaktorem pisma był K. M. Jaroszewicz, przy redagowaniu pisma współpracowali także G. P. Raud (numery 1 i 2/1926), a następnie G. Bukowicz i G. Sacewicz. Siedziba redakcji mieściła się w Kobryniu, przy ulicy Kolejowej 15. Pismo było drukowane początkowo przez Towarzystwo Wydawnicze „Kompas” w Łodzi, a następnie przez „Drukarnię Literacką” w Brześciu nad Bugiem. Nakład pisma wynosił 2000 egzemplarzy¹⁰⁴. Pismo było przeznaczone dla ludności ukraińskiej w państwie polskim¹⁰⁵. Ukazało się łącznie 36 numerów tego pisma. Pojedynczy numer liczył 24 strony objętości. Od roku 1927 pojawiła się paginacja roczna. Prenumerata pisma w Polsce kosztowała 1 złoty (2 złote wraz z przesyłką pocztową), zaś za granicą 20 centów¹⁰⁶. Na drugiej stronie każdego numeru zamieszczano w języku polskim i rosyjskim apel pt. „Stosunek do Boga i rządu” w który redakcja deklarowała swoją lojalność wobec władz Rzeczypospolitej. Od VI 1927 pojawił się stały dział „Swiedanija z niwy bożej”, później zaś „Christijanskij siemienij oczag” oraz „Biesiedy christijanina o trudnych woprosach Biblii”¹⁰⁷. Ostanii numer pisma ukazał się w XII 1928 roku.

Kolejnym pismem, tym razem wydawanym częściowo w języku rosyjskim był „Missjonerskij Wiestnik” (dodatkowy tytuł w języku polskim: „Zwiastun Misjonarski”), miesięcznik ukazujący się w Warszawie w latach 1928-1929 (ukazały się łącznie 24 numery). Artykuły w tym piśmie były publikowane łącznie w 3 językach: polskim, rosyjskim i ukraińskim. Na 1 stronie pisma znajdował się cytat w tych 3 językach z Ewangelii Św. Marka(16;15): „Idąc na wszystkie świat, każcie ewangelię wszystkiemu stworzeniu”. Redaktorem odpowiedzialnym i wydawcą pisma był lider Ewangelicznych Chrześcijan w Polsce Ludwik Szenderowski senior przy udziale Komisji Redakcyjnej G. P. Rauda, dyrektora Europejskiej Chrześcijańskiej Misji¹⁰⁸. Pismo miało kształt broszury, poszczególne zeszyty miały 32-44 strony objętości i kosztowały 50 groszy¹⁰⁹. Pismo była drukowane przez wydawnictwo-Drukarnię „Praca” S. A. z siedzibą w Warszawie przy ulicy Kredytowej 24. W poszczególnych numerach drukowano artykuły o treści religijnej w języku polskim (ok. 12 stron na numer) oraz w językach rosyjskim i ukraińskim (najczęściej ok. 20 stron). Artykuły w języku polskim pisali Ludwik Szenderowski, Jerzy Bystrzycki, Jan Pietrasz, zaś w językach rosyjskim i ukraińskim: I. H. Semenyn, W. Wojta, W. Kołodij¹¹⁰, ponadto na łamach pisma zamieszczano w tych językach poezję religijną autorstwa amatorów m.in. I. I. D. Sorokina, W. Kołodija, N. S. Pobata oraz L. Komorowskiego, Ludwika Szenderowskiego juniora (język polski)¹¹¹. Ponadto do pisma był dołączany dodatek przeznaczony dla dzieci pt. „Ogródek

¹⁰⁴ J. Kłaczek, *Protestanckie wydawnictwa prasowe ...*, dz. cyt., s. 207-208.

¹⁰⁵ J. Kłaczek, *Prasa protestancka wydawana dla Ukraińców...*, dz. cyt., s. 119.

¹⁰⁶ J. Kłaczek, *Protestanckie wydawnictwa prasowe ...*, dz. cyt., s. 207.

¹⁰⁷ Tamże, s. 207-208.

¹⁰⁸ Tamże, s. 120.

¹⁰⁹ J. Kłaczek podaje 24-32 strony objętości. Zob. tenże, *Protestanckie wydawnictwa prasowe...*, s. 393.

¹¹⁰ Tamże.

Dziecięcy” („Kutok Mołodi”) wydawany w języku polskim oraz ukraińskim. Pismo miało oficjalne poparcie Związku Słowiańskich Zborów Ewangelicznych Chrześcijan i Baptystów. Ostatni numer pisma ukazał się w XII 1929 r. Redakcja informowała w tym numerze, że „[...] *czasopismo wskutek wyczerpania sił finansowych, więcej nie będzie mogło nieść dobrej nowiny*[...]”¹¹².

Kolejnym pismem tego typu pismem wydawanym przez Ewangelicznych chrześcijan był „Jewangielskij Christijanin” (dodatkowy tytuł w języku polskim „Ewangeliczny Chrześcijanin”) - pismo to ukazywało się w Warszawie w latach 1931-1932 w języku polskim oraz rosyjskim; wyszły tylko trzy numery tego pisma w tej formie. Pismo zostało powołane do życia uchwałą VIII Zjazdu Słowiańskich Zborów Ewangelicznych Chrześcijan w Polsce, który jednocześnie wyznaczał na stanowisko redaktora naczelnego Ludwika Szenderowskiego seniora¹¹³. W roku 1931 ukazały się tylko dwa numery tego pisma datowane na VII oraz VIII-IX. Liczyły one po 48 str. objętości i kosztowały 85 groszy. Pismo drukowało, ponownie jak „Missionerskij Wiestnik” Wydawnictwo-Drukarnia „Prasa”. Na ostatniej stronie pierwszego numeru umieszczono apel do czytelników, by w związku z trudną sytuacją finansową pisma wpłacać z kwartalnym wyprzedzeniem prenumeratę oraz dbać o pozyskanie nowych czytelników, co jednak nie przyniosło rezultatów, gdyż żaden z czytelników nie zapłacił prenumeraty; dopiero z czasem udało się wyegzekwować od części czytelników zaległe opłaty¹¹⁴. Kolejny numer trzeci ukazał się w roku 1932 dzięki kredytowi¹¹⁵; liczył on 32 strony objętości i kosztował 85 groszy. Przyczyną problemów pisma było fakt; iż wydawano je w językach polskim i rosyjskim, choć było ono skierowane do ludności ukraińskiej z Wołynia i Galicji Wschodniej. Przyczyną wydawania tego pisma w tych językach były po pierwsze dążenia polonizacyjne ze strony redakcji, a z drugiej fakt, iż jak przyznawała sama, jej członkowie nie znali dostatecznie dobrze języka ukraińskiego, by móc wydawać w nim pismo¹¹⁶. Pismo miało formę broszury. Na pierwszej stronie umieszczono cytaty z Listu do Filipian (1;27): „Stójcie w jednym duchu jednomyślnie, bojując w wierze ewangelji” (pisownia oryginalna)¹¹⁷ oraz z Dziejów Apostolskich (1;26): „Najpierw w Antyjochii uczniowie nazwani byli chrześcijanami”. Pismo miało charakter religijno-informacyjny, informowano w nim o działalności misyjnej na Wołyniu oraz prześladowaniach religijnych w ZSRR, zamieszczano także artykuły wspomnieniowe, np. w numerze 3/1932 o śmierci Ludwika Szenderowskiego seniora¹¹⁸. Na łamach pisma pisali m.in. W. Wienckiewicz, P. Jacznik, ponadto drukowano tam poezję religijną autorstwa m.in. N. Cudienko, I. S. Prochanowa, P.

¹¹¹ J. Kłaczko podaje także innych autorów. Zob. tenże, *Protestanckie wydawnictwa prasowe...*, dz. cyt., s. 236.

¹¹² Cytat za: tamże, s. 121.

¹¹³ J. Kłaczko, *Prasa protestancka wydawana dla Ukraińców...*, s. 121.

¹¹⁴ Tamże, s. 122.

¹¹⁵ Tamże.

¹¹⁶ Tamże, s. 122-123.

¹¹⁷ Cytat za: tamże, s. 121.

¹¹⁸ Tamże, s. 122-123.



Swoje czasopisma misyjne skierowane do ludności polskiej, rosyjskiej oraz ukraińskiej w II Rzeczypospolitej wydawali również Ewangeliczni chrześcijanie, którzy początkowo prowadzili akcję misyjną wspólnie z baptystami (m.in. publikując w ich wydawnictwie „Kompas”), jednak w roku 1925 odłączyli się od nich, skupiając się w Kościele Chrystusowym

Jacznika, N. S. Pobata. Pismo zostało wznowione dopiero w roku 1935 ukazując się już wyłącznie w języku polskim. Ponadto z myślą o ukraińskich wiernych od roku 1938 wydawano ukraińskojęzyczną wersję pisma pt. „Ewanheljskij Chrystijanin”¹¹⁹.

Ponadto dwa pisma w języku rosyjskim wydawali w międzywojennej Polsce członkowie Kościoła Adwentystów Dnia Siódmego. Pierwszym z nich był „Znamene Wremeny” („Znak Czasu”), który był rosyjską wersją wydawanego od 1922 roku w Bydgoszczy polskiego pisma Kościoła Adwentystów Dnia Siódmego w Polsce pt. „Znaki Czasu”. Nosiło podtytuł „Żurnal religiozno-prawstwiennego sodierżanija”. Redaktorem naczelnym był, podobnie jak w wypadku „Znaków Czasu” T. Will, zaś redaktorami odpowiedzialnymi W. Magalski i M. Miniewski. Od roku 1927 tytuł pisma zmieniono na „Znamienija Wriemieni” („Znaki Czasu”) ¹²⁰. Pismo było kwartalnikiem, od roku 1927 wychodziło jako rocznik. Drukowano je w Warszawie, w Drukarni Współczesnej przy ulicy Szpitalnej 10. Pismo liczyło 16 stron objętości, zawierało artykuły o tematyce religijnej oraz poezję. Kolejnym był natomiast „Cerkownyj wiestnik” („Wiadomości kościelne”), miesięcznik ukazujący się w latach 1933-1935. Wyszło łącznie 30 numerów tego pisma. Jego podtytuł brzmiał „Jeżemiesięcznoje otkrytoje piśmo”. Na początku było wydawane w postaci maszynopisu. Jego objętość wynosiła sześć, następnie 10 a na końcu 16 stron. Większość artykułów była autorstwa Teofila T. Babienko, który był zwierzchnikiem Kościoła Adwentystów Dnia Siódmego w latach 1932-1936¹²¹. Od numeru 1/1934 pismo wydawano w lepszej formie zeszytowej, posiadało paginację roczną. Koszt prenumeraty pisma razem z przesyłką wynosił 1,20 zł. Redaktorami pisma byli Michaił Wasidłow (1901-1953, ówczesny dyrektor Polskiego Domu Nakładowego¹²²) i Wilhelm Czembor (zwierzchnik tego Kościoła w latach 1936-

¹¹⁹ Tamże, s.123.

¹²⁰ J. Kłaczek, *Protestanckie wydawnictwa prasowe ...*, dz. cyt. s. 384-385.

¹²¹ Z. Łyko, *Kościół Adwentystów Dnia Siódmego. Historia. Nauka. Ustrój. Posłannictwo*, Warszawa 2000, s. 83.

¹²² Więcej na temat Michaiła Wasidłowa w: J. Kot, T. Niewiadomski, *Nieznane historie adwentystycznych pionierów* z 2.08.2007 r., http://www.adwentysci.waw.pl/publikacje_historia.php?subaction=showfull&id=1186029632&archive=&start_from=&ucat=17& (dostęp 3.01.2013 r.).

1945)¹²³. Od I 1934 roku „Cerkownyj Wiestnik” był wydawany przez Wydawnictwo „Poli-głot” w Warszawie, później noszące nazwę „Polski Dom Nakładowy”¹²⁴. W tym samym czasie zaczęło być drukowane przez B. Pardeckiego w Warszawie przy ul. Żelaznej 56, zaś od X 1934 przez Drukarnię M. Sznajdera w Łucku przy ul. Jagiellońskiej 44. Wówczas pojawił się też nowy podtytuł pisma: „Jeżemiesiacznoje otkrytoje piś'mo duchowno-prastwienno-go sodierżanija”, od nr. 9/1934 podtytuł zaś brzmiał „Jeżemiesiacznyj żurnal Christian ad-wientistow siedmogo dnia”. „Cerkownyj wiestnik” był organem Kościoła Adwentystów Dnia Siódmego. Zawierał artykuły o tematyce religijnej. Na łamach pisma publikowali m.in. Laura Klement, E. G. Beit, T. T. Babienko, A. Kruk, Edward Kulesa¹²⁵, Jan Kulak (przewodniczący Kościoła w latach 1945-1949)¹²⁶, Antoni Niewiadomski¹²⁷, G. L. Rudy, I. Szwigał, Michaił Wasidłow.

Oprócz ww. pism w międzywojennej Polsce ukazywał się również w latach 1928-1929¹²⁸ kwartalnik¹²⁹ „Christijanstwo, Ateizm i Sowriemiennost” („Chrześcijaństwo, Ate-izm i Współczesność”). Łącznie ukazało się 10 numerów tego pisma. Pismo było wydawa-ne przez YMCA Press Paris, mające swoją siedzibę w Paryżu przy Boulevard Montparnasse 10. Wydawano je w Polsce i we Francji. W Polsce pismo było wydawane przez Wydawnic-two „Dobro” z siedzibą w Warszawie przy ulicy Krakowskie Przedmieście 53 i drukowane przez Zakłady Graficzne E. i dr K. Koziańskich w Warszawie¹³⁰. Cena wynosiła 8 centy-mów we Francji i 75 groszy w Polsce. Jak zauważył Jarosław Kłaczko, mimo protestanc-kiego charakteru organizacji, które wydawało pismo czyli Young Men's Christian Associa-tion (Chrześcijańskie Stowarzyszenie Młodzieży Męskiej) na jego łamach propagowano wartości jakie dzielili wszyscy wyznawcy chrześcijaństwa. „Christijanstwo...” było prze-znaczone dla mieszkańców wschodnich ziem II Rzeczypospolitej. Kwartalnik ten miał po-stać broszurki; jego treść stanowiły tylko artykuły o tematyce biblijnej¹³¹. Na łamach pisma zamieszczali swoje artykuły Nikołaj Bierdajew¹³² oraz Boris Wyszelsławcew¹³³, a także W. W. Zienkowski, S. Frank, W. N. Hin, N. Bułhakow.

¹²³ Tamże, s. 82-83; więcej na temat W. Czembora i jego rodziny w: J. Kot, B. Kot, *Z pozostałych kart przeszłości, cz. 8* z 25.08.2007 r., http://www.adwentysci.waw.pl/publikacje_historia.php?subaction=showfull&id=1188076362&archive=&start_from=&ucat=17 (dostęp 03.01.2013 r.).

¹²⁴ Szerzej na temat tego wydawnictwa w: J. Kot, T. Niewiadomski, *Nieznane historie adwentystycznych pionierów..., dz. cyt.*

¹²⁵ Więcej na temat Edwarda Kulesy w: B. Kot, *Z pozostałych kart przeszłości, cz. 10* z 16.04.2008 r., http://www.adwentysci.waw.pl/publikacje_historia.php?subaction=showfull&id=1208337984&archive=&start_from=&ucat=17 (dostęp 03.01.2013 r.).

¹²⁶ Tamże, s. 88, 91.

¹²⁷ Więcej na temat tej postaci w: J. Kot, B. Kot, T. Niewiadomski, *Z pozostałych kart przeszłości, cz. 11* z 15.09.2008 r., http://www.adwentysci.waw.pl/publikacje_historia.php?subaction=showfull&id=1221482206&archive=&start_from=&ucat=17 (dostęp 03.01.2013 r.).

¹²⁸ Portal emigrantica.ru podaje błędną informację, jakoby pismo wychodziło tylko w roku 1929. Zob. tam-że., podobnie jak O. A. Korostelew, zob. <http://www.emigrantika.ru/cat2010/719> ...

¹²⁹ J. Kłaczko, *Protestanckie wydawnictwa prasowe..., dz. cyt.*, s. 208.

¹³⁰ Tamże.

¹³¹ J. Kłaczko, *Prasa protestancka wydawana dla Ukraińców..., s. 126.*

Pisma katolickie

W omawianym okresie ukazywały się w Polsce cztery pisma redagowane częściowo bądź całkowicie w języku rosyjskim propagujące ruch neounicki¹³⁴. Pierwszym z nich był „Kitież”¹³⁵ (1927-1931), formalnie miesięcznik, a od roku 1930 kwartalnik ukazujący się w Warszawie¹³⁶. Pismo nosiło podtytuł „Russkij Katoliczieskij Wiestnik”. Redaktorami pisma byli dr Diodor Kołpinski oraz dr Antoni Około-Kulak. Siedziba redakcji mieściła się w Warszawie przy ulicy Mazowieckiej 11 m 31. Pismo początkowo było drukowane w Drukarni W. Cywińskiego w Warszawie przy ulicy Nowy Świat 36 (nr 1-7/1927), następnie w Drukarni S. Ferdynanda w Lublinie przy ulicy Krakowskie Przedmieście 27, a od roku 1930 ponownie przez Drukarnię W. Cywińskiego. Celem pisma było propagowanie unii wśród Rosjan, informowanie o zagadnieniach związanych z rosyjskim katolicyzmem. Tytuł pisma nawiązywał do legendarnego grodu istniejącego jakoby w czasach Rusi Kijowskiej, a po najeździe Batu-Chana z woli boskiej zatopionego i uczynionego niewidzialnym. Według legendy, prawdziwie wierzący po przybyciu do miejsca zatopienia miał usłyszeć bicie dzwonu. Dla Rosjan-katolików gród ten miał być symbolem zatopionej wieki temu prawdy religijnej, która wciąż przetrwała¹³⁷. W sposobie redagowania pisma oraz podejmowaniu zagadnień „Kitież” bardzo przypominał wydawane w Belgii przez benedyktynów pismo „Irénikon”¹³⁸. Pismo miało formę niewielkiej broszurki formatu zeszytu szkolnego¹³⁹. Pierwszy zeszyt pisma datowany na VII 1927 był oznaczony jako nr 1-7. Pojedynczy zeszyt liczył najczęściej 32 strony objętości i kosztował 1złotówkę (0,15 USD za granicą); od roku 1930 cena wzrosła do 1,50 zł w Polsce i 0,20 USD za grani-

¹³² J. Kłaczek, *Prasa protestancka wydawana dla Ukraińców...*, s. 126. N. Bierdajew przebywał na stałe w Berlinie od roku 1922. Był on jednym ze 160 przedstawicieli rosyjskiej inteligencji zmuszonej do opuszczenia sowieckiej Rosji wskutek akcji zleconej Feliksowi Dzierżyńskiemu przez samego Lenina w roku 1922. Zob. T. Klimowicz, *Obywatele Arkadii: losy pisarzy rosyjskich po roku 1917*, Wrocław 1993, s. 31.

¹³³ J. Kłaczek, *Prasa protestancka wydawana dla Ukraińców...*, dz. cyt., s. 126.

¹³⁴ Na temat neounii pisano m.in. we wcześniejszym artykule autora pt. „*Dookoła akcji unijnej*”. *Dwumiesięcznik „Oriens” jako pismo propagujące neounię w II Rzeczypospolitej*, portal histmag.org z 13.11.2012 r., <http://histmag.org/Dookoła-akcji-unijnej.-Dwumiesięcznik-Oriens-1933-1939-jako-pismo-propagujące-neounię-w-II-Rzeczypospolitej-7294>, (dostęp 27.11.2012), tamże więcej literatury na ten temat. W artykule tym autor podał błędną informację, jakoby w II Rzeczypospolitej ukazywało się łącznie sześć tytułów neounickich, podczas gdy w rzeczywistości było ich siedem.

¹³⁵ M. Papierzyńska-Turek podaje błędną informację, jakoby „Kitież” ukazywał się w języku białoruskim. Zob. też, *Między tradycją a rzeczywistością...*, dz. cyt., s. 410. Przypis za: A. R. Sulawka, „*Dookoła akcji unijnej...*”, dz. cyt.”

¹³⁶ Jeden egzemplarz pisma składał się z kilku numerów, najczęściej z 3-4. Zob. A. Woźniak, „*Kitież*”- *czasopismo ruchu unijnego w międzywojennej Polsce* w: R. Łużny (red.), *Chrześcijański Wschód a kultura Polska*, Lublin 1989, s. 78-80 (tamże błędna informacja, jakoby pismo stało się kwartalnikiem dopiero od 1931 roku). O. A. Korostelew podaje błędną informację, jakoby pismo ukazywało się do roku 1932. Zob. <http://www.emigrantika.ru/cat2010/708-bookiv> (dostęp 3.01.2013 r.).

¹³⁷ Por. tamże, s. 78-79.

¹³⁸ Tamże, s. 80.

¹³⁹ Tamże.

cą. Pismo przez cały okres swojego istnienia borykało się z problemami finansowymi, np. numery 4-8 z 1929 wyszły z opóźnieniem. Ponadto na łamach pisma redakcja skarżyła się na brak wsparcia, wręcz niechęć ze strony katolików, których przyczyną była niechęć Polaków do neounii spowodowana obawą, że będzie ona oznaczała rusyfikację¹⁴⁰. Wszystkie numery z danego roku miały paginację ciągłą. Wśród autorów publikujących na łamach „Kitieź” oprócz redaktorów A. Około-Kułaka i D. Kołpinskija byli Z. Licharewa, A. Fuks, W. Wilinski¹⁴¹.

Po roku od ukazania się „Kitieża” zaczął być wydawany inny miesięcznik neounicki pod tytułem „Christijanin” („Chrześcijanin”) - miesięcznik neounicki wydawany w Wilnie w latach 1928-1931¹⁴². Nosiło ono podtytuł „religioznyj żurnal dlja naroda”. Pismo było wydawane przez wydawnictwo Cyryla i Metodiego w Wilnie, miało wówczas kształt niewielkiej broszurki liczącej 36 stron objętości, jego cena wynosiła 25 groszy (później wzrosła do 30 groszy). Siedziba redakcji mieściła się w Wilnie przy ulicy Sawicz 13 m 1. Redaktorem pisma był wówczas Michał Sułkowski. Za druk pisma odpowiadała Typografia Białoruska im. Franciszka Skoryny. Od roku 1931 pismo było wydawane zaś przez jezuitów¹⁴³. Od tej pory siedziba redakcji mieściła się w Wilnie, przy ulicy Wielkiej 58 m 2, zaś nowym redaktorem pisma był jezuita ojciec Paweł Macewicz (1877-1951), działający w Misji Wschodniej od roku 1927; ponadto założyciel Misjonarek Serca Jezusowego, żeńskiego zakonu mającego szerzyć neounię. Mimo ukraińskiego pochodzenia był lojalny wobec państwa polskiego. Przejawiał również w swojej działalności duszpasterskiej tendencje rusyfikacyjne¹⁴⁴. Po zmianie wydawcy wzrósł format pisma, pojawiła się nowa, ilustrowana okładka. Objętość pisma wahała się w granicach 16-24 stron. Posiadało ono ilustracje i stały dział „Chronika” gdzie opisywano bieżące wydarzenia z życia ruchu neounickiego w Polsce. Wśród autorów publikujących na łamach pisma byli m.in. Arkadij Nikolski, o. Władimir Tołoczko, o. Jan Urban, S. O. Poczobko, S. P. Rakowska. Ostatni numer miesięcznika był datowany na XII 1931 roku. Kontynuacją pisma był „K' sojedinieniju” („Ku zjednoczeniu”), również miesięcznik wydawany przez Towarzystwo Jezusowe w Wilnie w latach 1932-1936¹⁴⁵. Pismo nosiło podtytuł „russkij religioznyj żurnal”. Redaktorem pisma był również ojciec P. Macewicz¹⁴⁶. Pismo miało bardziej

¹⁴⁰ Tamże, s. 77, 87.

¹⁴¹ Tamże, s. 77, 79, 83, 87.

¹⁴² M. Papierzyńska-Turek, dz. cyt., s. 410, przypis 19; www.mochola.org... Encyklopedia wiedzy o jezuitach podaje natomiast IV 1924-XII 1931 jako okres ukazywania się pisma. Zob. *Encyklopedia wiedzy o jezuitach*, red. L. Grzebień i inni, Kraków 1996, s. 94. Bibliografia za: A. R. Suławka, art. cyt. Zob. także <http://www.emigrantika.ru/cat2010/719...>

¹⁴³ www.mochola.org..., *Encyklopedia wiedzy o jezuitach...*, dz. cyt., s. 94.

¹⁴⁴ F. Rzemieniuk, *Kościół Katolicki obrządku biznatyjsko-słowiańskiego (neounia)*, Lublin 1999, s. 332; *Encyklopedia wiedzy o jezuitach...*, dz. cyt., s. 397.

¹⁴⁵ M. Papierzyńska-Turek, dz. cyt., s. 410, przypis 18; www.mochola.org..., A. R. Suławka, art. cyt.; <http://www.emigrantika.ru/cat2010/708...>

¹⁴⁶ www.mochola.org...

ekumeniczny charakter niż poprzednik¹⁴⁷. Pierwszy numer ukazał się w I 1936, ostatni był datowany na V-VI 1936 (wyszły łącznie 54 numery). Siedziba redakcji mieściła się w Wilnie, przy ulicy Wielkiej 58 m 2, a następnie przy Wielkiej Pohulance 6. Za druk pisma odpowiadała Typografia Białoruska im. Franciszka Skoryny w Wilnie. Cena pisma początkowo wynosiła 30 groszy, później spadła do 20 groszy. Objętość wahała się w granicach 16-24 stron. Stałym działem była „Chronika”. Na tylnej stronie okładki zamieszczano reklamy książek, wydawnictw prasowych oraz broszur neounickich.

Ponadto w latach 1934-1939 alumni Papieskiego Seminarium Obrządku Wschodniego w Dubnie (kształcącego kapłanów neounickich) wydawali pismo pt. „Druh” (pl. „Przyjaciel”, na okładce także tytuł w języku łacińskim „Amicus”). Nakład pisma wynosił 500 egzemplarzy. Pismo to było wielojęzyczne, drukowano w nim artykuły w języku polskim, łacińskim, rosyjskim, ukraińskim oraz białoruskim. Funkcję redaktora-wydawcy pisma pełnili kolejno: o. Jan Hermatiuk (1934), o. E. Melnyczuk (1935-1937), Józef Wawrzyniak (1937), Edward Przybysz (od XI 1937)¹⁴⁸. „Druh” ukazywał się trzy razy w roku. Objętość jednego numeru wahała się w granicach 24-32 stron. Na okładce znajdował się spis treści danego numeru w języku łacińskim oraz informację, w jakim języku dany artykuł został opublikowany. Pismo miało kształt niewielkiej broszurki drukowanej na powielaczu i było wydawane na prawach rękopisu. Od VI 1937 pismo było wydawane z nową, ilustrowaną okładką. Stałym działem była „Chronika”. Na łamach pisma zamieszczano artykuły o tematyce teologicznej, ich autorami byli alumni Seminarium, m.in. S. Filipowicz, Mychajło Berhuk, Jazep Gaducewicz, Stanisław Czub, Wiktor Maroz, Roman Danyłewycz, Józef Bąk, Józef Wawrzyniak, Julian Gabrusiewicz, Antoni Palka, M. Klimowicz, Jan Żak, ks. Teodor Kocaba.

Pismo o nieustalonym profilu wyznaniowym

Jedynym pismem, którego profilu wyznaniowego nie udało się ustalić autorowi to „Błagaja Wiest” („Dobra Nowina”), pismo o profilu konserwatywno-religijnym, ukazujące się w Warszawie w roku 1926. Ukazał się tylko jeden numer tego pisma¹⁴⁹.

Najwięcej spośród opisanych pism ukazywało się w Warszawie, Wilnie i w Łodzi. Fakt ten nie powinien dziwić nie tylko dlatego że, jak zauważył Andrzej Notkowski, owe miasta były ośrodkami wielkomiejskimi II Rzeczypospolitej, co czyniło je również oczywistymi ośrodkami wydawania prasy¹⁵⁰. Zastanawiające jest też to, że społeczność staroobrzędowców, która w II Rzeczypospolitej liczyła, według różnych sz-

¹⁴⁷ A. R. Suławka, art. cyt.

¹⁴⁸ <http://www.emigrantika.ru/cat2010/703-bookiv> (dostęp: 3.01.2013 r.). B. Łomacz, M. Wrzeszcz, *Dubno* w: Encyklopedia Katolicka, R. Łukaszuk, L. Bieńkowski, F. Gryglewicz (red.); Lublin 1983, s. 271 (tamże błędna informacja, jakoby redaktorami pisma byli tylko J. Hermatiuk i J. Wawrzyniak); N. H. Stokołos, *Neounija jak eksperyment schidnoji polityki Watikanu w Polsce (1923-1939 rr.)* w: „Ukraińskiżnyj istorycznyj żurnal”, nr 4 (427)/1999, s. 77; tamże błędna informacja, jakoby pismo ukazywało się dopiero od roku 1937 (wersja elektroniczna: <http://history.org.ua/JournALL/journal/1999/4/7.pdf>, dostęp: 2.12.2012 r.).

¹⁴⁹ www.mochola.org...

cunków, 50-80 tys. wiernych¹⁵¹, posiadała tylko jedno pismo. Zwraca uwagę na fakt, iż społeczność Rosjan w ówczesnej Polsce liczyła ok. 138,7 tys. (w tym ok. 35 tys. wiernych innego wyznania niż prawosławne: protestantów, prawosławnych oraz wyznania mojżeszowego)¹⁵², podczas gdy jak już wcześniej wspomniano, w tym czasie wydawano w Polsce 24 czasopisma prawosławne w języku rosyjskim oraz 23 dla innych wyznań w tym samym języku. Porównując czytelnictwo periodyków religijnych Polaków i Rosjan w wybranym roku 1936, można stwierdzić, że dla ludności polskiej, która według danych z oficjalnego spisu z 1931 roku stanowiła 20 mln. 644 tys. ludności¹⁵³, wydawano 225 czasopism religijnych (w tym 199 katolickich)¹⁵⁴, podczas gdy w tym samym roku w języku rosyjskim ukazywało się tylko dziewięć pism religijnych (cztery prawosławne, trzy baptystyczne, dwa neounickie). Niestety, obiektywne porównanie czytelnictwa prasy religijnej Polaków i Rosjan, a także dokładniejsze ustalenie czytelnictwa religijnych periodyków wśród rosyjskiej społeczności oraz wpływu tych periodyków na jej religijność w przedwojennej Polsce jest utrudnione; jedynie w wypadku kilku opisanych czasopism znany jest ich nakład, a ponadto, jak zaznaczono na początku tekstu, wiele z opisanych tytułów (dotyczy to zwłaszcza periodyków protestanckich) mimo wydawania w języku rosyjskim była adresowana raczej do mniejszości ukraińskiej i białoruskiej II Rzeczypospolitej¹⁵⁵. W wypadku prasy prawosławnej duża liczba tytułów (w stosunku do liczby wiernych rosyjskich w prawosławnej cerkwi w II Rzeczypospolitej) nie powinna dziwić wobec faktu, iż na terenach wchodzących niegdyś w skład zaboru rosyjskiego religia prawosławna była wykorzystywana przez władze carskie w celach rusyfikacji, zaś stanowiska duchowne w związku z tym były powierzane głównie Rosjanom; zaś w II Rzeczypospolitej Rosjanie zachowali duże wpływy w hierarchii¹⁵⁶. Należy zwrócić jednak uwagę, iż spośród owych tytułów aż 22 (46% całości) stanowiły efemerydy prasowe, podczas gdy liczba periodyków długowiecznych wynosi jedynie osiem (co oznacza, że stanowiły jedynie 17%) całości¹⁵⁷.

¹⁵⁰ A. Notkowskiego, *Polska prasa prowincjonalna Drugiej Rzeczypospolitej (1918-1939)*, Warszawa-Lódź 1982, s. 7-8.

¹⁵¹ Liczbę 50 tys. podaje portal philipponia.republika.pl (zob. <http://www.philipponia.republika.pl/intro.html> dostęp 5.01.2013 r.), zaś 80 tys. J. Tomaszewski. Zob. tenże, *Ojczyzna nie tylko Polaków; Mniejszości narodowe w Polsce w latach 1918-1939*, Warszawa 1985, s. 149.

¹⁵² Dane za: J. Tomaszewski, *Rzeczpospolita wielu narodów*, Warszawa 1985, s. 237, 243.

¹⁵³ Dane za: J. Tomaszewski, *Ojczyzna nie tylko Polaków...*, dz. cyt., s. 173.

¹⁵⁴ Dane za: A. Paczkowski, *Prasa polska 1918-1939*, Warszawa 1980, s. 293.

¹⁵⁵ Aczkolwiek długowieczność niektórych z tych tytułów, takich jak baptystyczne „Gost” czy „Majak” może świadczyć o dużej popularności języka rosyjskiego wśród ich czytelników

¹⁵⁶ J. Tomaszewski, *Ojczyzna nie tylko Polaków...*, dz. cyt., s. 150.

¹⁵⁷ Autor przyjął za A. Notkowskiego, że efemerydę stanowi periodyk ukazujący się krócej niż rok, podczas gdy długowiecznym jest pismo istniejące co najmniej 5 lat. Zob. A. Notkowskiego, *Polska prasa prowincjonalna...*, dz. cyt., s. 88. Część z owych efemeryd, jak „W ograde Cerkownoj, „Woskriesienije” czy „Put' Prawdy” były później wznawiane, lecz owe wznawienia również nie przetrwały dłużej niż rok, dlatego są również zaliczane przez autora do efemeryd.

Podsumowując, opisane tytuły cechuje duże zróżnicowanie pod względem żywotności, profilu wyznaniowego czy też politycznego, stosunku do władz państwa polskiego, czy też jakości technicznej i literackiej. Stanowią one cenne źródło zarówno dla badaczy mniejszości narodowych jak i wyznaniowych II Rzeczypospolitej, dlatego może dziwić fakt, iż jako źródło tak często są przez nich pomijane. ■

BIBLIOGRAFIA:

Źródła:

- Prasa (roczniki objęte kwerendą w BUW oraz BN)
- „Beseda Druga”, Łuck 1924.
 - „Cerkownyj Wiestnik”, Łuck-Warszawa 1933-1935.
 - „Christijanin”, Łódź-Warszawa 1923-1924.
 - „Christijanin”, Wilno 1929-1931.
 - „Christijanskij Sojuz”, Brześć nad Bugiem-Kobryń Poleski-Łódź 1926-1928.
 - „Christijanstwo, Ateizm i Sowriemiennost”, Paryż-Warszawa 1928-1929.
 - „Dielo Błagotworienija”, Warszawa 1932-1933.
 - „Dietskij Listok”, Warszawa 1935-1938.
 - „Druh”, Dubno 1934-1937.
 - „Elpis”, Warszawa 1926-1928, 1931-1937.
 - „Goniec Częstochowski”, Częstochowa 1930.
 - „Gost’”, Warszawa 1935-1939.
 - „Jewangielskij Christijanin” („Ewangeliczny Chrześcijanin”), Warszawa 1931-1932.
 - „Kitieź”, Lublin-Warszawa 1927-1930.
 - „K'Sojedinieniju”, Wilno 1932-1936.
 - „Łuczi Swieta”, Łódź 1932.
 - „Majak”, Łódź 1922-1939.
 - „Missionerskij Wiestnik” („Zwiastun Misjonarski”), Warszawa 1928-1929.
 - „Moj drug”, Warszawa 1939.
 - „Narodnaja Niwa”, Wilno 1928.
 - „Nowyj wiernyj put' k'żizni”, Łuck 1926-1929.
 - „Nasza Jeloczka”, Warszawa 1931.
 - „Oriens”, Kraków 1933.
 - „Poczajewskij Listok”, Warszawa 1931.
 - „Posobije dlja rukowodjaszczich krużkami christijanskoj mołodieży”, Łódź 1930.
 - „Put' Prawdy”, Warszawa 1930, 1935.
 - „Słowo”, Warszawa 1931-1938.
 - „Swiet Istiny”, Włodzimierz Wołyński 1926-1928.
 - „Swiet k proswieszczeniju”, Łódź-Warszawa 1933-1939.
 - „Wiadomości Św. Autokefalicznego Polskiego Kościoła Prawosławnego”, Warszawa 1927-1928.

- „W Ograde Cerkownoj”, Warszawa-Wilno 1931-1933.
„Wiestnik bratstwa prawosławnych bogosłowow w Pol'sze”, Warszawa 1934-1938.
„Wiestnik Prawosławnoy Metropolii w Pol'sze”, Warszawa 1923-1926.
„Wilenskije Jeparchialnyje Wiedomosti”, Wilno 1922.
„Woskriesienije”, Lwów 1928-1929, 1935-1936.
„Woskriesnaja Szkoła”, Warszawa-Wilno 1933-1935.
„Woskriesnoje Cztienije”, Warszawa 1924-1939.
„Za Sobornist’”, Łuck 1932-1935.
„Za triezwost’”, Warszawa 1938-1939.
„Zielienyj Szum”, Warszawa 1932-1933.
„Znamene Wremeny” („Znamenija Wriemien”), Bydgoszcz-Warszawa 1926-1927.
Źródła drukowane.
W. Śleszyński (red.), *Polesie w polityce rządów II Rzeczypospolitej*, Białystok-Kraków 2009.

Literatura:

- adwentysci.waw.pl
Baranowski W., Potaszenko G.; *Starowierzyje Baltii i Pol'szy*, Vilnius 2005.
Bieńkowski L., Gryglewicz F., Łukaszyk R. (red.); *Encyklopedia Katolicka*, t. 4, Lublin 1983.
Chomik P., Mironowicz A., Pawluczuk U. (red.), *Prawosławne oficyny wydawnicze w Rzeczypospolitej*; Białystok 2004.
dekalog.com.ua
emigrantica.ru.
emigrantika.ru
Grzebień L. i inni (red.), *Encyklopedia wiedzy o jezuitach*., Kraków 1996.
Iwaniec E., *Z dziejów staroobrzędowców na ziemiach polskich*, Warszawa 1977.
Karpus Z., Wojciechowski M. (red.), *Polska polityka wschodnia w XX wieku*, , Włocławek-Toruń 2004.
Klimowicz T., *Obywatele Arkadii: losy pisarzy rosyjskich po roku 1917*, Wrocław 1993.
Kłaczek J., *Protestanckie wydawnictwa prasowe na ziemiach polskich w XIX i pierwszej połowie XX wieku*, Toruń 2008.
Kościół prawosławny w Polsce dawniej i dziś, red. Adamczuk L., Mironowicz A., Warszawa 1993. Łabynczew J., Szczawinskaja L.; *Żurnal „Woskriesnoje Cztienije”*, strona internetowa pravoslavie.ru z 5.11.2002, <http://www.pravoslavie.ru/orthodoxchurches/40240.htm>
Łużny R. (red.), *Chrześcijański Wschód a kultura Polska*, Lublin 1989.
Łyko Z., *Kościół Adwentystów Dnia Siódmego. Historia. Nauka. Ustrój. Posłannictwo*, Warszawa 2000.
marakou.by
mochola.org.

- Notkowski A., *Polska prasa prowincjonalna Drugiej Rzeczypospolitej (1918-1939)*, Warszawa-Łódź 1982.
- Obląkowska-Galanciak (Ndiaye) I., *Gorzkie Gody... Publicystyczna i literacka działalność Dymitra Filosofova na emigracji*, Olsztyn 2001
- Osadczy W., *Święta Rus'. Rozwój i oddziaływanie idei prawosławia w Galicji*, Lublin 2007.
- Paczkowski A., *Prasa polska w latach 1918-1939*, Warszawa 1980.
- Papierzyńska-Turek M., *Między tradycją a rzeczywistością. Państwo wobec prawosławia 1918-1939*, Warszawa 1989.
- Paradowski R., Ossowski Sz. (red.); *Polska w Rosji- Rosja w Polsce. Dialog kultur*, Poznań 2003.
- philipponia.republika.pl
- Rzemieniuk F., *Kościół Katolicki obrządku bizantyjsko-słowiańskiego (neounia)*, Lublin 1999.
- Stokołos N. H., *Neounia jak eksperyment schidnoji polityki Watikanu w Polsce (1923-1939 rr.)* w: „Ukraiński historyczny журнал”, nr 4 (427)/1999; s. 73-89.
- Suławka A. R., „*Dookoła akcji unijnej*”. Dwumiesięcznik „*Oriens*” (1933-1939) jako pismo propagujące neounię w II Rzeczypospolitej, portal histmag.org z 13.11.2012 r., <http://histmag.org/Dookola-akcji-unijnej.-Dwumiesiecznik-Oriens-1933-1939-jako-pismo-propagujace-neounie-w-II-Rzeczypospolitej-7294>
- Tomaszewski J., *Ojczyzna nie tylko Polaków. Mniejszości narodowe w Polsce w latach 1918-1939*, Warszawa 1985.
- Tomaszewski J., *Rzeczpospolita wielu narodów*, Warszawa 1985.
- Traczyk J., *Prasa białoruska w II Rzeczypospolitej (1918-1939). Bibliografia* w: „*Studia Polono-Slavica Orientalia. Acta Litteraria XIII*”, 1992, s. 185-342.
- Tomaszewski H. R., *Baptyści w Polsce w latach 1918-1958*, Warszawa 2008.
- Zienkiewicz T., *Poeci emigracji rosyjskiej i ich zainteresowanie literaturą polską (rekonesans)* w: „*Acta Polono- Ruthenica*”, t. XIII, 2008; s. 265-276.
- Zienkiewicz T., *Rosyjskie życie kulturalne w Pińsku 1918-1939* w: „*Acta Polono- Ruthenica*”, t. XII, 2007; s. 7-18.
- zwiazki-wyznaniowe.cba.pl

O AUTORZE:

Adam Radosław Suławka jest magistrantem w Instytucie Historycznym Uniwersytetu Warszawskiego. Jego zainteresowania badawcze koncentrują się wokół historii politycznej i społecznej Europy Środkowo-Wschodniej oraz historii Kościoła katolickiego na tym obszarze.

OBLICZA MEDIÓW

Agnieszka Barczyk

Charakterystyka teleturniejów emitowanych w polskiej telewizji publicznej

The characteristics of game shows broadcasted in Polish public television

STRESZCZENIE:

WZROST KONKURENCJI NA RYNKU MEDIÓW, ZMIANA NAWYKÓW ODBIORCZYCH I ZAPOTRZEBOWANIE ODBIORCÓW NA INFOROZRYWKĘ NIE POZOSTAJĄ BEZ WPLYWU NA WSZYSTKIE GATUNKI TELEWIZYJNE. PRZEOBRĄZENIOM ULEGĄJĄ PRZEDĘ WSZYSTKIM: SERWISY INFORMACYJNE, PROGRAMY PUBLICYSTYCZNE, A NAWET REPORTAŻE. CELEM TEKSTU JEST PRZYJRZENIE SIĘ TRANSFORMACJOM, JAKIM PODLEGAŁ TELETURNIĘ, SPECYFICZNY GATUNEK PROGRAMÓW TELEWIZYJNYCH. PRZYBLIŻENIE HISTORII TELETURNIĘ, OBECNEJ OFERTY PROGRAMOWEJ POLSKIEJ TELEWIZJI PUBLICZNEJ ORAZ ANALIZA WYBRANYCH PROGRAMÓW, POZWOLĄ NA OKREŚLENIE WSPÓŁCZESNEJ KONDYCJI GATUNKU.

SŁOWA KLUCZOWE:

TELEWIZJA, ROZRYWKA, TELETURNIĘ

ABSTRACT:

THE INCREASING COMPETITION IN MEDIA INDUSTRY, THE CHANGE OF VIEWER'S HABITS AND CONSUMERS DEMAND FOR INFOTAINMENT HAVE A HUGE IMPACT ON ALL TELEVISION GENRES. NEWS, CURRENT AFFAIRS PROGRAMS AND EVEN DOCUMENTARIES HAVE ALL UNDERGONE MASSIVE CHANGES. THE AIM OF THE PAPER IS TO TAKE A CLOSER LOOK AT ALL CHANGES THAT QUIZ SHOW, A SPECIFIC GENRE OF TV SHOWS, HAS UNDERGONE SO FAR. THE ANALYSIS OF QUIZ SHOWS HISTORY, CURRENT POLISH TV FORMAT AND DETAILED ANALYSIS OF SELECTED TV SHOWS ARE SUPPOSED TO INDICATE THE CONTEMPORARY STATUS OF QUIZ SHOWS.

KEYWORDS:

TELEVISION, ENTERTAINMENT, QUIZ SHOW

Wnajprostszym rozumieniu teleturniej – zgodnie z definicją zawartą w *Słowniku wyrazów obcych* pod redakcją naukową Ireny Kamińskiej-Szmaj – to: „audycja telewizyjna w formie konkursu, którego uczestnicy, zebrani w studio, odpowiadają na pytania z różnych dziedzin”¹. Definicja ta – zwłaszcza współcześnie – okazuje się jednak zbyt wąska. Autorzy trafnie zauważają, że synonimem terminu jest *k o n k u r s*, ograniczają go jednak do rywalizacji polegającej na udzielaniu odpowiedzi na zadawane pytania. Takie wyjaśnienie może się okazać niewystarczające, gdyż zupełnie pomija inne pola rywalizacji – popisy zręcznościowe czy wokalne.

Tę definicję o nowe aspekty poszerza Wiesław Godzic w pracy *Telewizja i jej gatunki po Wielkim Bracie*: „jeden z najbardziej komercyjnych gatunków: z jednej strony wyraźnie nastawiony na konkretną publiczność, z drugiej zaś (...) – tani w produkcji i łatwy do dostosowania w różnych warunkach kulturowych”². Autor prezentuje teleturniej jako pewien *t o w a r*, który funkcjonuje na rynku medialnym i jest kierowany do określonych grup docelowych (i programowany na nie).

Pomijając uwarunkowania rynkowe, warto zwrócić uwagę na leksem teleturniej, który uderza swą budową już przy pierwszym kontakcie: to przede wszystkim *t u r n i e j*, który charakteryzuje się byciem *t e l e*- (grec. *téle*, czyli daleko), czyli na odległość. Wszystkie turnieje – bez względu na swoją specyfikę, czyli dla przykładu: szachowe, sportowe, ale i rycerskie – zakładają rywalizację i konkurowanie ze sobą. Bycie turniejem na odległość umożliwia telewizja, czyli medium, które pozwala widzom, tj. „nie-uczestnikom wydarzeń”, stać się obserwatorami prezentowanych sytuacji.

”

Pomijając uwarunkowania rynkowe, warto zwrócić uwagę na leksem teleturniej, który uderza swą budową już przy pierwszym kontakcie: to przede wszystkim turniej, który charakteryzuje się byciem tele- (grec. *téle*, czyli daleko), czyli na odległość. Wszystkie turnieje – bez względu na swoją specyfikę, czyli dla przykładu: szachowe, sportowe, ale i rycerskie – zakładają rywalizację i konkurowanie ze sobą. Bycie turniejem na odległość umożliwia telewizja, czyli medium, które pozwala widzom, tj. „nie-uczestnikom wydarzeń”, stać się obserwatorami prezentowanych sytuacji.

¹ <http://portalwiedzy.onet.pl/100017,,,teleturniej,haslo.html> (dostęp 10.10.2012 r.).

² W. Godzic, *Telewizja i jej gatunki po Wielkim Bracie*, Kraków 2004, s. 44.

Przy charakterystyce teleturniejów konieczne jest odwoływanie się do pewnych słów-kluczy i posługiwanie się nimi jako możliwymi kierunkami analizy. W analizowanym polu pojawiają się więc terminy takie, jak: eliminacje, uczestnik, prowadzący, obserwatorzy, reguły gry, zadanie, nagroda. Relacje między tymi elementami prezentuje wykres nr 1.



Wykres 1: *Schemat teleturnieju.*

Eliminacje można określić jako przed-teleturniej, czyli etap poprzedzający sam konkurs prezentowany na antenie. Celem eliminacji jest wybór uczestników, którzy wezmą udział w programie. Obecnie w wielu teleturniejach powszechna jest praktyka zapraszania celebrytów do udziału w programie (najczęściej przy wyjątkowych okazjach³). Sam teleturniej dzieli osoby, w jakikolwiek sposób z nim powiązane, na trzy grupy: prowadzących (zazwyczaj jedna osoba), uczestników (zaproszonych do studia w wyniku pozytywnego przejścia etapu eliminacji, bądź przynależności do wspomnianej już grupy znanych osób) oraz obserwatorów, czyli zarówno widzów w studiu, jak i przed telewizorami. Ważnym elementem tej wykreowanej na potrzeby programu rzeczywistości, są reguły gry, które z jednej strony tworzą ten fikcyjny świat, z drugiej – bez tego świata nie miałyby racji bytu, gdyż każdy teleturniej ustala własny zbiór zasad.

³ Do wyjątkowych okazji dla teleturniejów emitowanych w telewizji publicznej (np. *Jaka to melodia*) należą m.in. świąteczne wydania, w których uczestniczą znane osoby, zaś nagrody zostają przekazywane na cele charytatywne.

Oś teleturnieju wyznaczają prowadzący i uczestnicy, bez których program nie mógłby istnieć. Zgodnie z zasadami gry, prowadzący wyznaczają z a d a n i a , których realizacja zostaje powierzona uczestnikom. Wyznaczone zadanie może mieć różny charakter – począwszy od odpowiedzi na pytanie sprawdzające wiedzę, aż po pytania o skojarzenia czy wykonanie utworu muzycznego. Niezależnie od charakteru powierzonego zadania, najistotniejsze jest, by uczestnik je prawidłowo wykonał. Na końcu takiego przebiegu akcji zazwyczaj czeka n a g r o d a , której nie ma w drugim wariancie scenariusza, czyli w przypadku negatywnej realizacji zadania.

Trochę historii

Potrzeba zabawy, rozrywki, ucieczki od codzienności, w której żyjemy jest naturalną potrzebą ludzkości. Doskonałym przykładem poszukiwania innego świata jest karnawał, który udowadnia, że każdy z nas potrzebuje choćby chwilowego oderwania się od szarej rzeczywistości. Jak zauważa Wojciech Dudzik: „Gdyby świat, jaki jest, był najlepszym z możliwych światów, ludzie najpewniej nie potrzebowaliby do szczęścia karnawału”⁴. Jeszcze dobitniejszym przykładem jest ludologia, która „wyłoniła się jako dziedzina badań naukowych w odpowiedzi na wzrost znaczenia i zainteresowania grami komputerowymi, jednak wypracowane przez nią teorie i metody mogą służyć do badania różnych rodzajów gier i zabaw jakiego obserwujemy we współczesnych kulturach”⁵. Ogromne znaczenie dla rozwoju tej nauki miały prace: *Homo Ludens* Johana Huizingi i napisana przez Rogera Cailloisa w latach czterdziestych XX wieku – *Gry i ludzie*, będąca rozwinięciem tej pierwszej⁶. Współczesnym dowodem potrzeby rozrywki są oferty programowe największych stacji telewizyjnych, których znaczną część stanowią właśnie programy rozrywkowe. Co ciekawe, funkcja rozrywkowa dość wcześnie pojawia się w typologiach funkcji mediów. Dla przykładu – co prawda nie ma jej jeszcze w koncepcji Harolda D. Lasswella z 1948 roku, ale pojawia się już jedenaście lat później w typologii Charlesa R. Wrighta (1959).

Teleturniej – inaczej: *quiz show*, *game show* – stanowi zdaniem Wiesława Godzica naturalne przedłużenie popularnych niegdyś festynowych konkursów-zgadywanek⁷. Za pierwszego reprezentanta gatunku przyjęło się uważać wyemitowany przez BBC *Speeling Bee* (1938). Uczestnicy programu musieli się wykazać znajomością zapisu trudnych słów. W latach pięćdziesiątych XX wieku liczba teleturniejów w telewizji amerykańskiej znacznie wzrosła, zaczęły także pojawiać się w ofercie programowej telewizji innych krajów⁸. Jak pisze Piotr Drzewiecki, w Polsce pojawiły się w latach sześćdziesiątych⁹. Pierwszym

⁴ W. Dudzik, *Karnawały w kulturze*, Warszawa 2005, s. 107.

⁵ R. Bomba, *Ludologia* z 19.01.2008 r., <http://wiedzaiedukacja.eu/archives/86>, (dostęp 06.06.2011 r.).

⁶ Zob. A. Szablowska *Słoń a sprawa polska, czyli wychowanie według teorii gier* z 23.02.2011 r., <http://pasjavspraca.com/2011/02/23/bez-zabawy-ani-rusz/> (dostęp 06.06.2011 r.).

⁷ Zob. W. Godzic, dz. cyt., s. 44.

⁸ Tamże.

⁹ P. Drzewiecki, *Czego uczą teleturnieje?* z 9.11.2004 r., <http://presscafe.eu/archives/286> (dostęp 12.10.2012 r.).



W latach sześćdziesiątych liczba teleturniejów zaczęła rosnać, ale ważniejsza od atrakcyjnej formy nadal pozostawała treść, gdyż w opinii twórców podstawowym celem tych programów było podnoszenie poziomu wiedzy ogólnej odbiorców. Już wtedy zaczęto sięgać do zachodnich wzorców, co zaowocowało m.in. pojawieniem się Wielkiej Gry (1962).

polskim quizem był program *Zgaduj-zgadula - Tele-Warszawa*, zapoczątkowany w styczniu 1957 r. Zadaniem uczestników było udzielanie odpowiedzi na pytania, które publicyści krytykowali za „eklektizm (...), nieczytelną zasadę ich doboru oraz podziału na stopnie trudności”¹⁰. Z czasem, odchodzenie od jednego wzorca, reprezentowanego przez przywoływany program - *fun quiz* - skutkowało zmianą nazwy programu na teleturniej oraz pierwszym teleturniejem, przygotowanym przez czechosłowacką telewizję, zatytułowanym *Kto, co?*¹¹. W latach sześćdziesiątych liczba teleturniejów zaczęła rosnać, ale ważniejsza od atrakcyjnej formy nadal pozostawała treść, gdyż w opinii twórców podstawowym celem tych programów było podnoszenie poziomu wiedzy ogólnej odbiorców¹². Już wtedy zaczęto sięgać do zachodnich wzorców, co zaowocowało m.in. pojawieniem się *Wielkiej gry* (1962)¹³. W tym okresie dominowały dwa rodzaje teleturniejów: „wiedzwowe” (np. *Wielka gra*) oraz programy, które sprawdzały także umiejętność kalkulowania czy kojarzenia (np. *Asocjacje, Kółko i krzyżyk* czy *Śladami Pitagorasa*)¹⁴. W latach siedemdziesiątych pojawiło się wiele form rywalizacji opartych na przesłaniu ideologicznym bądź politycznym¹⁵. Zaczęła się zmieniać także sama formuła teleturnieju: „Nowa estetyka powodowała, że kameralne dotąd formy nabierały rozmachu inscenizacyjnego. Coraz częściej rywalizacji towarzyszyła publiczność, a przerwy w rozgrywce wypełniały występy artystów”¹⁶. Brak ciekawych pomysłów przyczynił się do zmniejszenia popularności tych form w latach osiemdziesiątych¹⁷.

¹⁰ A. Kozieł, *Za chwilę dalszy ciąg programu... Telewizja Polska czterech dekad 1952-1989*, Oficyna Wydawnicza ASPRA-JR, Warszawa 2003, s. 42.

¹¹ Zob. tamże, s. 43.

¹² Zob. tamże, s. 100.

¹³ Zob. tamże, s. 100.

¹⁴ Zob. tamże, s. 100-101.

¹⁵ Przykładem jest cykl *My 74*, którego celem było pokazywanie dojrzałości politycznej członków organizacji i sprawdzanie tzw. wiedzy społeczno-politycznej. Zob. Tamże, s. 176.

¹⁶ Tamże, s. 176.

¹⁷ Tamże, s. 256.

Lekarstwem na brak własnych pomysłów jest sięganie po zagraniczne wzorce. Piotr Drzewiecki uważa, że „Obecnie polskie telewizje rzadziej wymyślają własne formy, a wolą korzystać z gotowych, spolszczonych wersji głównie amerykańskich programów. Zaletami tych tzw. formatów telewizyjnych jest sprawdzona przez ich twórców znajomość: zainteresowania odbiorców danym programem, wielkości widowni i szacunkowych wpływów z reklam. Telewizja kupuje prawo do emisji programu wraz z pisemnymi wytycznymi jak program realizować; rzecz jasna także z symulacją kosztów i zysków”¹⁸. Przykładami takich programów są: *Jeden z dziesięciu*, *Familiada* czy *Va banque*, których „widownia w Stanach Zjednoczonych i Anglii sięgała kilku milionów widzów”¹⁹.

Teleturnieje w TVP

Przedmiotem zainteresowania tego tekstu są teleturnieje emitowane w Telewizji Polskiej. Na stronie www.tvp.pl można znaleźć spis teleturniejów, które występują w jej ofercie. W tak krótkim tekście nie sposób podjąć się analizy wszystkich czternastu pozycji, dlatego ograniczę się tylko do ich wymienienia (wraz z krótkim omówieniem opartym na opisach zamieszczonych na wspomnianej stronie internetowej), a następnie przyjrę się bliżej kilku wybranym programom²⁰.

- *Kocham Cię Polsko* – program po raz pierwszy wyemitowany 13 marca 2009 roku (TVP2). Prowadzący – Maciej Kurzajewski – prowadzi uczestnikom, którzy podzieleni są na dwie czteroosobowe drużyny rywalizujące w różnych konkurencjach (elementy quizu, zagadek muzycznych). Celem programu jest sprawdzanie wiedzy o Polsce.
- *Postaw na milion* – pierwszy odcinek wyemitowano 5 marca 2011 roku (TVP2). Dwoje spokrewnionych uczestników, 8 pytań i milion złotych do wygrania. Przykład teleturnieju, w którym sama wiedza nie wystarczy, potrzebne jest jeszcze szczęście. W roli prowadzącego – Łukasz Nowicki.
- *Jeden z dziesięciu* – od 6 czerwca 1994 roku w każdym odcinku dziesięcioro uczestników pod wodzą Tadeusza Szuka sprawdza stan swojej wiedzy. Klasyczny przykład teleturnieju, w którym zadanie polega na odpowiadaniu na zadawane pytania.
- *Wiesz, co dobre* – konkurs związany z *Cyklem Filmowym Wiesz, co dobre*. Na stronie TVP można znaleźć następującą informację: „13 hitów filmowych i 13 okazji, by wygrać komplet przewodników Pascala. Jak go zdobyć? Nic prostszego, odpowiedz na 3 pytania dotyczące najbliższego filmu na naszej stronie. Spośród osób, które wzięły udział w głosowaniu, wyłonimy tę, która wygrywa. Weź udział w zabawie!”²¹.

¹⁸ P. Drzewiecki, art. cyt.

¹⁹ Tamże.

²⁰ Wymienione teleturnieje zostały omówione w oparciu o informacje, które można znaleźć na stronie www.tvp.pl oraz na oficjalnych stronach konkretnych programów.

- *Gilotyna* – program nadawany od 5 października 2009 roku (TVP2). W roli prowadzącego występuje Roman Czejarek, który towarzyszy uczestnikom w rozwiązywaniu zagadek.
- *Jaka to melodia?* – teleturniej sprawdzający wiedzę muzyczną. Po raz pierwszy wyemitowany 4 września 1997 roku. Troje uczestników konkuruje ze sobą, próbując odgadnąć, o jakie utwory muzyczne chodzi. Gospodarzem programu jest Robert Janowski.
- *Gotowi na ślub* – Piotr Pręgowski sprawdza, która z trzech par planujących wesele jest gotowa stanąć na ślubnym kobiercu.
- *Wielka draka o dzieciaka!* – emitowany od 18 września 2010 roku program prowadzony przez Wojciecha Jagielskiego, w którym dorośli wraz ze swoimi dziećmi stają do rywalizacji o cenne nagrody.
- *Dzieciaki górą* – teleturniej emitowany od 12 września 2008 roku na antenie TVP2. Do rywalizacji stają dwie drużyny: dorosłych i dzieci, które muszą odpowiadać na pytania, a także rozwiązywać quizy i zagadki. W roli prowadzącego można było oglądać Tomasza Kammela, potem zastąpiła go Marzena Rogalska.
- *300% normy* – teleturniej, który od 7 września 2008 roku pod okiem Macieja Orłosa sprawdzał wiedzę uczestników na temat życia w czasach PRL-u.
- *Familiada* – teleturniej, który gości w TVP2 od 17 września 1994 roku. Dwie pięcioosobowe drużyny odgadują odpowiedzi ankietowanych. W roli prowadzącego występuje Karol Strasburger.
- *Koło Fortuny* – pierwszy odcinek wyemitowano na antenie TVP2 2 października 1992 roku. Troje uczestników miało za zadanie wybierać litery i odgadywać hasła. O nagrodzie decydowało tytułowe *Koło Fortuny*, na którym można było odnaleźć także pole: *Bankrut*.
- *Ona i On – wojna płci* – po raz pierwszy na antenie TVP2 pojawił się w 2006 roku. Dwie drużyny: męska i żeńska, rywalizują ze sobą pod okiem Beaty Sadowskiej.
- *Wielki Poker* – po raz pierwszy wyemitowany 16 marca 2007 roku. Teleturniej prowadzili Cezary Kosiński i Paweł Burczyk. Przykład programu, który udowadnia, że od wiedzy ważniejsze mogą być: spryt, refleks i... blef.

Zaprezentowany przegląd teleturniejów prezentowanych na stronie Telewizji Polskiej jest niezwykle skrótowy, co wynika zarówno z ograniczeń objętościowych, jak i z braku konieczności głębszego przyglądania się wszystkim programom. Warto jednak przywołać wszystkie tytuły, by mieć świadomość ich różnorodności, zarówno w obrębie wyznaczanych uczestnikom zadań, jak i w obszarze umiejętności, które mogą zagwarantować wygraną.

²¹ http://www.tvp.pl/rozrywka/teleturnieje?id=&sort_by=POSITION&sort_desc=false&start_rec=0&listing_mod=&with_video=false (dostęp 12.10.2012 r.).



Najczęstszym rodzajem gier, realizowanym przez teleturnieje, jest bez wątpienia *agon*, który opiera się na współzawodnictwie i szeroko pojętej rywalizacji, „ma charakter zawodów, to znaczy walki w warunkach sztucznie stworzonej równości szans, pozwalającej antagonistom zmierzyć się w sytuacji idealnej, dzięki której zyskana przewaga jest ściśle wymierna i niepodważalna”.

Gry i zabawy

W jednym ze swoich wcześniejszych artykułów podjęłam się analizy ramówki Polsatu według teorii gier i zabaw Rogera Cailloisa²². Roger Caillois – francuski antropolog, któremu sławę przyniosły takie tytuły jak: *Człowiek i sacrum*, *Ludzie a gry i zabawy* czy zbiór esejów *Odpowiedzialność i styl*²³, dokonał klasyfikacji gier i zabaw, ujmując je w cztery kategorie. Sam badacz pisał niegdyś: „Gry i zabawy są tak liczne i różnorodne, że początkowo powątpiewamy, czy da się znaleźć jakąś zasadę podziału, pozwalającego rozbić je na parę odrębnych kategorii”²⁴. W końcu jednak udało mu się stworzyć typologię, która obejmuje cztery kategorie: *agon*, *aleę*, *mimicry* i *ilinx*²⁵. Każda z tych gier ma charakterystyczną cechę. Teoria antropologa wydaje się być dobrym narzędziem do analizy teleturniejów i refleksji nad tym, jakie rodzaje gier wyróżnionych niegdyś przez Cailloisa mogą one reprezentować.

Najczęstszym rodzajem gier, realizowanym przez teleturnieje, jest bez wątpienia *agon*, który opiera się na współzawodnictwie i szeroko pojętej rywalizacji, „ma charakter zawodów, to znaczy walki w warunkach sztucznie stworzonej równości szans, pozwalającej antagonistom zmierzyć się w sytuacji idealnej, dzięki której zyskana przewaga jest ściśle wymierna i niepodważalna”²⁶. Zawodnicy konkurują w zakresie jakiejś cechy, na przykład: szybkości, pomysłowości, zręczności, aby wyłonić zwycięzcę, który „jawi się jako najlepszy w danej kategorii wyczynowej”²⁷. W przypadku teleturniejów obszarem rywalizacji

²² A. Barczyk, *Rzecz o info(rozrywce)*, czyli analiza ramówki Polsatu według teorii gier i zabaw Rogera Cailloisa, referat wygłoszony podczas ogólnopolskiej konferencji *Rozrywka w mediach* (Łódź, 17-18.11.2011 r.). Tekst w druku.

²³ Zob. R. Caillois, *Człowiek i sacrum*, Warszawa 1995, s. 5.

²⁴ Tenże, *Żywioł i ład*, Warszawa 1973, s. 307.

²⁵ Zob. Tenże, *Gry i ludzie*, Warszawa 1997.

²⁶ Tenże, *Żywioł*...3, s. 310-311.

²⁷ Tamże, s. 311.

jest najczęściej wiedza. Caillois zwraca uwagę na to, że *agon* „Odwołuje się wyłącznie do osobistych walorów i ma na celu ich ujawnienie”²⁸. Doskonałym przykładem teleturnieju, który reprezentuje ten typ gier jest program *Jeden z dziesięciu*.

Teleturniej prowadzony przez Tadeusza Sznuka przypomina wieloetapową konkurencję. Dziesięcioro uczestników bierze udział w trzech etapach (na każdym etapie liczba uczestników ulega pomniejszeniu), których celem jest wyłonienie najlepszego z nich – *Jednego z dziesięciu*. Zasady gry są proste – można je wywodzić z powszechnej reguły *do trzech razy sztuka*, gdyż uczestnicy programu mają po trzy szanse (reprezentowane przez trzy światła znajdujące się przy stanowisku każdego z graczy). Prawidłowa odpowiedź przynosi punkty, brak odpowiedzi lub pomyłka skutkują zgaśnięciem lampki. Celem pierwszego etapu jest rozpoznanie uczestników i danie im, jak by powiedział Caillois, „warunków sztucznie stworzonej równości szans” – zawodnicy otrzymują kolejno po dwa pytania. Odpowiedź na przynajmniej jedno z nich jest gwarancją przejścia do kolejnego etapu. W drugim etapie pozorna równość szans ulega zachwianiu, gdyż nie ma wspólnej liczby pytań, na które musi odpowiedzieć każdy z uczestników – ten, któremu udało się dobrze odpowiedzieć na zadane pytanie, wyznacza kolejnego odpowiadającego. Motywacja wyboru może być różna, lecz najprawdopodobniej celem jest eliminowanie najsilniejszych rywali. Na podobnych zasadach opiera się ostatnia runda, czyli finał teleturnieju.

Polem rywalizacji między uczestnikami programu jest posiadana wiedza. Warto podkreślić, że chodzi tutaj o wiedzę ogólną (choć niekiedy bardzo szczegółową). Pytania zadawane uczestnikom są konkretne i jednoznaczne, zawsze poprzedza je podanie kategorii, do jakiej przynależą, np.: *Muzyka – W którym wieku żył Wolfgang Amadeusz Mozart? Zoologia – Płazy i gady są zmiennocieplne czy stałocieplne?* (czasem konstrukcja pytania wymaga od uczestnika wybrania prawidłowej odpowiedzi z dwóch proponowanych) czy *Historia – Czy Napoleon II to syn Napoleona I?*

Jeden z dziesięciu to przykład teleturnieju, który na antenie TVP2 można oglądać już blisko dwadzieścia lat. Mimo upływu czasu, w którym panujące na rynku medialnym trendy upodabniały telewizję publiczną do stacji komercyjnych a twórcy programów coraz chętniej i śmielej podążali za inforozrywką²⁹ i dostarczaniem widzowi tego, co Pierre Bourdieu określa jako kulturowy *fast-thinking* – „kulturowy *fast-food* – już przetrawiony (...) pokarm”³⁰, teleturniej ten nie uległ znaczącym przemianom. Co prawda, kilkakrotnie zmienił się wygląd studia, od 2010 roku pojawiły się pytania ilustrowane fragmentem muzycznym³¹, ale formuła programu została taka sama.

Drugim rodzajem gier, o którym pisze Caillois, jest *alea*, czyli gra z losem. Kategoria ta obejmuje zatem gry, w których dużą rolę odgrywa p r z y p a d e k . *Alea* polega na

²⁸ Tamże, s. 312.

²⁹ Inforozrywka (inaczej: *infotainment*) polega na łączeniu informacji i rozrywki. Pierwsze użycie terminu przypisuje się Ronowi Eisenbergowi, który użył go w piśmie „Phone Call” w roku 1980. Zob. <http://www.miesiecznik.znak.com.pl/jagodzinski561.html> (dostęp 30.09.2012 r.).

³⁰ P. Bourdieu, *O telewizji. Panowanie dziennikarstwa*, Warszawa 2009, s. 57.

³¹ Zob. http://pl.wikipedia.org/wiki/Jeden_z_dziesi%C4%99ciu (dostęp 14.10.2012 r.).

„decyzji, która nie zależy od gracza i na którą nie ma on najmniejszego wpływu, tak iż chodzi tutaj nie tyle o zwycięstwo nad przeciwnikiem, co nad losem”³². Najlepszym przykładem jest teleturniej *Koło Fortuny*, który udowadnia, że fortuna kołem się toczy.

Emitowany w Polsce od 1992 roku „teleturniej jako pierwszy w polskiej telewizji zrealizowano na zagranicznej licencji. Pomysłodawcą sprowadzenia formatu do Polski był Wojciech Pijanowski, który objął honory gospodarza programu”³³. W przeciwieństwie do analizowanego wcześniej *Jednego z dziesięciu*, w tym programie została zachwiana ciągłość prowadzącego (Pijanowski pełnił tę rolę tylko do 1995 roku). Oprócz prowadzącego, w studiu pojawia się troje uczestników, którzy konkurują ze sobą, ale i z losem symbolizowanym przez tytułowe *Koło Fortuny*. Wybór liter, które mają pomóc w odgadnięciu hasła, zostaje poprzedzony wylosowaniem nagrody, która będzie premiować odgadniętą literę.

Takie zasady gry pokazują, że od uczestników nie wymaga się wiedzy. Ich odpowiedzi polegają na wyborze odpowiedniej litery alfabetu, czyli tak naprawdę mają 32 możliwości. Nawet podczas odgadywania hasła bardziej od wiedzy potrzebne są: spostrzegawczość, refleks, i... szczęście. Szczęścia nie może zabraknąć także podczas losowania nagrody, zwłaszcza, że na kole mieści się pole *Bankrut*. A zatem *Koło Fortuny* to gra, w której znaczną rolę odgrywa przypadek, to *alea*, czyli gra, która „ujawnia, kogo los darzy swą łaską”³⁴.

Przyglądając się wszystkim teleturniejom, trudno byłoby znaleźć programy reprezentujące *mimicrę i ilinx*. W zasadzie można jedynie mówić o pewnych elementach tych gier, które pojawiają się w wybranych teleturniejach. *Mimicra*, czyli gra, która „zakłada czasowe przyjęcie, jeśli nie iluzji (...), to w każdym razie świata zamkniętego, umownego i do pewnego stopnia fikcyjnego”³⁵, opiera się na naśladownictwie, inscenizacji, odgrywaniu czegoś. „Przyjemność polega na tym, że jest się kimś innym lub uchodzi za kogoś innego”³⁶. Naśladownictwu i przebieraniu się często towarzyszą specjalne kostiumy czy rekwizyty. Naśladowanie innej rzeczywistości usprawiedliwia brak reguł, bo zwalnia gracza ze wszystkich zasad, poza jedną – poza zasadą *świata na niby*. Element naśladownictwa można odnaleźć w teleturnieju *300% normy*, w którym Joanna Jeżewska udawała znane kobiety: prezenterki, piosenkarki, aktorki³⁷. *Ilinx* zaś jest grą, która dąży do wywołania uczucia oszołomienia, euforii, upojenia. W tej kategorii gier „idzie o to, by uczestnik osiągnął swe go rodzaju spazm, trans lub upojenie, wobec których rzeczywistość nagle traci swe prawa”³⁸. Jako przykłady Caillois wymienia tu między innymi: tańczących derwiszów, akrobacje czy karuzelę. Bohaterowie niektórych teleturniejów, choćby *Kocham Cię Polsko*,

³² Tamże, s. 314.

³³ W. Ferfecki, *Wielka gra w teleturniejach TVP* z 21.09.2012 r., <http://tvp.info/magazyn/po-godzinach/wielka-gra-w-teleturniejach-tvp/8550311> (dostęp 13.10.2012 r.).

³⁴ R. Caillois, *Żywioł...*, s. 315.

³⁵ Tamże, s. 318.

³⁶ Tamże, s. 321.

³⁷ Zob. http://pl.wikipedia.org/wiki/300_procent_normy (dostęp 11.10.2012 r.).

³⁸ R. Caillois, *Żywioł...*, s. 323.

potrafią się zatracić w muzyce czy tańcu. Trudno jednak – prawdopodobnie jest to wręcz niemożliwe – byłoby wskazać program w całości reprezentujący *ilinx*.

Podsumowanie

Nawet pobieżne spojrzenie na programy zamieszczone na stronie Telewizji Polskiej w zakładce Teleturnieje, może wywołać lekkie zaniepokojenie. Z czasem niepokój werbalizuje się i przeradza w pytanie, czy każdy z prezentowanych tam programów to na pewno teleturniej? Przy wielu z nich znacznie bardziej trafne byłoby określenie *show*. Wzmiankę na temat tego problemu można odnaleźć w pracy Wiesława Godzica, który zwraca uwagę na to, że „zauważalną tendencją we współczesnym teleturnieju jest mieszanie klasycznego *game* lub *quiz show* z tradycją amerykańskiego *variety show*. W brytyjskim teleturnieju *Families at War* albo *Shooting stars* zasady teleturnieju są ściśle powiązane z rozmową z gwiazdą, skeczami, dowcipami scenicznymi oraz postmodernistyczną tradycją włączania do tkanki tego programu fragmentów lub postaci pochodzących z jeszcze innych programów telewizyjnych”³⁹. Takie elementy można odnaleźć współcześnie także w polskich teleturniejach, nawet tych emitowanych w telewizji publicznej. Wystarczy przywołać choćby wspomniany już wielokrotnie program *Kocham Cię Polsko*, w którym drużyny tworzone są przez sławne osoby.

Zdecydowana większość teleturniejów emitowanych w TVP próbuje sprawdzać wiedzę uczestników. Jednak, jak zauważa Krzysztof Łuszczek, „Wiedza w teleturniejach ma różną wartość. W jednych jest promowana wiedza akademicka, w innych popularna. Widz czerpie pasywną przyjemność z kontaktu z tzw. światem wiedzy. Jest to przyjemność bezpiecznej walki i pozbawione ryzyka mierzenie się z innymi. Telewidz obserwuje pomyłki graczy, przez co jego własna samoocena rośnie. Turnieje telewizyjne nie stanowią zachęty do pogłębienia wiedzy (z wyjątkiem *Wielkiej gry*) – są telewizyjnym *show*. Współtworzy je publiczność zarówno ta w studio, jak i przed telewizorami. Pytania i odpowiedzi są tylko dodatkiem. Wysokie nagrody mogą budzić zazdrość i przekonanie, że jest to jedyna siła napędzająca ludzkie poczynania (np. polsatowskie *Żądza pieniędzy* oraz *Życiowa szansa*) i jedyna wartość czyniąca człowieka szczęśliwym”⁴⁰. Znamienne jest, że również ten autor używa określenia *show*. Współczesna telewizja, która chce przyciągnąć widza, staje się dla niego atrakcyjna, coraz częściej przybiera postać widowiska – spektakularnego, sensacyjnego, budzącego emocje. W studiach programów pojawia się publiczność, przez co emocje zostają spotęgowane (takiej dramaturgii nie ma w programie *Jeden z dziesięciu*, w którym bardziej niż na *show*, stawia się jednak na wiedzę), zapowiedzi kolejnych rund czy wręczanie nagród spoczywają na barkach pięknych hostess, monotonna struktura programu opierająca się na zasadzie pytanie – odpowiedź zostaje rozbita bardziej swobodnymi segmentami, atrakcyjnymi dla widza (np. występy zespołów muzycznych czy wykonywanie odgadniętych utworów przez prowadzącego program w teleturnieju *Jaka to melodia?*).

³⁹ W. Godzic, dz. cyt., s. 47.

⁴⁰ K. Łuszczek, *Nowoczesna telewizja, czyli bliskie spotkania z kulturą masową*, Tychy 2004, s. 45.

Art. 21 *Ustawy z dnia 29 grudnia 1992 r. o radiofonii i telewizji* wskazuje, że: „Publiczna radiofonia i telewizja realizuje misję publiczną, oferując, na zasadach określonych w ustawie, całemu społeczeństwu i poszczególnym jego częściom, zróżnicowane programy i inne usługi w zakresie informacji, publicystyki, kultury, rozrywki, edukacji i sportu, cechujące się pluralizmem, bezstronnością, wyważeniem i niezależnością oraz innowacyjnością, wysoką jakością i integralnością przekazu”⁴¹. Funkcja rozrywkowa pozostaje zatem jednym z podstawowych zadań mediów. Pojawia się jednak pytanie, jaki poziom reprezentują, a jaki powinny reprezentować, programy rozrywkowe? Zdaniem P. Drzewieckiego, „W epoce PRL teleturnieje były bardziej wyrazem edukacyjnej misji niż obecnie. Współcześnie decyduje bardziej czynnik finansowy i stopień popularności. W warunkach wolnorynkowych utrzymanie i rozwój teleturniejów wiedzy zależy od zapotrzebowania widowni”⁴². Niestety, w dzisiejszych czasach, tak zwany „przeciętny widz” coraz częściej z oferty medialnej wybiera seriale paradokumentalne i *reality show*, przez co spada zapotrzebowanie na programy sprawdzające wiedzę w tradycyjny sposób. Przyzwyczajony do dynamicznych i kolorowych obrazów odbiorca nie zawsze bowiem może odnaleźć zaspokojenie w programach polegających na „odpytywaniu”. Gdzie zatem nadawcy powinni szukać rozwiązania? W medialnych *show*, które próbują popularyzować wiedzę? Obserwowane w obszarze teleturniejów tendencje – jak choćby: obecność celebrytów, rosnąca rola dramaturgii wydarzeń, widowiskowość i spektakularność czy wprowadzenie bardziej swobodnych segmentów – pokazują, że nawet jeśli ewolucja w kierunku *show* nie jest najlepszą drogą, to może jest już drogą jedyną. ■

BIBLIOGRAFIA

- Barczyk A., *Rzecz o info(rozrywce), czyli analiza ramówki Polsatu według teorii gier i zabaw Rogera Cailloisa*, referat wygłoszony podczas konferencji *Rozrywka w mediach* (Łódź, 17-18.11.2011 r.).
- Bomba R., *Ludologia* z 19.01.2008 r., <http://wiedzaiedukacja.eu/archives/86> (dostęp 06.06.2011 r.).
- Bourdieu P., *O telewizji. Panowanie dziennikarstwa*, Warszawa 2009.
- Caillois R., *Żywioł i ład*, Warszawa 1973.
- Caillois R., *Człowiek i sacrum*, Warszawa 1995.
- Caillois R., *Gry i ludzie*, Warszawa 1997.
- Drzewiecki P., *Czego uczą teleturnieje?* z 9.11.2004 r., <http://presscfe.eu/archives/286>, (dostęp 12.10.2012 r.).
- Dudzik W., *Karnawały w kulturze*, Warszawa 2005.
- Ferfecki W., *Wielka gra w teleturniejach TVP* z 21.09.2012 r., <http://tvp.info/magazyn/po-godzinach/wielka-gra-w-teleturniejach-tvp/8550311> (dostęp 13.10.2012 r.).
- Godzic W., *Telewizja i jej gatunki po Wielkim Bracie*, Kraków 2004.

⁴¹ *Ustawa z dnia 29 grudnia 1992 r. o radiofonii i telewizji*.

⁴² P. Drzewiecki, art. cyt.

Kozieł A., *Za chwilę dalszy ciąg programu... Telewizja Polska czterech dekad 1952-1989*, Oficyna Wydawnicza ASPRA-JR, Warszawa 2003.

Łuszczek K., *Nowoczesna telewizja, czyli bliskie spotkania z kulturą masową*, Tychy 2004.

Szablowska A., *Słoń a sprawa polska, czyli wychowanie według teorii gier* z 23.02.2011 r., <http://pasjavspraca.com/2011/02/23/bez-zabawy-ani-rusz/> (dostęp 06.06.2011r.).

Ustawa z dnia 29 grudnia 1992 r. o radiofonii i telewizji.

O AUTORCE:

Agnieszka Barczyk – absolwentka dziennikarstwa i komunikacji społecznej oraz kulturoznawstwa (specjalność: filmoznawstwo) Uniwersytetu Łódzkiego. Obecnie doktorantka w Katedrze Dziennikarstwa i Komunikacji Społecznej UŁ. Zainteresowania naukowe: analiza i historia filmu, wielokodowość sztuk wizualnych, oral history, media lokalne i regionalne.

Peter Mikuláš

Global Patterns for National Stars? Celebreality in Slovakia

STRESZCZENIE:

WYKORZYSTANIE CELEBRYTÓW W KOMUNIKACJI MEDIALNEJ NIE JEST ZJAWISKIEM NOWYM, ALE MOŻNA ZAUWAŻYĆ NASILENIE TEGO ZJAWISKA. W BADANIU AUTOR SKUPIA SIĘ NA WYKORZYSTANIU ZNANYCH BIEŻĄCYCH PROGRAMÓW TELEWIZYJNYCH, KONCENTRUJĄC SIĘ PRZEDĘ WSZYSTKIM NA GATUNKACH TELEWIZYJNYCH Z OBSZARU REALITY. PREZENTUJE ANALIZĘ PORÓWNAWCZĄ AMERYKAŃSKICH I SŁOWACKICH CELEBRYTÓW - BOHATERÓW WYBRANYCH FORMATÓW TELEWIZYJNYCH REALITY SHOW. PODSTAWOWE PYTANIE, KTÓRE ZADAJE AUTOR, BRZMI: CZY ISTNIEJE GLOBALNE FORMUŁA KRAJOWYCH GWIAZD REALITY TV, CZY TEŻ STOPIEŃ ORYGINALNOŚCI WYSTARCZA, ABY MOŻNA BYŁO MÓWIĆ O AUTONOMICZNOŚCI TYCH GATUNKÓW NA RÓŻNYCH POZIOMACH?

SŁOWA KLUCZOWE:

CELEBRYCI, REALITY TV, OSBOURNES, RODZINA MOJSEJ

ABSTRACT:

THE USE OF CELEBRITIES IN THE MEDIA COMMUNICATION IS NOT NEW PHENOMENON, BUT FREQUENCY OF ITS USE IS ON THE RISE. IN THIS STUDY, WE FOCUS ON THE USE OF CELEBRITIES IN CURRENT TELEVISION PROGRAMS, FOCUSING PRIMARILY ON THE REALITY TV GENRE. WE PRESENT A COMPARATIVE ANALYSIS OF AMERICAN AND SLOVAK CELEBRITIES - PROTAGONISTS OF SELECTED REALITY TV FORMATS. THE FUNDAMENTAL QUESTION THAT WE ASK IS: IS THERE A GLOBAL FORMULA FOR NATIONAL STARS IN REALITY TV, OR IS PRESENTED DEGREE OF ORIGINALITY SUFFICIENT ENOUGH, SO WE CAN TALK ABOUT THE DEVELOPMENT OF AUTONOMOUS LINES AT BOTH LEVELS?

KEYWORDS:

CELEBRITY, CELEBREality, REALITY TV, OSBOURNES, MOJSEJ FAMILY

The presence of celebrities in television, especially in reality TV programmes, is without a doubt an effective way of their presentation in media. Television can create celebrities out of ordinary people, as well as it can use well-known people from other media or even different areas of social life, who are trying to get more media attention. Although under the pressure from various media resources, television is still the most important entertaining mass-media, not only in terms of its popularity, but especially because of recipients' attitudes (eg. Fichnová, Wojciechowski, Polakevičová, 2010). This is what Ozzy Osbourne (2009), one of the biggest reality TV stars ever, said about success of his show *The Osbournes*: "I couldn't believe it. And I certainly couldn't understand it. I'd never been that famous before – not even close... Obviously, I was no longer famous for being a singer. I was famous for being that swearing bloke on the telly – which felt very strange, and not always in a good way."

In this statement of Ozzy Osbourne we can see the distinction between personal-ity known to a specific audience (famous rock singer outside the mainstream) and popular well-known personality (the protagonist of a successful television show, TV star, or particularly celebreal-ity star). Another point of view could be taken from Ozzy's quote: contemplation about the glory without merit, a sudden and unexpected success, which interferes with unprepared person so hardly, that he or she cannot react adequately and appropriately. There is one more important thing obvious from singer's quote: trying to be famous at any cost (ea. with the ability to use the gross expression on the screen). Such actions do not automatically bring satisfaction and positive feelings. However, the number of people who choose this kind of road to glory is relatively large globally. Mr. and Mrs. Mojsejs are the unique example of television celebrities in Slovakia, well known also in Czech Republic.

Celebreal-ity. An introduction.

Historically, people - more or less known - coming from different spheres of cultural industries, welcome the existence of reality TV as a perfect medium for their wide public presentation. In many ways, reality TV is not based on facts or presentation of ordinary people, as its name suggests, but this TV format consists more often of celebrity stories that are being relatively strongly stylized. Deploying celebrities in reality TV usually comes immediately after audience's oversaturation with the characters of ordinary people. This process is becoming so clear that it can be identified as one of the most current mutational trends of television production called celeb-ritization. However, celeb-ritization is not a specific component of reality TV that can be identified in broad range of television genres both on local and global levels, factual or fictional. According to Mark Andrejevic (2004), tendency to maintain status of celebrities in reality TV programmes overcomes their original immanent intentions (creating celebrities out of ordinary people) and enter into a similar significant feature of this genre group. Andrejevic also emphasizes what types of celebrities are appropriate for such exposure while he is being also quite critical: „it is the rehabilitation of faded stars who agree to turn

their lives into reality shows” (Andrejevic, 2004). Today, only eight years after Andrejevic’s book was published, we can find different examples all around the world, Mojsej family in Slovakia as one of them.

In this context, television scholars talk about celebreality, using this expression usually as an opposite term for reality TV shows with ordinary people as its’ main protagonists. Celebreality can be identified at a genre level, but it can be better grasped as a reference to specific formats having their "celebrity" variations. This developmental trend is evident in the case of reality TV in plenty of formats and it is presented in two different ways:

1. Direct connection, eg. world known reality gameshow Big Brother with its celebreality mutation Celebrity Big Brother; Donald Trump’s The Apprentice mutated into Celebrity Apprentice; real-life social experiments like Wife Swap with its Celebrity Wife Swap mutation etc., and

2. Indirect connection, eg. Surreal Life (WB, later HV1, 2003-2006) at least partly inspired by The Real World (MTV, 1992-today) etc. The trend is less obvious in other reality TV genres like docu-soap (eg. socially motivated document series The Family motivated celebreality docu-soaps like The Osbournes) etc.

Today, it seems obvious that celebrities who want to be successful in reality TV, must give up their privacy to some extent. Mixing or even merging private and public spheres, which thereby arise, is a relatively new phenomenon, especially in transforming countries like Slovakia. Mojsejs were the first personalities in Slovakia who took this step. They were domestic pioneers of reality TV and appeared in a number of formats that can be categorized under several different reality TV genres. Inventions of Mojsejs are partly original and emerging from their specificity, but also partly based on imitation of many inspiring foreign sources.

Osbournes and The Osbournes

A phenomenon of demystification of celebrities began with The Osbournes. The show was broadcasted on MTV (Music Television) and is still one of the MTV’s most successful formats ever adapted. The Osbournes were broadcasted between 2002 and 2005 in four seasons, but the show is still being recycled in MTV programme structure. The show was very successful in the U.S. and subsequently became an important issue for media scholars. Various aspects of the show served as inspiration for a number of studies, as well as monographs (eg. Koopmans, 2003, Holt, 2005) and name of the show can be found in most indexes of scientific publications dealing with reality TV.

Even before The Osbournes, the family appeared in two television programmes of reality TV character. The first one was a documentary film Ozzy Osbourne Uncut (1997, Channel 5, Travel Channel). The family with such an eccentric expression immediately

became a magnet for television producers: members of family living in the house (rented villa in California) were smoking all the time, using a large amount of pills, and most of all, they were using rough dictionary. In his autobiography (Osbourne, 2010) Ozzy remembers that the TV crew initially did not trust their authenticity of expression, because it simply didn't resemble socially functional family. However, the document had a massive commercial success and even won the bronze award on the global television entertainment contest *Rose d'Or* in Switzerland. Three years after the first television success, MTV offered Osbourne's special episode in the *Cribs* (MTV, 2002). As audience's reaction was very positive again, MTV subsequently came up with an offer for a long-term project: *The Osbournes*. Salzman et al. (2003) evaluates this decision of MTV, with only 200,000 dollars paid to Osbourne, as the MTV's decision of a decade. To certain level, many celebrities followed the success of *The Osbournes* after the boom of celebrealty programmes inspired by this globally known example. Most of them were only one season lasting reality series, like *Venus and Serena: For Real* (2005) with Serena and Venus Williams or *Britney and Kevin: Chaotic* about the life of Britney Spears (2005). However, few of celebrealty shows, eg. Donald Trump's *The Apprentice* (2003-today, with several adaptations outside the U.S., including Slovak version), were broadcasted during a number of seasons. One of the current and successful stars of celebrealty programmes is Paris Hilton with her reality gameshow *My New BBF* (2008-present). In addition, similarly to Donald Trump, also her show was adapted abroad: in Great Britain as Paris Hilton's *British Best Friend* and in United Arab Emirates as Paris Hilton's *Dubai BFF*.

The final episode of *The Osbournes* was aired March 21, 2005. After a break lasting for several years, the Osbourne family briefly returned to the television with the variety show *Osbournes: Reloaded* (Fox, 2009). But only one out of six episodes was broadcasted. After negative audience reaction and criticism from the press, Fox decided not to continue with the programme. The remaining five episodes have never been broadcasted.

Celebrealty in (Czecho-) Slovakia: Mojsejs

As we already mentioned, a phenomenon of Mojsej family was significant for the construction of social and cultural status of reality television in Slovakia, both on the level of laic and academic discourse. Moreover, their presence in the media landscape raised common interest in this genre form in Slovakia.

Mojsej family consists of just two persons: Nora Mojsejová and Braňo Mojsej. They are a married couple living in the metropolis of Eastern Slovakia - Košice. Nora became rich after the Velvet revolution in Czechoslovakia in 1989, she succeeded in tax consultancy. She likes to be surrounded by luxury products (especially clothes) and profiles herself as shopaholic - shopping fanatic who travels all around Europe to buy the best luxury clothing and spend huge amounts of money on it. Braňo's background is very different. He is about ten years younger than Nora and he has never been successful before he'd met his wife. He is unsuccessful music performer and former habitual drinker. Together, Mojsejs are a quite con-

troversial couple, having very controversial views on various social issues. They became popular via the presentation of material assets (expensive cars, luxury house, top branded clothes, etc.), nevertheless they situate themselves to the position of speakers of ordinary people, marking their opinions as a common sense.

Media popularity of Mojsejs can be dated back to 2004, when they appeared in television series *VILOmeniny*. This originally Slovak reality TV programme, which can be classified as a reality-series with a competitive nature, was among the first of its kind in Slovakia. The moderator of *VILOmeniny* was well known showman Vilo Rozboril, whose name has been even used in the name of this series. Programme became popular because of particularly unconventional approach to controversial topics. *VILOmeniny* was broadcasted from 2000/2001 programme season, having primarily a competitive and family nature and was placed in the off-time programme slot on TV Markíza, number one on Slovak television market. Few years later - after positive viewing response - *VILOmeniny* was moved to prime time, consistently creating a superior audience share. From the position of the family oriented programme *VILOmeniny* redesigned its format into a social experiment reality TV genre with the potential to highlight social anomalies in society and create a wider discourse about social problems. Format was based on the confrontation of social contradictions, such as pupils vs. teachers, doctors vs. gravediggers, rich vs. poor, nuns vs. prostitutes etc. Besides social contradictions, physical ones were often used, for example tall vs. short people, slim vs. fat people, etc. *VILOmeniny* was broadcasted until June, 23 2008. In 2005/2006 programme season it was temporally replaced by the premiere of *Big Brother*. After a huge failure of *Big Brother* in Slovakia, *VILOmeniny* had returned to the air and for the next two seasons it was one of the most stable prime time titles of TV Markíza. All together, around 150 parts of *VILOmeniny* were aired, making it one of the most successful reality TV series in Slovakia ever. The episode with Mojsejs was aired in 2005 and it was nominated for global television entertainment award *Rose d'Or* in the category of reality show, but with no success. In this episode, Mojsejs competed with a pair of homeless people (social contradiction - homeless people vs. millionaires) with whom they even temporarily swapped homes. With more than a half of television market share, Mojsejs immediately captured public interest and showed that they are protagonists attractive for a full range of reality TV programmes.

A year after *VILOmeniny* series, TV Markíza launched a massive promotion of the new reality gameshow, the first of its kind and scale in Slovak media. *Mojsejovci*, as the show was called, had many features in common with *Big Brother* licensed format. The format was so similar that Endemol was considering allegations of copyright violation. TV Markíza, however, insisted that *Mojsejovci* is an original format. Vilo Rozboril, author of the screenplay, perceived the authenticity of the *Mojsejovci* as follows: „...there is a number of other reality shows of this kind. We verified a possibility for exceptional audience share on *VILOmeniny*... Although we could purchase a license format such as *Big Brother*, TV Markíza has chosen the format that is originally Slovakian and will be dealing with Slovak physical and social environment." Naturally, the originality of the format was also de-

fended by the PR department of TV Markíza. Ivana Semjanová, head of PR, argued: "Certain common features are universal for reality show as a genre. Our rules, however, were created by Mojsejs themselves, who offered the reward for the winner. Big Brother contestants are leaving the show as a consequence of audience decision via SMS voting, in our format audience only recommends a candidate that should leave the show". Endemol finally did not go into litigation. However, the ambiguity of the rules in conjunction with Mojsejs behavior led to an extreme disorder during the competition.

Despite the complicated processes inside the show, its rating was above-average, mostly generating even ultimate audience interest. First episode was watched by 1.7 million viewers and brought 65.2% market share. It is still one of the largest rating percentages of any Slovak television since the implementation of peplemeters in 2004. Market shares of the show were often above 50%, while it should be noted that a similar result in prime time in Slovakia today is more of an idealistic desire of television broadcasters. Mojsejs were able to trigger the attention of viewers and keep it to the very end of the show. Virtually, from the first airing of the show, they became a magnet for tabloid press. Scandals and unexpected events (both from the show and its production surroundings) were covered on a daily basis. After Mojsejovci, no other reality TV format was able to attract such a huge interest of audience in Slovakia, although there were some proven formats adapted and broadcasted such as Big Brother or Hungarian Való Világ.

Indicated by the market share results, as well as reactions of tabloid press, reality gameshow Mojsejovci clearly attracted Slovak audience and tabloid media. For the first time, the audience could become familiar with a large and expensive project of reality gameshow. At the same time, Mojsejovci fully exposed the shortcomings of this type of programming, namely the absence of clear rules and criteria for victory. These troubles were multiplied by the fact that audience role was rather passive, because only Mojsejs themselves had the power to make final verdicts. Mojsejovci showed that celebrealty programmes tend to depend on, but also fail upon their protagonists. In this aspect, Mojsejovci was successful, although it also showed that communication between Mojsejs and the production staff was more than difficult. Television channels have begun to beware the great risk of using Mojsejs in the core programme projects. Potential failure could affect not only the financial benefit, but also - and it is certainly important - the actual image of the broadcaster. It is also important to mention that TV Markíza was fined 2 million Slovak crowns (about 60,000 euros) for Mojsejovci because of a failure to comply with ethical and legal standards, including vulgar expressions of Mojsejs. Until that time it had been the highest fine imposed on any television broadcaster in Slovakia. Even though, TV Markíza - aimed on commercial success - kept being interested in Mojsejs during next couple of years. Also, the second largest commercial television broadcaster in Slovakia - TV JOJ - showed interest in the famous couple. Despite continuing disputes, Mojsejs kept faithful cooperation with TV Markíza.

In 2006, reality gameshow Mojsejovci was nominated for Rose d'Or, just like VILOmeniny (episode with Mojsejs) the year before that, and again it wasn't successful. In this context, these two reality TV programmes provide the mirror to the television enter-

tainment in Slovak media landscape in the period of recent decade. It is noticeable that these two attempts are without precedens and up to these days (2012) there haven't been any other nomination for Rose d'Or for a Slovak television programme.

In spite of certain media distrust towards Mojsejs that arose during the reality gameshow *Mojsejovci*, they returned to broadcasting after a few months. Tabloid media announced their return in the next reality gameshow called *Hotel*, proclaiming the social dimension of the project - to help people find an employment. However, the show has never been executed.

Mojsejs (this time just Nora) finally returned in a more humble project - adaptation of licensed format *Shopaholic* (*Nákupná horúčka*), which was verified in advance in Norway, where it was first aired in 2004. The screenplay was very simple - a group of women competed in purchasing of clothes. It is obvious that the adaptation of such a format requires some extra added value that could be provided by members of the jury more than any other aspect of the show. Together with the two other jury members, *Nákupná horúčka* offered a space for Nora Mojsejová, this time in a role of fashion clothing expert.

In terms of genre categorization, *Nákupná horúčka* is a hybrid format, connecting various aspects of reality gameshow, talent show and talk show. Audience response to the show with such a specific theme was slightly above the average. Without a doubt, it was Nora Mojsejová whose presence in programme potentially placed it into the prime time. In *Nákupná horúčka*, Nora boosted her position of shopaholic and fashion industry expert in the minds of viewers. Programme showed that Mojsejs are well applicable to a relatively broad format spectrum, and that audience interest in them persists over years.

Due to commercial success of reality gameshow *Mojsejovci* and - as *Nákupná horúčka* has shown - continuing public interest in Mojsejs, a new programme called *Nora a Braňo* (Nora and Braňo) was created in 2006. This format partly emerged as a spin-off from reality gameshow *Mojsejovci*, however, its competitive character shifted it towards the documentary stylization. Similarly, as in the case of *Mojsejovci*, also *Nora a Braňo* was the original format. As indicated by slogans („Nora and Braňo: a true story“; „The incredible life of a prominent couple“), show focused on "real" life of Mojsejs, their privacy, relationship between them, relationships with their friends and acquaintances, and their participation in various events (such as fashion shows, shopping in Milan, Italy), as well as events organized by them (music festival called *Mojsejfest*, charity sale of their luxury fashion clothing). A programme plan of TV Markíza thematically targeted docu-soap *Nora a Braňo* as follows: „Viewers watch every movement of the couple with interest. We would like to know how they live in their house, how often they change their flats and appartments, if they argue with each other, how Nora works and earns money, how Braňo composes songs, produces vodka and deals with his alcoholism, how their parents live, and if they have any friends at all ... Daily life of spouses will be under the supervision of television cameras so viewers can find who Mojsejs really are." (Programme plan of TV Markíza, 2006).

A format of *Nora a Braňo* can be formally included into the British tradition of docu-soaps, but even closer similarity can be found in comparison with U.S. programmes like *The Osbournes* already mentioned above. While British docu-soaps focus mainly on a working environment (airports, ports, farm, etc.), America's tradition focus on the family, and what's more, the celebrity family.

Despite the relatively strong criticism, *Nora a Braňo* is so far the only docu-soap programme ever made in Slovakia. This format can be considered as rare, therefore Slovak response to relatively strong trend of docu-soaps in Western Europe is very late and it peaked around year 2000. The first implementation of the new, fresh genre was undoubtedly a major challenge for both TV Markíza and Mojsejs. However, we can be questioning how the production understood this challenge and whether *Nora a Braňo* was something more than only an extension of an old theme and apparently exhausted topic of the two "hyper" celebrities, this time packed in a docu-soap genre. *Nora a Braňo* was broadcasted during strategically important Friday's prime-time slot and it succeeded very well, even in comparison with much more expensive competitive projects broadcasted by other television channels. Also in this programme, Mojsejs stylised themselves in a higher social class, showing a continuous tendency of looking on the Slovak society from bird's eye view. By establishing a section inside the show dedicated to responding to the audience correspondence, Mojsejs distanced from the formal rules of docu-soap while showing that their need for selfpromotion after annual break was more important than formal rules of docu-soap genre. Mojsejs again labeled themselves as "know-all" specialists with the exceptional ability to understand deeper social phenomena (especially tabloidization of media), or to criticize anyone out of Slovak showbusiness personalities. Their effort was also supported by the production. The opening jingle characterized them as unique and exceptional personalities: *Nora* as a financial wizard and *Braňo* as a successful rocker. At least the success of *Braňo Mojsej* as a musician is doubtful, but in the meantime, also *Nora* – the „financial wizard“ – has been accused of financial fraud, though not legally found guilty. On the one hand the programme officially proclaimed the intention to explain Mojsejs' ideas to the wider audience, on the other hand it tried to mythologize them and present them as hyper-celebrities, having a right to evaluate their colleagues, ill-wishers, and ultimately the entire society. Television audience had the opportunity to familiarize themselves with the everyday life of a famous couple, but also with the unique situations of their lives (clothing auction, preparation and realization of music festivals etc.). The story took place either in Mojsejs' home (called "villa") or in a variety of outdoors, depending on the current activities of the protagonists. Presented environment had the nature of high society: expensively furnished interiors, luxury cars, crowds of people (fans only) around, buzz wherever they occurred. The feeling of authenticity was accented by technical resources, especially fly-on-the-wall. The story concentrated mainly on the central events that required proper preparation of the protagonists and reflected their human characteristics. Even though, in these moments the audience actually learned only what it had already known after seeing *VILOMENINY* in 2004 – the first media visualisation of a couple. Just like in the reality gameshow *Moj-*

sejovci, conflicts between Mojsejs and TV Markíza caused very complicated course of the show. This time, the main platform of conflicts was concentrated in tabloid press, not inside the programme. This resulted in short duration of the programme, reduced only to nine episodes in comparison to the original plan.

Despite the continuing conflicts between Mojsejs and broadcasters, public interest in them lasted. A year after the end of *Nora* and *Braňo* they finally agreed to cooperate with television channel TV Joj, number two in the Slovak market, and created another original format: *Čo na to Mojsejovci?* / What do you say, Mojsejs? (2007) (As it wasn't a reality TV programme, we will pay only a little attention to it). The format was designed as a talk show hybrid, so it gave up the complicated and unpredictable storyline typical for Mojsejs' previous shows. A basic idea of programme was to present Mojsejs' opinions on selected events in front of the audience. There were also guests invited to the studio, but format rules gave Mojsejs the power to judge them, sometimes even in a very rude way. Thus, the structure of the show partially resembled the talk show genre, but only to the point of confrontation. In this case, the audience reaction was negative. *Čo na to Mojsejovci?* failed in the competition with rival programmes. Therefore, after only four parts being broadcasted, TV Joj decided to shorten the show and enhance its dynamics, moving it to the late prime-time. After the initial above average results, its rating stabilized on average to below average levels. TV Joj broadcasted ten more episodes in this form. As an unsuccessful project TV Joj finally decided to cancel the show. The overall market share of *Čo na to Mojsejovci?* was 19,9%. It was the late prime time product with only 5,5% rating - much lower result than those reached in previous reality TV formats.

It took several years for Mojsejs to return to reality TV. As previous programme showed, public interest in them had been gradually declining, but TV Joj still believed in their commercial potential. This time, the show was aired both in Slovakia and in Czech Republic - a neighbourhood country linguistically and culturally very close to Slovakia. The programme was co-produced with TV Prima, number three at the Czech market and a partner of TV Joj. The production relied on the proven reality gameshow format *The Apprentice*. However, the adaptation of this format in the Slovak and Czech environment has been particularly complicated. Firstly, it is almost impossible to reach the authority and charisma of Donald Trump as an original protagonist of the show. He is really rich, owner of many branches of his company, and he lives in the center of the business world - New York. Secondly, *The Apprentice* is an expensive show, designed for large and economically developed audience. The main protagonist of the Czecho-Slovak version of *The Apprentice* was Nora Mojsejová, her husband didn't feature in the show. It is still not very common to see a woman to be a boss of a company in the Central Europe. She isn't a businesswoman either - she has become rich in the area of tax consulting. She only launched her fashion business during the programme called *Nora Fashion* and the winner of the show became a manager of this company. For these reasons Nora Mojsejová didn't have the authority comparable to Donald Trump. On the contra-

ry, her role as the company's chief was being presented as untrustworthy, incompetent and sometimes even naive. Contestants lacked authority, what was especially noticeable in competitions. Also, the interiors and exteriors were below expectations of The Apprentice format. The corporate headquarters was located in Bratislava, capital of Slovakia. Since the company has just started, the interiors were new, created for the show with intention to look similar to those known from Donald Trump's show.

From the marketing point of view, the show was a flop. After a couple of episodes, it was moved to late-prime time, both in Slovakia and Czech Republic. Moreover, due to the lack of audience, the show was terminated prematurely.

Global patterns and national celebrealty stars

Despite declining public interest, Mojsejs have been a phenomenon in the Slovak media for several years. Their success was proven by market share of some of the shows in which they participated that reached staggering proportions. The basic question in the context of this study is: does the media presentation of Mojsejs in the whole spectrum of reality TV genre broadcasted in Slovakia provide specific characteristic of Slovak media culture, or is it a kind of reflection of global trend of television evolution? This question is notably interesting in terms of professional, but also laic criticism of the current media culture in Slovakia, as there is often a tendency to blame reality TV and namely Mojsejs for its current status, which is undoubtedly unflattering. The dominant discourse of television culture status focuses on unprecedented development in this area, pointing to a specific domestic situation, out of the global context of media culture status (Pavelka, 2006; Spálová & Fichnová, 2008).

The arrival of reality TV in Slovakia has been very specific, and in many ways different, from those of other countries. In a broader context, we can find several common aspects between Slovak and foreign development, regarding the framework response to global stimuli. Broadcasters and producers in Slovakia rarely understood reality TV as a new documentary mode of mediating reality, even though there are some good examples from public broadcasters – especially from Great Britain, Scandinavia and U.S. Instead, Slovak broadcasters understood the challenge of a new genre under the distinct influence of entertaining imperative of light, but also in many aspects, qualitatively poor entertainment.

Response to the questions above is based on comparative analysis of American and Slovak reality TV stars (Osbourne and Mojsejs). We are aware that due to the wide interpretative boundaries of the problem selected method could only provide us with partial answers. There are surprisingly many similarities between Mojsejs and Osbournes. Both families seem to enter into the world of television entertainment by accident, by hosting a single episode of the reality TV programme (VILOMeniny and Cribs). Both of them effectively used such a little media space to attract exceptional audience interest and stimulate producers to create their own, original formats. These formats (Mojsejovci and The Osbournes) brought them high popularity, which they have subsequently failed

to retain in other formats. Moreover, in both cases we can talk about determination of success by a chosen genre. Once the family occurred in other genre than reality TV (Čo na to Mojsejovci? and Osbournes: Reloaded; both mutated talk shows), it had a very sub-standard audience share, and were prematurely withdrawn from broadcast.

Similarities can be also found at the level of individual family members. Similarly to Ozzy Osbourne, Braňo Mojsej is a music performer. However, Ozzy is a music legend, but Braňo is probably still waiting for his career turnover to come. Both men are financially guided by their wives, who are portrayed as more responsible and circumspect. With the high family budgets, both wives ostentatiously displayed their affiliation to a higher social class via expensive purchases, aimed at the top class fashion.

It is important to say that there are also many differences between the two families. Probably the biggest one lies in the fact that the Osbournes have children, while Mojsejs are childless. A presence of children in reality TV is certainly an interesting interlocutor factor that can lead to interesting and attractive situations. From the narratological point of view, a complete family retells the story of a deep variety of interpersonal relationships. In this context, Osbournes have a significant advantage because of their three children, although just two of them featured in the show. From this viewpoint, Mojsejs had to portray other topics than the stereotypical stories of family harmony in its broadest meaning. At least at the level of acting in the reality TV, there are quite a lot of similarities between the two families. On this basis, the media representation of Mojsejs should be viewed as a response of domestic background to foreign inspirations.

Pointing to a number of similarities between the Osbournes and Mojsejs doesn't automatically mean that the Slovak protagonists intentionally and purposely copied the U.S. ones. A more appropriate answer to the question stated in the introduction would be: despite a strong wave of criticism, Mojsejs as celebrealty stars aren't entirely original Slovak reality TV phenomenon, at least at the level of co-creators and innovators of reality TV formats. Acquired knowledge suggests that local media scenes of small countries like Slovakia have to be viewed in the broader context of global development trends. A comparison of Osbournes as a global reality TV stars with Mojsejs as local ones appears to be a good example of specific type of glocalization in media sphere. This kind of implicit globalization is a specific manifestation of contemporary media culture. ■

BIBLIOGRAPHY

- Andrejevic, Mark (2003): *Reality TV: The Work of Being Watched*. Lanham : Rowman & Littlefield Publishers, Inc. ISBN-10: 0742527484.
- Bočák, Michal – Rusnák, Juraj (2008): *Na ceste za poslucháčom a divákom: Poznámky o trendoch v programovaní v elektronických médiách*. [On the way towards radio and television audience: Notes on trends in program-

- ming in electronic media]In: Foret, Martin – Lapčík, Marek – Orság, Petr (eds.): Média dnes. Reflexe mediality, médií a mediálních obsahů. Olomouc : Palacký University. ISBN 978-80-244-2023-3.
- Bondebjerg, Ib (2002): The Mediation of Everyday Life. Genre, Discourse, and Spectacle in Reality TV. In: Bondebjerg, I. – Jerslev, A.(eds.): Realism and “Reality“ in Film and Media (Film and Media Studies Yearbook 2002). Copenhagen : Museum Tusculanum Press.
- Fichnová, Katarína – Wojciechowski, Lukas – Polakevičová, Ivana (2010): Subiektywne postrzeganie przez dojrzewającą młodzież pojęć oznaczających media. In: Media v edukacji - poglądy. Toruń : Zastosowania. Społeczne spostrzeganie. - Adam Marszałek. ISBN 978-83-7611-685-3.
- Holt, Julia (2005): The Osbournes. Livewire Real Lives Series. Hodder Education. ISBN034090397X.
- Jones, Steve (2005): MTV: The Medium was the Message. Critical Studies in Media Communication. Vol. 22, No. 1, March 2005. Avialable online: <http://steve-jones.me/pubs/2005/CSMC-MTV.pdf>
- Koopmans, Andy (2003): The Osbournes. Lucent Books, 2003. ISBN 1590184513.
- Osbourne, Ozzy (2009): I am Ozzy. Sphere. 2009. ISBN-10: 184744346X.
- Pavelka, Jiří (2006): Diskurzivní analýza ve výzkumu masové komunikace. [The discourse analysis in the mass communication research] In: Masmediální komunikácia v interdisciplinárnom výskume. Trnava : UCM, 2006. ISBN 80-89220-48-7.
- Programe plan of TV Markíza. 2006. [doc document online]. [Week 39, 2006]. [20.4.2007]. Avialable online: http://www1.markiza.sk/markiza/data/71327/__extra_6052-anota3906.doc
- Spálová, Lucia – Fichnová, Katarína (2008): Analýza diskurzu gender stereotypu vytvárených médií v postmoderní spoločnosti. [The discourse analysis of gender stereotypes created by media in postmodern society]In: Mezi modernou a postmodernou III. Ostrava : Technical university in Ostrava. ISBN 978-80-248-1730-9.
- Szabo, Peter (2007): Televízny seriál v kontexte literatúry a umenia. [Television series in the context of literature and arts.] In: Fichnová, K. (ed.): (KO)MÉDIÁ : monografia odborných a vedeckých štúdií. Nitra : UKF, 2007.

O AUTORZE:

Peter Mikuláš, Ph.D – *pracownik naukowy w Katedrze komunikacji medialnej I reklamy na Wydziale Filozoficznym Uniwersytetu Konstantína Filozofa w Nitrze (Słowacja).*

PRZESTRZENIE KULTURY

Kamil Kamiński

Barbarzyństwo w ujęciu Michela de Montaigne'a

Barbarity from the point of view of Michel de Montaigne

STRESZCZENIE:

ARTYKUŁ TEN JEST PRZYBLIŻENIEM POGLĄDÓW FRANCUSKIEGO HUMANISTY, MICHELA DE MONTAIGNE'A, NA TEMAT BARBARZYŃSTWA. SVOJE PRZEMYŚLENIA ZAWARŁ ON W TRZYTOMOWYM DZIELE PRÓBY, GDZIE JEDEN Z ROZDZIAŁÓW JEST POŚWIĘCONY KANIBALIZMOWI I BARBARZYŃSTWU. JAK SIĘ OKAŻE, MONTAIGNE OWEGO ZEZWIERZĘCENIA WCAŁE NIE PRZYPISUJE LUDOM PIERWOTNYM CZY KOCZOWNICZYM, ALE EUROPEJCZYKOM. ABY ZROZUMIEĆ, DLACZEGO TO ROBI, PRZEDSTAWIĘ POKRÓTCE OBRAZ ÓWCZESNEJ FRANCJI, W KTÓREJ DOCHODZIŁO DO TYCH POTWORYNYCH WYDARZEŃ. ZDARZENIA TE ZROBIŁY NA MONTAIGNE'U OGROMNE WRAŻENIE, CO MIAŁO WPŁYW NA TREŚCI ZAWARTE W PRÓBACH. RÓWNIIE WAŻNE BĘDZIE PRZYJRZENIE SIĘ RELACJI „MY”- „ONI”, CZYLI EUROPEJCZYCY - PLEMIONA AMERYKI POŁUDNIOWEJ.

SŁOWA KLUCZOWE:

MONTAIGNE, BARBARZYŃSTWO, KANIBALIZM

ABSTRACT:

THIS ARTICLE IS AN APPROXIMATION OF THE VIEWS OF FRENCH HUMANIST MICHEL DE MONTAIGNE ON BARBARITY. HE CONCLUDED HIS THOUGHTS ON THE THREE-VOLUME WORK ESSAYS, WHERE ONE CHAPTER IS DEDICATED TO CANNIBALISM AND BARBARITY. AS IT TURNS OUT THIS SAVAGERY MONTAIGNE DOES NOT ASSIGN TO PRIMARY OR NOMADIC PEOPLES, BUT TO THE EUROPEANS. TO UNDERSTAND WHY IT DOES, I WILL BRIEFLY INTRODUCE THE THEN FRANCE, WHERE IT WAS A LOT OF HORRIFIC EVENTS. THESE ACTIONS MADE A GREAT IMPRESSION ON MONTAIGNE, WHICH HAD AN IMPACT ON THE CONTENTS OF ESSAYS. IT IS EQUALLY IMPORTANT TO LOOK AT THE RELATIONSHIP "we" - "they", THE EUROPEANS - THE TRIBES OF SOUTH AMERICA.

KEYWORDS:

MONTAIGNE, BARBARITY, CANNIBALISM

Celem artykułu jest przybliżenie poglądów XVI-wiecznego francuskiego myśliciela Michela de Montaigne'a na temat kanibalizmu, w odniesieniu do antropologicznego problemu relacji „my”- „oni”. W swojej pracy poruszam ważny problem kulturowy - stosunek do „innego” lub „obcego” jest bowiem jednym z czynników kształtujących kulturę. Tematyka artykułu nie jest nowa, ale praca ta jest samodzielną analizą *Prób* Montaigne'a, wspartą opracowaniami historycznymi.

Na myślenie o innych kulturach często wpływają stereotypy czy uprzedzenia na temat kulturowej inności. Relacja „my” - „oni” ma zasadniczo dwie odmiany. Pierwsza to taka, w której w opozycji do „my” stoi „inny”. Wyrażenie „inny” jest raczej neutralne, ponieważ znaczy „jeden z wielu”, „któryś z kolei”¹. Inaczej ma się sprawa, gdy opozycją do „my” jest „obcy” - termin ten jest już nacechowany negatywnie.² „Obcy” jest przeciwieństwem „swojego” - to ten, który posiada odrębny system wartości. Wrażenie obcości jest spowodowane lękiem przed nieznanym i niepojętym. Aby okiełznać ten lęk, trzeba chcieć poznać „obcego”.

Michel de Montaigne nakreślił obraz „innych”, a nie „obcych”. W jego odczytaniu kultura brazylijskich Indian jest całkiem odmienna od europejskiej, ale to nie znaczy, że gorsza. Tymczasem ówczesni Europejczycy byli przerażeni obyczajami indiańskich plemion: najbardziej zatrząsał ich kanibalizm. Lęk ten wynikał nie tylko z możliwości faktycznego pozbawienia życia, ale też z niewiedzy, skąd wzięło się zjadanie ludzi. Montaigne w rozdziale „O kanibalach” (*Próby*) tłumaczy przyczynę antropofagii wśród owych plemion i opisuje ich obrzędy. Ten XVI-wieczny francuski humanista jako jeden z pierwszych pisał nie tylko o tolerancji odmiennych kultur, ale też odważył się krytykować własną kulturę. Stwierdzając, że „nie ma nic barbarzyńskiego ani dzikiego w tym ludzie [Indianach z Brazylii - przyp. autora], chyba, że każdy zechce mienić barbarzyństwem to, co różni się od jego obyczaju”³, zapoczątkował zupełnie inne postrzeganie odmiennych kultur. Choć nigdy nie opuścił Europy, posiadał sporą wiedzę o ludach zamieszkujących Nowy Świat dzięki rozmowom z marynarzami. Swoje przemyślenia spisał w trzytomowym dziele *Próby*, które jest zbiorem krótkich esejów o ówczesnym świecie.

Myśliciel wśród płonących stosów

Michel de Montaigne był jednym z największych myślicieli w dziejach ludzkości. Żył w niepokojnych czasach (1533-1592), kiedy Francja była pogrążona w religijnej wojnie domowej. Katolicy walczyli z hugenotami o dominację w kraju. Jak pisze Zbigniew Wójcik: „Zaczęły się mnożyć okrutne prześladowania wszelkich heretyków. W kwietniu 1545 r. dokonano krwawej masakry skalwinizowanych waldensów, 3 sierpnia 1546 r. zginął na stosie poeta i humanista Etienne Dolet, skazany za rozpowszechnianie dzieł Erazma z Rotterdamu i Lefe-

¹ M. Jakubczak, *Filozofia kultury jako filozofia kultur*, w: Z. Rosińska (red.), *Co to jest filozofia kultury?*, Warszawa 2007, s. 181..

² Tamże.

³ M. de Montaigne, *Próby*, przeł. Tadeusz Boy-Żeleński, Wydawnictwo Hachette Polska sp. z o.o., Warszawa 2009, rozdział XXXI, s. 348.

vre'a. Szczytowym przejawem prześladowań tego okresu było aresztowanie 61-osobowego synodu protestanckiego w Meaux, z którego następnie na mocy wyroku sądowego 14 osób spalono na stosie, resztę skazano na tortury i więzienia"⁴. Przeciwnikom katolicyzmu odbierano ziemie i przekazywano je Kościołowi; donosicielstwo na propagujących herezje było nagradzane. Montaigne nie opowiedział się po żadnej ze stron (mimo, że był katolikiem), utrzymywał kontakty tak z jedną, jak i z drugą stroną konfliktu, o czym dowodzi nadanie mu tytułu podkomorzego zarówno przez Henryka III i Henryka Burbona⁵.

17 stycznia 1562 r. królowa Katarzyna Medycejska wydała edykt w Saint Germain, na mocy którego hugenoci otrzymali prawo do zgromadzeń poza miastami. To jednak nie spodobało się francuskiemu parlamentowi, który odrzucił takie prawo. Pierwszego marca w miejscowości Vassy doszło do masakry ok. 80 protestantów, zgromadzonych nielegalnie w stodole na nabożeństwie. Wydarzenie to zapoczątkowało wojnę religijną we Francji. Nastąpił okres „szczytowej nietolerancji, gwałtów, okrucieństw i skrytobójczych mordów”⁶. Królowa dążąc do uspokojenia sytuacji, wydała kolejny edykt (8 sierpnia 1570), na mocy którego hugenoci otrzymali całkowitą wolność wyznania poza Paryżem, ogłoszono amnestię dla protestantów i dopuszczono ich do urzędów. Gwarantem stabilizacji miało być małżeństwo Henryka de Bourbon (hugenota), króla Nawarry, z księżniczką Małgorzatą Valois (katoliczka). Jednak noc poślubna przeszła do historii jako Rzeź hugenotów (23/24 sierpnia 1572 r. - Noc św. Bartłomieja). Królowa zmieniła plany, widząc tysiące hugenotów, którzy przybyli na ślub do Paryża - postanowiła raz na zawsze pozbyć się protestantów. W masakrze zginęło ok. 3 tysięcy osób. To musiało zrobić wrażenie na Montaigne'u. Francja jeszcze bardziej się podzieliła. Hugenoci już zupełnie odrzucili zwierzchnictwo dworu, a katolicy popierani przez Hiszpanię i Państwo Kościelne utworzyli Ligę Katolicką. Ostatecznie walkę o tron wygrał przywódca Ligi, Henryk Bourbon, król Nawarry. Jako król Henryk IV musiał przejść na katolicyzm (wypowiedział słynne zdanie: „Paryż jest wart mszy”). 13 kwietnia 1598 r. wydał edykt nantejski, który zrównywał w prawach hugonotów i katolików, kończąc tym samym wojnę religijną (tego niestety Montaigne nie dożył).

Sytuacja społeczna w ówczesnej Francji była dramatyczna. W XVI wieku ojczyzna Montaigne'a doświadczyła aż trzynastu klęsk głodu. Wraz z głodem pojawiły się epidemie, warunki sanitarne były katastrofalne. „W Paryżu chorzy i inwalidzi byli kierowani do szpitali, a zdatnych do pracy, skutych w łańcuchy, zatrudniano przy oczyszczaniu rynsztoków miejskich”⁷.

Również wydarzenia poza Francją miały wpływ na Montaigne'a. Na znacznej części kontynentu europejskiego płonęły stopy inkwizycji, polowano na czarownice (bestsellerem stała się książka *Młot na czarownice*⁸). W Europie postępowała inflacja, wszystko drożało, ponieważ Hiszpanie zwozili złoto z Nowego Świata. „We Francji w ostatnim ćwierćwieczu

⁴ Z. Wójcik, *Historia powszechna. Wiek XVI-XVII*, PWN, Warszawa 2002, s. 201.

⁵ M. de Montaigne, *Próby*, księga I, s. 15.

⁶ Z. Wójcik, *Historia...*, dz. cyt., s.203.

⁷ Tamże, s.40.



Sytuacja społeczna w ówczesnej Francji była dramatyczna. W XVI wieku ojczyzna Montaigne'a doświadczyła aż trzynastu klęsk głodu. Wraz z głodem pojawiły się epidemie, warunki sanitarne były katastrofalne. „W Paryżu chorzy i inwalidzi byli kierowani do szpitali, a zdatnych do pracy, skutych w łańcuchy, zatrudniano przy oczyszczaniu rynsztoków miejskich”.

XVI stulecia wzrosły one [ceny] dwukrotnie w stosunku do pierwszego, a w Hiszpanii zaś 2 do 3 razy⁹. Indianie z Ameryki byli brutalnie zabijani, zmuszani do niewolniczej pracy i siłą chrystianizowani, mimo że w 1537 r. papież Paweł III wydał bullę *Sublimus Deus*, w której uznał Indian za wolnych ludzi. Za życia Montaigne'a spora część świata była już znana (w 1492 r. Krzysztof Kolumb dopłynął do Ameryki; w 1498 r. Vasco da Gama odkrył drogę morską do Indii; w latach 1519-1522 Ferdynand Magellan opłynął kulę ziemską), a Nowy Świat w niemałej części był już podległy krajom europejskim (w 1521 r. - Hernán Cortés podbił Azteków; w 1533 r. Francisco Pizarro pokonał Inków).

Tęsknota do stanu natury

W tak burzliwych czasach przyszło żyć Montaigne'owi. Ówczesny świat przerażał go swoim okrucieństwem i brakiem szacunku dla drugiego człowieka. W końcu zdecydował on odciąć się od otaczającego go życia. Zamknął się w swoim zamku w Montaigne (w okolicach Bordeaux), zorganizował biblioteczkę w wieży i postanowił poświęcić się nauce. Studiował m.in. Platona, Cyserona, Plutarcha. Spędził tak w odosobnieniu około ośmiu lat (1571-1579). Nie był to czas stracony: napisał wtedy dwie pierwsze księgi swojego dzieła *Próby*, które było zbiorem jego spostrzeżeń na temat ówczesnego świata. Poru-

⁸ Tadeusz Manteuffel tak pisze o *Młocie na czarownicy*: „Trudno się dziwić, że przy takiej zachęcie [papie-skie bulle - przyp. autora] spod pióra inkwizytorów wyszedł fachowy w tej sprawie [walka z herezją - przyp. autora] przewodnik *Młot na czarownicy* (1486), który szczegółowo omawiał sposób postępowania z oskarżonymi [...] Ukazanie się w druku *Młota* było więc impulsem do podejmowania coraz to nowych procesów, które przesądzały rokrocznie o męczeńskiej śmierci na stosie niewinnych istot” - T. Manteuffel, *Historia powszechna. Średniowiecze*, PWN, Warszawa 2002, s. 387. O *Młocie na czarownicy* pisze również Zbigniew Wójcik: „W powstałym pod koniec XV w., a niezwykle rozpowszechnionym w Europie drugiej połowy XVI i pierwszej ćwierci XVII w. dziele *Młot na czarownicy* (wydanie polskie 1614 r.) znajdujemy prostą konstatację [...] Renesansowe idee podniesienia godności i znaczenia kobiety w społeczeństwie trafiały raczej do wąskich elit intelektualnych, do ogółu bardziej przemawiała filozofia *Młota na czarownicy*” - Z. Wójcik Z., *Historia...*, dz. cyt., s. 52.

⁹ Z. Wójcik, *Historia...*, dz. cyt., s. 20.

szał różne tematy, od wychowywania dzieci, przez pijaństwo, aż do problemu sumienia. Jednym z najsłynniejszych jest rozdział XXXI z I księgi zatytułowany „O kanibalach”. Montaigne’a bardzo zainteresowała kwestia obcych ludów, mieszkańców innego kontynentu. Przyczynić mógł się do tego fakt, iż miał w służbie byłego kolonistę z Brazylii, który „sprowadza do domu swoich znajomków, marynarzy, którzy po dalekim rejsie zawijają do Bordeaux. Mój mąż ucieka przed rodziną, szlachtą, bakałarzami - może narzekać pani Montaigne - sprowadza zaś majtków, kramarzy, kuglarzy wędrownych, rzemieślników, dla tych ma czas i cierpliwość, tych przyjmuje gościnnie, podaje się im wieszak i wino, a oni raczą pana domu opowieściami o dalekich ładach. Służący - marynarz też ma niejedno do powiedzenia o ludach Nowego Świata”¹⁰.

Takie spotkania zainspirowały Montaigne’a do napisania wspomnianego rozdziału. Myśliciel już na początku zauważył, że podział na „my” i „oni” istniał już w starożytnej Grecji. Hellenowie bowiem wszystkie ludy poza swoim nazywali barbarzyńcami. Przestrzegał też przed uprzedzeniami pisząc, że „trzeba się strzec, aby nie dać się ośmielić pospolitym mniemaniom, i jak trzeba sądzić wedle rozumu, nie wedle pospółstwa”¹¹. Na świat należy patrzeć według własnych przekonań, nie należy być konformistą. Następnie autor *Prób* przytoczył mit o Atlantydzie, aby rozważyć, czy Nowy Świat nie jest przypadkiem legendarną wyspą. Wiadomo o niej z dialogu Platona *Tymajos*. Platon natomiast dowiedział się o Atlantydzie od rodziny Solona. Atlantyda miała być ogromną wyspą, większą od Afryki i Azji razem wziętych, za Słupami Heraklesa (Gibraltar). Mieszkańcy wyspy byli ekspansywni, panowali na morzu (byli potomkami Posejdon) i częściowo na lądzie, gdzie osiedlili się w Afryce po Egipcie, a w Europie aż do Toskanii. Postanowili zdobyć jeszcze Azję, podbijając przy tym wszystkie narody Morza Śródziemnego. Godnymi przeciwnikami okazali się przodkowie Ateńczyków. Stawili opór Atlantydom i nie dali się pokonać. Jednakże w IX wieku p.n.e. dochodzi do trzęsień ziemi i rozległego potopu. Wszystko zostaje zalane, Atlantyda idzie pod wodę, Sycylia odrywa się od reszty półwyspu Apenińskiego, a Cypr od Syrii. Montaigne odrzucił hipotezę o Atlantydzie, ponieważ była ona bliżej Hiszpanii, niż Nowy Świat, który zresztą jest lądem stałym, a nie wyspą. Graniczy bowiem z Indiami Wschodnimi i z ziemiami przylegającymi do biegunów. Myśliciel przywołał również tekst Arystotelesa *O dziwacznych i niesłychanych*. Kartagińczycy odkryli daleko za Gibraltarem żyzną ziemię, na którą zaczęli wypływać wraz ze swoimi rodzinami. Moźni Kartaginy zakazali pod karą śmierci wyjazdu na wspomniany ląd, ponieważ obawiali się wyludnienia Kartaginy i powstania ewentualnego nowego przeciwnika. Jednak i tę koncepcję Montaigne odrzucił. Pisarz wierzył w opowieść swojego sługi, który „był prosty i nieuczony; są to właściwości pomyślne, gdy chodzi o wiarygodne świadectwo”¹². Humanista uwypatnił różnice, które dzielą Europejczyków od opisywanego ludu, stwierdzając, że „nie ma nic barbarzyńskiego ani dzikiego w tym ludzie, chyba, że każdy zechce mienić barbarzyństwem to, co różni się

¹⁰ J. Hen, *Ja, Michał z Montaigne...*, Wydawnictwo W.A.B., Warszawa 2009, s. 110.

¹¹ M. de Montaigne, *Próby*, rozdział XXXI, s. 345.

¹² Tamże, s. 348.



Montaigne twierdził, że nasza cywilizacja „zbękarciła” cnoty, naginając je do swoich potrzeb. Natomiast w stanie natury cnoty są prawdziwe, naturalne, czyste, nieskażone przez wytwory kultury. Sztuka nigdy nie będzie lepsza od natury, którą Montaigne nazwał „matką naszą”. Ludzkie wytwory nie będą tak doskonałe jak ptasie gniazdo czy pajęczyna.

od jego obyczajów”¹³. Zdanie to jest kamieniem milowym w myśleniu o innych kulturach. Większość ludzi bowiem ocenia negatywnie obce zwyczaje, a własne uważa za najlepsze. Buduje się w ten sposób barierę, która często jest oparta na stereotypach czy domysłach. Montaigne twierdził, że nasza cywilizacja „zbękarciła” cnoty, naginając je do swoich potrzeb. Natomiast w stanie natury cnoty są prawdziwe, naturalne, czyste, nieskażone przez wytwory kultury. Sztuka nigdy nie będzie lepsza od natury, którą Montaigne nazwał „matką naszą”. Ludzkie wytwory nie będą tak doskonałe jak ptasie gniazdo czy pajęczyna. Przywołuje Platona, który uważał, że największe i najpiękniejsze rzeczy są dziełami natury lub trafu, a najluchsze są dziełami sztuki. Według Montaigne’a człowiek produktami kultury niszczy naturę, o którą powinien dbać. W tych zdaniach pobrzmiewają współczesne idee ekologii, a konkretniej sozologii - chęć obrony natury przed ingerencją cywilizacji. To, co naturalne, jest dobre, a to, co ucywilizowane - złe.

Montaigne żałował, że Likurg i Platon nie mogli obcować z nowoodkrytymi ludami, gdyż są one wspanialsze od tych żyjących w złotym wieku. Humanista określił ich narodem, „w którym nie ma żadnego handlu, żadnej znajomości nauk, cyfr, żadnej nazwy urzędnika ani politycznej władzy, żadnej służebności, bogactwa ani ubóstwa, żadnych kontraktów, dziedziczenia, działów, żadnych zajęć jak jeno wywczasy, żadnego poszanowania krewieństwa prócz wspólnoty plemienia, żadnej odzieży, żadnego rolnictwa, metalu, użytku wina ani zboża. Słowa nawet, które by oznaczały kłamstwo, zdradę, obłudę, skąpstwo, zazdrość, potwarz, przebaczenie, są tym nieznane”¹⁴. Montaigne chyba sam żałował, że nie może przebywać w ich towarzystwie. Taki stan jest wspaniałą odskocznią od tego, co działo się dookoła niego we Francji. Można by rzec, że przez tę wyliczankę przeziara tęsknota do stanu natury, którego w Europie już nie będzie. Tamten lud jest szczęśliwy, ponieważ nie zna chorób (Montaigne chorował na kamicę nerkową i podagrę) i ma jedzenia pod dostatkiem (przez Francję co jakiś czas przetaczają się kłęski głodu). Swoich potraw nie przyprawiają, jedynie je opiekają (ogień jest ich jednym

¹³ Tamże.

¹⁴ Tamże, s. 351.

z nielicznych narzędzi). Napoje spożywają tylko letnie, jedzą raz dziennie (zamiast chleba mają białą, słodką substancję). Życie w stanie natury im wystarcza, mają wszystko, czego potrzebują. W wiosce panuje przyjazna atmosfera, wszyscy nazywają się braćmi, dziećmi i ojcami, po których spadek jest wspólnym dobrem. Panuje tam wielożeństwo; ilość żon jest zależna od waleczności mężczyzny. W przeciwieństwie do Europejsek, tamte kobiety chcą, aby ich mężowie mieli jak najwięcej żon, ponieważ pokazuje to, jakimi są dzielnymi ludźmi. Nie pieniądze, nie ziemia, nie dobytek, nie tytuły, ale dzielność jest dla tego plemienia pociągająca. Im waleczniejszy, tym bardziej szanowany. Ich domy są przestronne, mieszczą po 200-300 osób; kobiety nie śpią z mężczyznami; budzą się wraz ze wschodem Słońca. Przez cały dzień tańczą, niektóre polują. Mężczyźni mają gładkie twarze, golą się drewnianymi lub kamiennymi brzytwami. Ich kapłani mieszkają w górach, z dala od wioski, schodzą na dół tylko na czas świąteczny lub kiedy mają przepowiedzieć przyszłość. Jeśli przepowiednia okaże się fałszywa, kapłan jest ćwiartowany. Wierzą, że ich dusze są nieśmiertelne: dobra dusza wędruje na niebo po stronie wschodniej, zła po zachodniej. Lud ten wyznaje również zasadę: dzielność wobec nieprzyjaciół, miłość dla żon. Kiedy spotkali pierwszego obcokrajowca, który wjechał do ich wioski na koniu, zastrzelili go z łuków (jakże zupełnie inna sytuacja, niż w przypadku Azteków, którzy uznali Cortésa jadącego na koniu i z arkebuzem za jasnoskórego boga Quetzalcoatla, na którego przyjście ze wschodu czekali). Swojej zasady dzielności przestrzegają w walce z wrogiem. Walczą nago mając ze sobą jedynie łuki i drewniane miecze. Ich bitwy kończą się masakrami, bo nikt nie ucieka z pola walki. Wojennym trofeum jest odcięta głowa przeciwnika, którą wiesza się przy wejściu do domostwa. Jeśli nie wybiję się w pień wszystkich wrogów, pokonanych bierze się jako jeńców: ci nie okazują strachu i jeszcze wyzywają swoich przeciwników („Niechaj przybędą śmiało wszyscy i zbiorą się, aby sprawić sobie ze mnie biesiadę; zaprawdę, zjedzą mnogo swoich ojców i przodków, którzy służyli mi za pożywienie i za ucztę memu ciału. Owe mięśnie, owa krew i żyły, te są wasze, biedni szaleńcy; nie poznajecie, iż substancja i członki waszych przodków żywią w nich jeszcze; smakujcie je dobrze, doszukujcie się smaku własnego ścierwa”¹⁵). Mimo to jeńcy są dobrze traktowani i karmieni. Jednak po pewnym czasie bierze się jednego z nich, zabija i zjada. Zabitego się piecze i wspólnie spożywa, rozsyła się też jego kawałki swoim znajomym w wiosce. Wszystko to robi się z zemsty. Nie służy to jedynie posileniu się, jak u Scytów. Napotkanych Portugalczyków traktują inaczej. Kiedy złapią któregoś, zakopują do pasa w ziemi i ostrzeliwują z łuków, po czym wieszają. To zemsta za sojusze z wrogami i sprowadzenie obcych zwyczajów, głównie tych występnych. Montaigne zauważył tutaj, że łatwo jest oceniać innych i wytykać cudze wady, ale już o wiele ciężiej jest dostrzec własne błędy. Nie należy zbyt pochopnie oceniać kanibalizmu wspomnianego ludu, jeśli nie zna się jego przyczyny. Co prawda, również zabijanie z czystej zemsty jest okrutne, ale Montaigne, jakby chcąc usprawiedliwić nieucywilizowanych, pisał, że „gorszym barbarzyństwem jest zjadać człowieka żywego niż umarłego; rozdzierać w mękach i katuszy ciało jeszcze pełne czucia, piec na

¹⁵ Tamże, s. 359.

wolnym ogniu, dawać je kasać i szarpać psom i świniom (jakeśmy to nie tylko czytali, ale widzieli za świeżej pamięci nie między odwiecznymi wrogami, ale między sąsiadami i ziomkami, co gorsza, pod sztandarem pobożności i religii), niż piec je i zjadać wówczas, gdy jest nieżywe”¹⁶. W przywołanym fragmencie widać odniesienie do wojny domowej, która przetaczała się wtedy przez Francję. Mordowanie w imię innych idei i poglądów, a tym bardziej religii, jest niedopuszczalne. Montaigne widział w tym prawdziwe barbarzyństwo Europejczyków, którzy znęcają się i zabijają innych tylko dlatego, że mają oni odmienny światopogląd. Zachowanie mieszkańców Europy jest gorsze, niż postępowanie ludów Nowego Świata: cywilizacja jest gorsza, niż natura. Wojny tamtych plemion są szlachetniejsze od naszych, bo są współzawodnictwem w męstwie, a nie zabijaniem się o ziemię i tytuły. Kiedy jedno plemię pokona drugie, to zwycięzcy cieszą się, że są odważniejsi i silniejsi; nie plądrują wiosek. Natomiast pokonany woli być zabity i zjedzony, niż uznać zwycięstwo wroga. Wartość człowiek oceniana jest nie przez wzgląd na umiejętności, ale ze względu na wolę walki. „Męstwo to krzepkość nie nóg i rąk, jeno wnętrzości i ducha”¹⁷. Montaigne twierdził też, że antropofagia jest dopuszczalna w skrajnych przypadkach. Przywołuje pewną bitwę¹⁸. W 52 r. p.n.e. Juliusz Cezar oblegał Alezję. Kiedy mieszkańcom skończyła się żywność, wódz Galów, Wercyngetoryks, zarządził zjedzenie starców i kobiet, aby móc dłużej bronić miasta. Jednak po pewnym czasie Galowie i tak się poddali, a Galia stała się jedną z rzymskich prowincji. Swoją przykład popiera stanowiskami stoików, Chryzypa i Zenona, którzy uważali, że „nie jest nic złego posłużyć się naszą padliną w jakiej bądź potrzebie i czerpać z niej pożywienie”¹⁹. Antropofagia to jedno z wielu zjawisk różniących nas od plemion żyjących w stanie natury. Montaigne wspominał przyjazd trzech „przedstawicieli” takich ludów, którzy odwiedzili francuski dwór. Gości zaskoczyły trzy fakty, ale autor *Prób* pamięta tylko o dwóch: „Przede wszystkim bardzo im się zdało dziwne, aby tylu rośli, brodatych, silnych i uzbrojonych ludzi, będących dokoła króla (prawdopodobnie mówili o Szwajcarach gwardii), godziło się poddawać woli dziecka i nie wybrało raczej którego spośród siebie, aby im wydawał rozkazy. Po drugie (mają taki sposób wyrażania, iż nazywają jednych ludzi połowami drugich), dziw im było patrzeć, że są między nami ludzie syci, zaopatrzeni we wszelakie dogodności, zasię ich połowy stoją jako żebracy u wrót wychudli z głodu i ubóstwa; nie sposób było im pojąć, iż te połowy potrzebujące mogą ścierpieć taką niesprawiedliwość i nie chwycą tamtych za gardło ani nie zażegną ognia w ich domostwach”²⁰. Dla ludzi z Nowego Świata było niepojętym, jak młody władca może dyrygować doświadczonymi gwardzistami. Wodzem powinien być najdzielniejszy i najsilniejszy z mężczyzn, a nie młokos, który siedzi na tronie tylko dzięki dziedziczności. Równie niezrozumiałe są dla nich nierówność między warstwami społecznymi.

¹⁶ Tamże, s. 355.

¹⁷ Tamże, s. 358.

¹⁸ Juliusz Cezar opisał tę bitwę w *O wojnie Galijskiej* w księdze VII.

¹⁹ M. de Montaigne, *Próby*, s. 355.

²⁰ Tamże, s. 361.

W Europie podział na biednych i bogatych widać w każdym mieście (wojny i średnio-wieczny feudalizm znacząco podzieliły społeczeństwo Starego Kontynentu). Natomiast w lesie tropikalnym wszyscy są równi jak polówki. Nikt nie głoduje, jedzenia starczy dla każdego. Ludzie są po prostu szczęśliwi.

Dziedzictwo Montaigne'a

Tadeusz Boy-Żeleński we wstępie do *Prób* określił to dzieło mianem „biblii nowożytnej myśli”²¹. Rzeczywiście, poglądy Montaigne'a były nowożytne, prawie współczesne, a z pewnością wykraczające poza swoją epokę. Jego przekonania były i są wyjątkowe. W tamtych czasach istniało niewiele osób, które przeciwstawiły się okrucieństwu Europejczyków. Oprócz Montaigne'a był to m.in. Bartolomé de Las Casas²². Wykazał się on tolerancją, której brakowało większości ludzi ówczesnej Europy. Mieszkańcy Starego Kontynentu byli przede wszystkim zaskoczeni samym istnieniem Indian. Nie było bowiem o nich wzmianki w Biblii, na której w wielkiej mierze oparty był ówczesny świat. Zadawali sobie pytania: czy Chrystus umarł na krzyżu umarł również za nich? Skąd się wzięli, skoro nie są wymienieni w Piśmie Świętym? Ich pochodzenie było różnie wyjaśniane. Niektórzy twierdzili, że Indianie są potomkami uciekinierów z tonącej Atlantydy (Atlantydzi mieli odpłynąć w dwóch kierunkach, na zachód do Ameryki i na wschód do Egiptu) lub są jednym z zaginionych ludów Izraela (plemię Manassesego, syna Józefa). Od Europejczyków odróżniał ich jeszcze kolor skóry (to większy szok dla Indian niż Europejczyków, którzy stykali się już wcześniej z Arabami i Azjatami), język i oczywiście omówione wcześniej obyczaje. Gdyby jedni i drudzy rozdawali wizytówki, to na europejskiej byłby napis „torturujemy ludzi”, a na indiańskiej - „zjadamy ludzi”. Jedni i drudzy są sobą obrzydzeni: Jak można zjeść drugiego człowieka? Jak można znęcać się nad drugim człowiekiem? Tak właśnie przedstawiała się relacja między Europejczykami, a Indianami.

Opozycja „my” - „oni” istniejąca od czasów starożytnych jest zauważalna po dzień dzień, mimo że po Montaigne'u było wielu innych myślicieli (choćby XX-wieczni humaniści tacy jak Edward Said, Ryszard Kapuściński, Bronisław Malinowski czy Claude Lévi-Strauss), którzy chcieli przybliżyć Europejczykom obyczaje innych ludów. Montaigne w swoich *Próbach* porównał ze sobą dwie zupełnie odmienne kultury, kulturę zachodnioeuropejską i kulturę ludzi żyjących, z perspektywy Europejczyków, zgodnie z naturą. W oczach francuskiego myśliciela lepsza jest ta druga. Wpłynęło na to wiele czynników: brak chorób, ogólnodostępne jedzenie, zabijanie tylko z zemsty, dzielność jako wyznacznik szacunku, społeczna równość. Na niekorzyść Europejczyków przemawiają: epidemie, klęski głodu, zabijanie z przeróżnych pobudek (osobistych lub ideologicznych), ciągłe wojny o ziemię i tytuły, nierówność społeczna.

²¹ Tamże, s.7.

²² Bartolomé de Las Casas - żył w latach 1474-1566, hiszpański misjonarz, kronikarz, dominikanin; w latach 1502-1513 uczestnik hiszpańskiego podboju; następnie obrońca Indian i rzecznik pokojowej chrystianizacji; biskup Meksyku (1544) - za: Wójcik Z., *Historia powszechna. Wiek XVI-XVII*, PWN, Warszawa 2002, s. 113, 120.



Opozycja „my” – „oni” istniejąca od czasów starożytnych jest zauważalna po dziś dzień, mimo że po Montaigne’u było wielu innych myślicieli (choćby XX-wieczni humaniści tacy jak Edward Said, Ryszard Kapuściński, Bronisław Malinowski czy Claude Lévi-Strauss), którzy chcieli przybliżyć Europejczykom obyczaje innych ludów.

Można śmiało dość do wniosku, że Montaigne idealizował obraz Indian. Wcześniej już przywoływana Marzenna Jakubczak stwierdza, że można przyjąć dwie strategie wobec „obcego”: demonizacja, czyli okazywanie wrogości i ujemne wartościowanie, oraz idealizacja, czyli fascynacja tym, co niepoznane, nieswoje²³. Z całą pewnością można zauważyć, że Montaigne był oczarowany innością, o której opowiedział mu marynarz. Wizerunek ludzi, którzy mają wszystko na wyciągnięcie ręki, żyjących w zgodzie z naturą i nie potrzebujących wiele od życia, był dla niego zachwycający. Był to obraz zupełnie przeciwny XVI-wiecznej Francji, gdzie dominowały głód i wojny. Stąd właśnie może wpływać krytyka Europejczyków i pochwała Indian. Oczywiście Montaigne nie zwracał się bezpośrednio do ówczesnych władców, jego dzieło nie jest manifestem. Jednak po ponad czterystu latach od pierwszego wydania *Prób* rozdział „O kanibalach” można odczytywać jako krytykę europejskiej cywilizacji i gloryfikację natury. Następuje tu bowiem zderzenie dwóch opozycji: „my” – „oni” oraz kultura – natura. Starcia na tych płaszczyznach pozwalają określić samego siebie. To, jak „my” definiujemy „obcego” i jaki jest nasz stosunek do natury, mówi więcej o nas samych, niż o tych podmiotach. Barbarzyństwo jest jedną z kategorii, dzięki której można opisać inne ludy. Uznanie kogoś za barbarzyńcę oznacza, że odcinamy się od niego, staje się on „obcy”, bo nie wygląda tak jak „my”, nie zachowuje się tak jak „my”. Montaigne w tekście „O kanibalach” zwrócił uwagę na używanie terminu barbarzyństwo już od czasów antycznych²⁴. Każdy, kto nie pochodził z kulturowego kręgu grecko - rzymskiego był uznawany za barbarzyńcę. To samo działo się za życia autora *Prób*. Dla Europejczyków Indianie uchodzili za barbarzyńców, bo nie byli rozwinięci cywilizacyjnie i przede wszystkim zjadali ludzi. Antropofagia to bariera nie do zaakceptowania także w dzisiejszych czasach. Ale według Montaigne’a to nie Indianie byli barbarzyńcy, lecz Europejczycy. Potrafili bowiem torturować i zabić drugiego człowieka ze względu na inne poglądy polityczne czy religijne. To jest prawdziwe bestialstwo. Można by rzec, że kultura zepsuła człowieka. Ten francuski

²³ M. Jakubczak, *Filozofia...*, dz. cyt., s. 184.

²⁴ M. de Montaigne, *Próby*, rozdział XXXI, s. 345.

humanista widział na własne oczy ludzi palonych na stosie i nie mógł pojąć tego okrucieństwa. Dlatego obraz Indian wydał mu się tak piękny – choć przyznawał, że względem rozumu barbarzyńcami pozostają zarówno Europejczycy, jak i Indianie, ponieważ zabijanie, nawet z zemsty jest niedopuszczalne²⁵.

Po lekturze „Kanibali” można dostrzec obraz dwóch zupełnie odmiennych kultur, które są sobie obce. Lista różnic jest długa, od wyglądu, przez język, po techniki zabijania. Smutnym wnioskiem jest to, że tak odrębnych cywilizacji nie da się pogodzić. Opozycja „my” – „oni” jest zbyt silna. Można próbować, ale jeżeli „obcy” nie może stać się „swoim”, to niech przynajmniej będzie „innym”. Michel de Montaigne zapisał bardzo istotne zdanie w omówionym rozdziale. Stwierdzenie to dotyczy naszego, nierzadko wypaczonego postrzegania obcych kultur: „Nie to mnie mierzi, iż odczuwamy całą barbarzyńską ohydę tego postępowania, ale to, iż, oceniając trafnie ich błędy, tak ślepi jesteśmy na własne”²⁶. ■

BIBLIOGRAFIA:

- Cezar G.J., *Wojna Galijska*, przeł. Eugeniusz Konik, Ossolineum, 1978.
Hen J., *Ja, Michał z Montaigne...*, Wydawnictwo W.A.B., Warszawa 2009.
Jakubczak M., *Filozofia kultury jako filozofia kultur*, w: Z. Rosińska (red.), *Co to jest filozofia kultury?*, Wydawnictwo Uniwersytetu Warszawskiego, Warszawa 2007.
Manteuffel T., *Historia powszechna. Średniowiecze*, PWN, Warszawa 2002.
Montaigne de M., *Próby*, przeł. Tadeusz Boy-Żeleński, Wydawnictwo Hachette Polska sp. z o.o., Warszawa 2009, księga I, rozdział XXXI.
Wójcik Z., *Historia powszechna. Wiek XVI-XVII*, PWN, Warszawa 2002.

O AUTORZE:

Kamil Kamiński (ur. 1989 r.) – posiada licencjat kulturoznawstwa; student kulturoznawstwa II stopnia na Uniwersytecie Kardynała Stefana Wyszyńskiego w Warszawie; członek zarządu Koła Naukowego „Culture ON” przy Wydziale Nauk Humanistycznych UKSW; pasjonat historii.

²⁵ Tamże, s. 356.

²⁶ Tamże, s. 355.

SPRAWOZDANIA I OMÓWIENIA

SZTUKA UMIERANIA

Theo Kern, Ostatnie rozmowy agnostyka z Bogiem, tłum. Grzegorz Rawski, WAM, Kraków 2012.

Niezwyczajnie szczerą i prawdziwą jest książka „Ostatnie rozmowy agnostyka z Bogiem” autorstwa śmiertelnie chorego w trakcie pisania 52-latka o pseudonimie Theo Kern. Nadchodząca śmierć spowodowała, iż Kern postanawia w ramach swoistej autoterapii, psychoanalizy, by nie powiedzieć rodzaju spowiedzi, napisać o swych zmaganiach z Bogiem a konkretniej z Jego nieobecnością, którą w życiu odczuwa.

Kern wychowany w rodzinie katolickiej traci swą niezbyt mocno ugruntowaną wiarę, choć nie traci zainteresowania potrzebami religijnymi człowieka i w książce rozmawia ze „swoim” Bogiem. Nawet jeżeli jest to tylko Bóg urojony, Bóg złudzenie, to jednak jest to jego „własny” Bóg, jego „własna” wiara, której nic mu nie może odebrać. Książkę, zredagowaną ostatecznie po śmierci autora, kończy wymowne zdanie: „Nie posiadamy nic ponad subiektywną pewność”.

Ta niezwykła chęć do spisywania swych bardzo intymnych przeżyć i przemyśleń oraz uczynienie ich adresatem Boga, którego istnienia autor nie jest pewien, czyni z książki Kerna niezwykle świadectwo stanu duchowego współczesnego człowieka Zachodu. To bardzo rozchwiana tożsamość, rozdzielana między naiwne wyobrażenia religijne wyniesione z dzieciństwa a ustalenia nauki współczesnej, szukająca w życiu głębszego zakorzenienia i sensu a zarazem nie mogąca niczego przyjąć na zasadzie autorytetu i tradycji, świadomość niespokojna i szukająca także wymiarze religijnym i duchowym, której jednak nie zadawają ustalone na zawsze prawdy i dogmaty. W tym wymiarze książka Kerna jest na pewno niezwykle ciekawym polem do analiz duszpasterskich.

Jest to też świadectwo z zapomnianej dziś sztuki umierania. Nasza kultura wyrzuciła śmierć poza swój obręb, uczyniła ją sferą tabu. Także chrześcijaństwo trochę wycofało się z podkreślania obecności śmierci i potrzeby życia w jej obliczu jak swistego rodzaju znaku dojrzałości. Kern umiera świadomie, umiera, myśląc i szukając, umiera, klóćąc się z Bogiem, umiera w głęboko ludzki sposób. Kern, poszukujący agnostyk, człowiek widzący potrzebę obecności transcendencji życiu człowieka przeżywa swoje życie w sposób ostateczny, a jego postawa może dać do myślenia także osobom głęboko wierzącym.

W kolejnym bowiem wymiarze jest to książka, z której największy pożytek mogą odnieść wierzący, obserwując z jaką ostrością i powagą Kern podchodzi do spraw egzystencjalnych, jak bardzo nurtuje go ustalenie spraw, które dla człowieka religijnego też są zagadnieniami fundamentalnymi: skąd się bierze zło, jaki jest sens cierpienia, kim był Jezus. Oczywiście, trzeba się przy lekturze książki otworzyć na słowa Kerna i nawet zaakceptować pewne jego infantylne pytania czy kwestie niewłaściwie postawione, pamiętając, że ich autorem jest umierający człowiek, który wobec „swego” Boga czyni rachunek z życia. „Chcę rzucić Mu wyzwanie. Tobie rzucić wyzwanie, Tobie, Boże – tak, Tobie. I w przeciwieństwie do magów religii i ich naiwnych wiernych nie wierzę w to, że boski piorun spadnie na mnie z góry z powodu moich błuźnierstw”.

Ta książka oczyszcza. Kern z racji często podkreślanej przez siebie wolności od głoszenia ustalonych doktryn i dogmatów tak nieraz stawia pytania i tak porusza niektóre kwestie, wydawałoby się raz na zawsze ustalone w chrześcijaństwie, iż bije z jego książki jakiś ożywczy blask głębokiej wiary autora. Czasem wydaje się wręcz, iż Kern walczy o pełniejszą chrześcijańską wizję Boga niż ta, którą otrzymał przez wychowanie i którą spotykał wokół siebie jako dorosły.

Zrozumiałe jest, iż z racji swej śmiertelnej choroby szczególnie mocno kwestionuje on tradycyjne chrześcijańskie próby tłumaczenia przyczyn i sensu cierpienia. Tłumaczenia mówiące, iż cierpienie jest próbą Bożą, karą za grzechy człowieka czy skutkiem jego wolności traktuje jako „myślowe wygibasy”, które miały za wszelką cenę zatrzymać ludzi przy Bogu. Czy cierpienie może być próbą? - zastanawia się Kern. „Czy można wyobrazić sobie ojca, który do granic możliwości testuje swe dziecko, aby wypróbować jego miłość?” - pisze autor. Czy ogrom ludzkich cierpień jest potrzebny Bogu po to, by stwierdzić, że ci, którzy się pod wpływem cierpienia nie załamują kochają go naprawdę? „Ostatecznie nie mogę sobie wyobrazić, że ten pomysł pochodzi z Twojego boskiego mózgu, ale raczej jest dziełem umysłu sadystycznych teologów” - pisze w charakterystycznym dla siebie stylu Kern.

Odrzucając tradycyjny sposób mówienia o Bogu teologii chrześcijańskiej, a zarazem mając potrzeby duchowo-religijne, Kern - dziecko czasów współczesnych, uznające autorytet i wagę nauki, niezdolne przyjąć niczego na zasadzie tradycji, szuka na swój własny sposób i w swym własnym życiu transcendencji. Trudno określić jej istotę. Kern nie jest zresztą teologiem, a poza tym w obliczu śmierci nikt raczej nie sili się na żadne intelektualne spekulacje. Kern szuka swego własnego określenia transcendencji, które nie byłoby narzuconą przez Kościół formułą. „Naturalnie, dogmatyka kościelna w jej potrzebie przedstawiania wszystkiego w postaci definicji zagarnęła Boga i tego Boga odcisnęła w katechizmach w formie pojęć. Przy okazji zatraciło się wyobrażenie, że ludzie muszą pokonywać swą drogę w wierze, której nie można narzucić, lecz jedynie zaproponować”. Trudno się tu z autorem nie zgodzić. Zwłaszcza, że sam ma już mało czasu, aby tę drogę w wierze do Boga przeżyć.

Transcendencja, o której pisze Kern, nie jest na pewno żadnym rodzajem bytu, niczym, o czym moglibyśmy powiedzieć jakąś definicję. Tu myśl Kerna wyraźnie zostaje w orbicie teologii apofatycznej, o której słyszał i której główna idea, iż o Bogu możemy powiedzieć tylko czym nie jest a nie czym jest, jest mu bardzo bliska. Ta negatywna konkluzja nie jest jednak dla Kerna punktem dojścia, lecz stanowi odskocznnię dla podstawowej dla niego myśli, iż w tę transcendencję, o której nic nie wiemy, można włączyć Boga. Godne podkreślenia jest tu słówko „można” - jest to bowiem wolna decyzja wolnego człowieka: „(...) dysponuję wolnością, aby wypełnić tę transcendencję według mej osobistej wizji życia, według mego rozumienia życia”. Kern tworzy więc pewną przestrzeń, w której transcendencja i Bóg mogą się pojawić. W jaki sposób? Kern w sposób niezwykle pisze i zaprasza: „To jest także Twoja szansa, mój drogi Boże”. Piękne zaproszenie, mądre słowa - warte zastanowienia.

Podziękowania należą się katolickiemu wydawnictwu za udostępnienie tej książki polskim czytelnikom. Książka ta dla wielu wierzących może okazać się wspianą okazją do głębszej refleksji nad ich wiarą, nad jej temperaturą. Bardzo osobiste wyznanie wierzącego agnostyka Theo Kerna złożone w obliczu śmierci, a więc skrajnie szczere i bezinteresowne budzić może w czytających, zdrowych i cieszących się życiem pewne pytania, które bez tej lektury mogłyby nigdy nie paść. ■

Bartosz Wieczorek
Szkoła Wyższa im. Bogdana Jańskiego w Warszawie