

## Kościół a młodzież z czasów popkultury. Obawy i nadzieje

### Zamiast wstępu...

Zaproszeniem, niejako pomostem do kolejnych części tekstu niech będzie fragment tekstu z płyty *Hip-Hop Dekalog*, nawiązujący do pierwszego przykazania:

*Ciągle nowi idole/ideały w mojej głowie/  
Serca głos mówią mi wciąż, że cios zadałem Tobie/  
Iluzją było, to co szczęściem było tylko w mojej głowie (...)  
Szukam rozwiązania, bo oto przyszedł czas na zmiany/  
W zdrowym ciele niech zamieszka zdrowy duch/  
Dałbym wiele, byś był znów moim numerem jeden/  
Wszystko przecież mam od Ciebie/  
Wolność, bym mógł kreować siebie/  
Co dzień wybierać między dobrem a tym, co zniewala/  
Mnogość błędów na kolana mnie powala/  
Nikt nie może dać mi tego, co od Ciebie otrzymałem/  
Zawiodłem/przepraszam/powracam/zmądrzałem...<sup>1</sup>*

### O kulturze popularnej

Kultura to całość życia rozmaitych grup ludzkich, stosunków w tych grupach i postaw ich członków, a także uznawane przez nich wartości, przekonania, normy i sposoby poznawania świata. Papież Paweł VI pisał: *Królestwo głoszone w Ewangelii wprowadzają w życie ludzie, którzy przynależą do swojej określonej kultury i w budowaniu tego Królestwa muszą korzystać z pewnych elementów kultury*

<sup>1</sup> Por. K. Messyasz, *Popkulturowa ewangelizacja. Fundamentalne wartości i współczesne sposoby ich ekspresji*, „Socjologia religii” 6 (2008), s. 298.

*i kultur ludzkich (Evangelii nuntiandi, 22)*. W badaniach nad kulturą możemy spotkać wąskie, czyli antropologiczne, rozumienie kultury i szerokie, czyli symboliczne, jej rozumienie<sup>2</sup>. Mówiąc o rozumieniu szerokim, wiemy, że zawiera ono w sobie wszystkie dziedziny ludzkiego życia. Przykładem jest religia, sztuka, prawo, polityka, medycyna, transport, rolnictwo. Zatem w zakres rozumienia szerokiego wchodzi to, w jaki sposób żyje człowiek. Rozumienie to obejmuje również narzędzia, które do tego wykorzystuje. Pod warunkiem, że nie posługuje się wyłącznie naturą. Tak więc wyróżniamy kulturę: polityczną, rolną, gospodarczą itp.

Spojrzenie wąskie skupia się głównie na sferze symbolicznego komunikowania się, np. za pomocą: dźwięku, mowy, pisma, muzyki, ubioru albo wyglądu zewnętrznego. W ujęciu tym za kulturę można również uznać zachowania i ich wytwory, których podstawowym aspektem jest obecność intersubiektywnych znaczeń, które są społecznie akceptowane i posiadają jakąś wartość. Do tego ujęcia zaliczamy więc język, sztukę, religię i obyczaje. Można powiedzieć, że jest to podzbiór kultury w ujęciu szerokim. Nie jest jednak oczywiste i ostre wyodrębnienie tych dwóch aspektów kultury. Nawet kultura transportu czy polityki może zawierać w sobie elementy symboliczne<sup>3</sup>.

Współczesny etap kultury, zdaniem W. Świątkiewicza, często określany w kategoriach postmodernizmu, opisywany jest poprzez takie jego własności jak żywiowość, systemowość, nieracjonalność, chaotyczność<sup>4</sup>.

W wielu współczesnych opracowaniach spotykamy się z pojęciami: kultura masowa i kultura popularna, przyjmując tym samym ich zamienne używanie, pomimo znaczących różnic. To, co bowiem dzieło te pojęcia, to mechanizm funkcjonowania kultury i komunikowania: w kulturze masowej jest on z natury rzeczy oparty na technicznych środkach przekazu, zaś w kulturze popularnej może przejawiać się kontakt bezpośredni. Kulturę masową utożsamia się z treściami mocno ujednoliconymi, wystandaryzowanymi, natomiast we współczesnej kulturze popularnej podkreśla się element silnego zróżnicowania – m.in. treści niszowe powodują, że nie sposób mówić o ma-

<sup>2</sup> M. Golka, *Socjologia kultury*, Warszawa 2008, s. 37.

<sup>3</sup> M. Golka, dz. cyt., s. 39.

<sup>4</sup> W. Świątkiewicz, *Pielgrzymi i turyści w pejzażu polskiego katolicyzmu*, w: *Katolicyzm polski na przełomie wieków. Teologiczny, instytucjonalny i wspólnotowy wymiar Kościoła*, red. J. Baniak, Poznań 2002, s. 157.

sowym odbiorcy<sup>5</sup>. Ma to swoje oczywiste uzasadnienie historyczne, zważywszy na fakt wprowadzenia terminu „kultura popularna” przez amerykańskich i angielskich badaczy, gdyż w indywidualistycznym społeczeństwie określenie „kultura masowa” było deprecjonujące.

J. Fiske idzie jeszcze dalej w swoich rozważaniach, stwierdzając, iż nie ma kultury masowej, są tylko alarmistyczne i pesymistyczne teorie kultury masowej<sup>6</sup>. Nadaje on całkowicie nowy wymiar badaniom nad takimi wytworami kultury, jak: jeansy, centra handlowe, brukowce i teleturnieje telewizyjne. Wprowadza rozróżnienie między kulturą masową („produktami” kulturalnymi wprowadzanymi na rynek przez uprzemysłowione społeczeństwo) a kulturą popularną, która przejawia się w sposobach wykorzystania, nadużywania i niszczenia owych produktów przez człowieka, nadającego im własne znaczenia i komunikaty.

Kulturę popularną natomiast można rozumieć jako kulturę ludową współczesnych społeczeństw postindustrialnych. Jest to kategoria dziś nie do przecenienia, jeśli chodzi o płaszczyznę działania pedagogicznego. Przemawia za tym fakt współczesnego „przesunięcia socjalizacyjnego”, w którego efekcie kultura popularna stała się – przysłaniając wpływ rodziny, szkoły czy Kościoła – dziedziną pośredniczącą między jednostką i światem społecznym (...) pośredniczącą w niemal niezauważalny, elementarny sposób, poprzez apelowanie do ciała, do struktur popędowych, do pożądań. Jest to dziedzina kształtowania uogólnionych reprezentacji podmiotowości, dostarczająca gotowych, zideologizowanych odpowiedzi na pytanie „kim jestem”. Jest to wreszcie obszar walki o uczucia jednostek, rozgrywającej się między różnymi ideologiami<sup>7</sup>.

Kultura popularna, jak pisze Z. Melosik: *w znacznie większym stopniu niż nauczyciel i szkoła wpływa na sposoby postrzegania świata przez młodzież, na akceptowane przez nią wartości. To ona (...) w dużej mierze kształtuje tożsamość młodego pokolenia. Popularne teksty i bohaterowie bardzo często nadają sens codziennemu życiu młodzieży; są źródłem tworzenia poczucia wspólnoty oraz podejmowanych*

<sup>5</sup> M. Golka, dz. cyt., s.146.

<sup>6</sup> Za: W. Jakubowski, *Kultura popularna, media i my, czyli refleksje o tożsamości mieszkańca „globalnej wioski”*, w: *Kultura popularna: konteksty teoretyczne i społeczno-kulturowe*, red. A. Gromkowska-Melosik, Z. Melosik, Kraków 2010, s. 47.

<sup>7</sup> T. Szkudlarek, *Wiedza i wolność w pedagogice amerykańskiego postmodernizmu*, Kraków 199, s.144.

przez młodzież praktyk kulturowych<sup>8</sup>. Kulturę popularną charakteryzuje totalna i bezkrytyczna afirmacja doczesności, jest nazywana kulturą typu instant. Za symbol tej kultury przyjmuje triadę: *fast food*, *fast sex*, *fast car*.

*Fast food* to kuchenka mikrofalowa, gorący kubek, McDonald's i coca-cola jako natychmiastowa forma skondensowanej przyjemności. *Fast sex* to natychmiastowa satysfakcja seksualna, bez zobowiązań i zaangażowania emocjonalnego. *Fast car* to symbol kurczenia się czasu i przestrzeni (dzięki concorde „natychmiast jest się w Nowym Jorku”). Kultura typu instant to także natychmiastowość komunikacji: telefon komórkowy, fax, e-mail, stacje telewizyjne MTV i CNN czy internet – możliwość natychmiastowego przemieszczania się przez informacje, kultury, społeczeństwa.

W innych opracowaniach spotykamy się z nazwą „kultury przypadkowości”<sup>9</sup>. Jej szczególnym wyróżnikiem jest między innymi zdeprecjonowanie słowa, które przestało służyć komunikacji między osobami i jest używane głównie jako narzędzie manipulacji. W tego rodzaju kulturze słowo może – w zależności od okoliczności i potrzeb chwili – oznaczać różne rzeczy, może też nie znaczyć nic. Dlatego w ufundowanej na dążeniu do łatwego życia kulturze „przypadkowości” prawdziwy dialog nie jest możliwy, nie jest też oczekiwany, a jego miejsce zajmuje dialog pozorny.

Pokolenie urodzone pomiędzy 1985 a 1998 r., zwane przez socjologów pokoleniem sieci, ukształtowało swoje zachowania przez multimedia, mobilne urządzenia i dostęp do internetu. Socjologowie nazywają ich generacją Y czy też pokoleniem Google<sup>10</sup>, które mówi o sobie, że wchodząc do szkoły, „musi zwolnić obroty”; które twierdzi, że szkoła to najbardziej oddalone od realnego świata miejsce; które uważa, że nie widzi sensu w rozwiązywaniu szkolnych zadań; które prosi, aby ich „angażować, a nie rozwścieczać”; które chce, aby szkoła była miejscem tworzenia, a nie jedynie przekazywania wiedzy. Tak przynajmniej twierdzą amerykańscy nastolatki. Praktyka nauczycielska pozwala na wniosek, że polscy uczniowie nie myślą inaczej. Uczniowie nie widzą różnicy pomiędzy rozmową na skype a tą

<sup>8</sup> Z. Melosik, *Tożsamość, ciało i władza. Teksty kulturowe jako (kon)teksty pedagogiczne*. Poznań–Toruń, 1996, s. 18.

<sup>9</sup> S. Sławiński, *Dialog jako komunikowanie się osób w szkolnej praktyce wychowania do kultury*, [online], [dostęp: 15 grudnia 2010]. Dostępny: [http://www.misjarodzinnia.pl/new/Slawinski\\_Dialog\\_jako\\_komunikowanie\\_sie\\_osob.pdf](http://www.misjarodzinnia.pl/new/Slawinski_Dialog_jako_komunikowanie_sie_osob.pdf)

<sup>10</sup> Np. M. Prensky, *Digital Natives, Digital Immigrants*, 2001, [online], [dostęp: 30 września 2011]. Dostępny: <http://www.marcprensky.com/writing/>

w realnym świecie. Nie przeszkadza im, gdy na pulpicie komputera jednocześnie otwarte jest okienko komunikatora Gadu-Gadu, gra komputerowa, dokument w edytorze tekstu i film na YouTube. Niezrozumiałe jest dla nich zdziwienie dorosłych, którym w głowie się nie mieści, że oni właśnie w ten sposób się uczą. Deklarowana przez nich umiejętność wykonywania jednocześnie kilku czynności dla pokolenia cyfrowych imigrantów (rodziców, dziadków, nauczycieli itp.) jest niezrozumiała, ma jednak swoje racjonalne źródła. Zasadne jest twierdzenie, że w przeciwieństwie do osób starszych, nastolatki nie mają problemu z czytaniem z ekranu komputerowego (tabletu czy smartfona), migającymi obrazkami i jednocześnie przesuwającymi się interaktywnymi reklamami<sup>11</sup>. W Polsce, jak podaje A. Kielian<sup>12</sup>, przeciętny wiek pierwszego logowania do sieci internetowej wynosi 9 lat.

Reasumując, można odwołać się tutaj do obecnej w kulturze popularnej kategorii nastolatka (*the global teenager*). Jest to postać w niewielkim stopniu kształtowana przez wartości narodowe, państwowe i historyczne, w znacznie większym – przez kulturę popularną i ideologię konsumpcji. Upraszczając, można powiedzieć, że: nastolatek uczęszcza do przyzwoitej szkoły średniej bądź wyższej – bez entuzjazmu, ale stara się nie mieć kłopotów, ogląda MTV, słucha brytyjskiej i amerykańskiej muzyki, jeździ na deskorolce, chodzi do McDonald's, pije coca-colę itd., łatwo się komunikuje, jest tolerancyjny dla wszelkich odmienności i nawet paradoksów, identyfikuje się z nastolatkami całego globu, chłonąc *image* popularnej kultury amerykańskiej.

Jakie w związku z tym rysują się możliwości przed pedagogiem-wychowawcą, także kapłanem, poruszającym się w świecie kultury popularnej, który jest nierzadko jedyną przestrzenią funkcjonowania jego wychowanków? Zdaniem Z. Melosika<sup>13</sup>, można mówić o czterech sposobach zmierzenia się z fenomenem popkultury: świadome dążenie do zablokowania istniejących trendów kulturowych, w imię uznanych, tradycyjnych wartości kulturowych; bezrefleksyjne dryfowanie wraz z szybko zmieniającą się kulturą; akceptacja euforii supermarketu i bezkrytyczne „klikanie” w rzeczywistość; negocjacja z młodzieżą kształtu rzeczywistości, w której wspólnie żyjemy,

<sup>11</sup> W. Kołodziejczyk, M. Polak, *Jak będzie zmieniać się edukacja. Wyzwania dla polskiej szkoły i ucznia*, Warszawa 2011, [online], [dostęp: 15 listopada 2011]. Dostępny: [http://www.dbp.wroc.pl/biblioteki/wroclaw/index.php?option=com\\_docman&Itemid=73](http://www.dbp.wroc.pl/biblioteki/wroclaw/index.php?option=com_docman&Itemid=73)

<sup>12</sup> A. Kielian, *Trudna młodzież czasów popkultury*, [online], [dostęp: 19 listopada 2011]. Dostępny: <http://prasa.wiara.pl/doc/1012524.Trudna-mlodziez-czasow-popkultury/3>

<sup>13</sup> Z. Melosik, T. Szkudlarek, *Kultura, tożsamość i edukacja – migotanie znaczeń*, Kraków, 1998, rozdz. 3.

a w szczególności kształtowanie w młodzieży nawyku świadomego podejmowania wyborów odnośnie do kształtu własnego „ja”.

### Młodzież (w) i o Kościele

Wiek dorastania to okres poszukiwania własnej tożsamości i próby samookreślenia. Ten etap rozwoju w życiu człowieka często nosi miano „kryzysu tożsamości”, ponieważ jej odnalezienie staje się teraz dominującym zadaniem egzystencjalnym, rzutującym na całe dalsze życie.

Młody człowiek, poszukując swojej tożsamości, tworzy nowy obraz własnej osoby przez odpowiedź na pytanie, kim jest i jakie jest jego miejsce w świecie. To pragnienie zdefiniowania samego siebie następuje przez porównanie z innymi, będącymi zwierciadłem, w którym młody człowiek uczy się rozpoznawać siebie.

Tożsamość współcześnie jest uznawana za kategorię, bez której trudno jest definiować ludzką egzystencję. Jednocześnie w literaturze spotykamy wielość koncepcji tożsamości (narracyjna Paula Riceoura, refleksyjna Giddensa), orientacji definicyjnych, modeli tożsamości (model zdrowia Eriksona, model interakcyjny Meada)<sup>14</sup>.

Jak pisze E. Erikson, w 12. roku życia człowiek wkracza w burzliwy okres młodzieńczy. Przy zmianach hormonalnych, wyglądu i wielkości ciała wyzwaniem staje się utrzymanie zgodności między dążeniami agresywnymi i seksualnymi a kierunkową linią sumienia. Potrzeby miłości seksualnej i wolności trudno pogodzić z regułami i granicami przeżywanej młodzieńczej miłości. Przy różnych wpływach, nowych potrzebach, rolach społecznych, umiejętnościach, wyborze grupy, centralnym zadaniem dla młodego człowieka staje się ukształtowanie aktualnego poczucia tożsamości. Rodzą się pytania: „Kim jestem?” i „Czego chcę?”. Erikson mówi tutaj o „kryzysie identyczności”. Niebezpieczeństwem staje się niezdolność osiągnięcia stabilnej identyczności. Dzisiaj stadium to sięga okresu do około 20. roku, kiedy młody człowiek nie jest jeszcze zdolny zdefiniować, kim jest w rzeczywistości. Występuje tu dylemat identyfikacji z różnymi rolami i różnymi stylami życia. Młody człowiek pragnie wypracować własną tożsamość w grupie koleżeńskiej, jednak czasem

<sup>14</sup> Por. H. Kwiatkowska, *Tożsamość nauczycieli*, Gdańsk 2005, s. 81.

zwycięża kryzys identyczności<sup>15</sup>. Jak dowodzi E. Erikson: (...) *nie można oddzielić rozwoju jednostkowego od zmian, jakie mają miejsce w społeczeństwie, jak nie możemy rozdzielić (...) kryzysu tożsamości jednostki i równoczesnych kryzysów rozwoju historycznego*<sup>16</sup>. Zatem w tworzeniu tożsamości młodego człowieka bierze udział zróżnicowany mechanizm personalizacji i kategoryzacji. W wyniku personalizacji (proces zorientowany na wydobycie atrybutywnych cech jednostki jako niepowtarzalnej osoby) powstaje tożsamość osobowa, będąca wyrazem realizacji potrzeby unikatowości człowieka, jego odrębności, odróżniania się od innych. W wyniku kategoryzacji powstaje tożsamość społeczna, która realizuje się przez potrzebę przynależności i podobieństwa do innych<sup>17</sup>.

Ponadto, jak pisze S. Zaręba<sup>18</sup>, młodość jest okresem kształtowania postaw wobec zastanych i tworzonych instytucji, w tym również Kościoła. Kwestia stosunku do autorytetów, zarówno tych rozumianych w kategoriach indywidualnych, jak i instytucjonalnych, oraz propagowanych przez nie systemów norm i wartości, jest przez S. Zarębę charakteryzowana następująco: (...) *nieradko są to opinie krytyczne, zabarwione emocjami, ale świadczą o próbach pokazania, że i my mamy coś do powiedzenia na ten temat*. W 1988 r. na pytanie, czy można być człowiekiem religijnym bez Kościoła jako ludu Bożego, w ogólnopolskich badaniach socjologicznych J. Mariańskiego, 27,3% badanej młodzieży odpowiedziało – tak, 54,0% – nie, a 18,7% to niezdecydowani lub nieudzielający odpowiedzi. 10 lat później odpowiednie dane kształtowały się następująco: 46,3%, 30,7%, 23,0%. Z kolei w 1998 r. 62,6% badanej młodzieży było przekonanych, iż można być człowiekiem religijnym, pomijając Kościół w jego strukturze instytucjonalnej. Z porównania odpowiedzi na te dwa pytania, jak pisze dalej J. Mariański, wynika, że młodzież o wiele bardziej ceni Kościół jako wspólnotę wiary niż Kościół jako instytucję<sup>19</sup>. Podobnie, jak informują wyniki badań prowadzonych przez Instytut Statystyki Kościoła Katolickiego, w pokoleniu młodych Polaków widać głębszy spadek

<sup>15</sup> Por. D. Buksik, *Wybrane psychologiczne teorie cech osobowości*, [online], [dostęp: 8 czerwca 2011]. Dostępny: <http://www.seminare.pl/16/buksik-a2.doc>

<sup>16</sup> Za H. Kwiatkowska, dz. cyt., s. 29.

<sup>17</sup> Tamże, s. 70.

<sup>18</sup> Za A. Górny, *Kościół w opinii młodzieży w przededniu wejścia Polski do Unii Europejskiej*, „Socjologia religii” 2 (2004), s. 237.

<sup>19</sup> Por. J. Mariański, *Kościół instytucjonalny w Polsce – szanse i zagrożenia*, w: *Katolicyzm polski na przełomie wieków. Teologiczny, instytucjonalny i wspólnotowy wymiar Kościoła*, red. J. Baniak, Poznań 2002, s. 55–56.

praktyk religijnych niż w całości społeczeństwa. W 1988 r. 49,6% młodych ludzi praktykowało systematycznie – tyle samo, ile średnia praktyk całego społeczeństwa. W następnych latach wśród młodzieży liczba systematycznie praktykujących spadła o około 7 punktów procentowych. W 1998 r. wyniosła 40,2%, a w 2005 r. 38,6%. Podobnie zmniejszyła się liczba młodych praktykujących niesystematycznie: z 32,7% w 1988 r. do 28,9% w 2005 r.<sup>20</sup>

Niepokojące jest, że wśród młodych liczba praktykujących spada wraz z wiekiem. W 2005 r. w grupie 16–19 lat praktykowało 41,8%, a w grupie 23–26 lat – tylko 26,8%. Dane te mają charakter alarmujący. Okazuje się, że wśród studentów oraz młodych rozpoczynających pracę – osób chodzących co niedzielę do kościoła jest mniej o 14% od średniej w społeczeństwie.

Czy więc potrzeba postawić, a właściwie przywołać pytanie zadane podczas Krajowego Forum Duszpasterstwa Młodzieży w Warszawie (25–27.01.2008 r.), podczas którego z biskupami i duszpasterzami spotkali się licealiści, studenci, młodzi pracujący: *Kościół traci młodzież czy młodzież traci Kościół?*, może parafrazując znane stwierdzenie E. Gierka: *Stoimy na krawędzi przepaści, ale pójdziemy krok naprzód*, pokusić się o dalej idące pytanie: *Czego młodzież boi się w Kościele?*

Źródłem wszelkich obaw młodych w stosunku do Kościoła, jak słusznie zauważa A. Potocki<sup>21</sup>, należy szukać zarówno po stronie Kościoła i aktualnego modelu duszpasterstwa, jak i po stronie młodzieży. Mentalność tej ostatniej bowiem kształtują dzisiejsze trendy kulturowe, w tym zwłaszcza medialne i lansowany przez nie wzór *homo consumidor – konsumuję, więc jestem*. Nastolatkom trudno jest dzisiaj znaleźć powód, by chodzić do kościoła. Większość z nich nie zadaje sobie pytań o to, czy istnieje coś poza doczesnością. Te sprawy stają się ważne dopiero wtedy, gdy ktoś uświadomi sobie własną śmiertelność, a to – zdaniem psychologów – przychodzi najczęściej po trzydziestce<sup>22</sup>.

Kościół bywa postrzegany przez młodych często jako restrykcyjna, ograniczająca instytucja, która formułując swoje zasady, kontroluje sposób ich realizacji i w przypadku stwierdzenia braku akceptacji,

<sup>20</sup> M. Przechodźniński, *Kościół 20 lat wolności – religijność Polaków*, [online], [dostęp: 9 września 2009]. Dostępny: <http://www.ekai.pl/wydarzenia/raport/x21292/kosciol-lat-wolnosci-religijnosce-polakow/?page=4>

<sup>21</sup> A. Potocki, *Dlaczego młodzież boi się Kościoła?*, „Socjologia religii” 3 (2005), s. 185.

<sup>22</sup> Zaprezentowane wątki rozwijam szerzej w artykule: *Czy i dlaczego młodzież boi się dziś Kościoła – kilka uwag o autorytecie w Kościele*, w: *Laboratorium wychowania. Wybrać autorytet*, red. W. Korzeniak, z. 1, Pelplin 2011.

uruchamia działania represyjne. Takiego Kościoła, który limituje swobodę sposobu urzeczywistniania wiary, jak twierdzą socjologowie, wypada się lękać, jeśli dodać do tego charakterystyczne zjawisko, jakim jest zjawisko subiektywizacji wiary – a więc z oferty doktrynalnej Kościoła wybieram to tylko, co mnie interesuje. I ta świadomość wyboru staje się źródłem poczucia wolności – wybieram, więc jestem. Chociaż może bardziej, jak twierdzi A. Potocki, odrzucam, więc jestem<sup>23</sup>. A przecież odpowiedzialna wolność zakłada, że ograniczenia wynikają nie z zawężania obszaru wolności, ale z rozszerzania obszaru odpowiedzialności. Największe zagrożenie tutaj stanowi Kościół postrzegany jako ogranicznik osobistej autonomii moralnej, determinujący postawy i zachowania moralne.

Tymczasem, jak pokazują badania, autorytet Kościoła w kwestiach moralnych uznaje 31% młodzieży, w tym 65% głęboko wierzących i 34% wierzących. A więc jedynie co trzecia osoba z tej grupy godzi się z tym, czego naucza Kościół w sprawach moralnych. Co drugi opowiada się za etyką sytuacyjną. Podstawowym arbitrem w sytuacjach wątpliwych moralnie wymieniane jest sumienie<sup>24</sup>.

Warto tu przytoczyć opinię nestora polskiej teologii, ks. J. Kudasiwicza: *Dla nas chrześcijaństwo ogranicza się do nakazów i zakazów. (...) Mówimy ciągle wiernym, czego Bóg od nich żąda, natomiast nie uczymy ich o tym, czym ich Bóg obdarzył w Chrystusie, jedynym Zbawicielu. Więcej dobrego można wykrzesać z wiernych jednym dobrym kazaniem o Trójcy Świętej niż mówieniem cały rok o tym, czego Bóg żąda, np. od chrześcijańskich małżonków. Spłaszczyliliśmy i spłyciliśmy chrześcijaństwo tylko do jednego wymiaru moralnego, a zgubiliśmy wymiar w głębi. To jest największa 'herezja' Kościoła polskiego<sup>25</sup>.*

W Polsce, jak czytamy w raporcie Zespołu Więzi<sup>26</sup>, kościelna troska o moralność wydaje się silniejsza niż o duchowość. Wielu socjologów natomiast (por. J. Mariański, S. Zaremba, K. Pawlina) wskazuje na specyficzną cechę religijności Polaków, jaką jest odmienne jej funkcjonowanie na dwóch płaszczyznach. Pierwsza – to przyznanie się do wiary. Druga – to przekonania moralne. Jeśli mówimy o pierwszej,

<sup>23</sup> A. Potocki, . cyt., s. 189.

<sup>24</sup> K. Pawlina, *W kryzysie autorytetów? Psychosocjologiczny obraz współczesnej młodzieży*, [online], [dostęp: 1 czerwca 2011]. Dostępny: <http://www.nowezycie.archidiecezja.wroc.pl/numery/042006/04.html>

<sup>25</sup> J. Kudasiwicz, *Duch Święty i Jego dary*, Kraków 2008, s. 21.

<sup>26</sup> Zespół Laboratorium Więzi, *Zawsze wierna czy mierna? Plusy i minusy polskiej wiary*, „Więź” 9 (2008), s. 43–44.

to można powiedzieć, że nie jest jeszcze tak źle; o moralności już tak powiedzieć się nie da. Pękło coś w naszej obyczajowości.

Ogólnie biorąc, nie odrzuca się religii. Jest ona „jakoś potrzebna” w życiu człowieka. W codziennym jednak myśleniu dominuje przekonanie, że bez Boga można po prostu się obejść. Wiara nie wydaje się konieczna do ułożenia sobie życia. Dlatego nie przeszkadza młodym ludziom, że – z jednej strony – wyznają wiarę, a z drugiej – żyją tak, jakby Boga nie było. Rozdzwięk między deklarowaną wiarą a akceptacją nauki głoszonej przez Kościół wzrasta jeszcze bardziej w odniesieniu do zagadnień życia małżeńskiego. Ta sama młodzież, która opowiada się za dość liberalnym życiem intymnym, jeśli nie rozwiązłym, jako cel życia na pierwszym miejscu stawia szczęśliwe życie rodzinne, wielką, odwzajemnioną miłość<sup>27</sup>. Doskonale to pierwszeństwo rodziny w hierarchii wartości młodzieży ukazują badania P. Sobierajskiego i T. Biernata, wykonane na reprezentatywnej próbie młodzieży – 2243 osób<sup>28</sup>.

Wśród wszystkich kwestii związanych z moralnością najbardziej opresyjna i zarazem generująca lęk wśród młodzieży (żeby nie powiedzieć eklezjofobię) funkcja Kościoła realizuje się w sferze ludzkiej płciowości. Zwłaszcza dotyczy to dezaprobaty dla normy nakazującej czystość przedmałżeńską oraz normy zakazującej stosowania środków antykoncepcyjnych. A. Potocki twierdzi, iż lansowane przez Kościół normy etyki seksualnej bywają postrzegane przez młodzież jako na tyle dotkliwe, że wywołują określone przekonania. Związane są one z takim oto podejściem: *odrzucając to, czego uczy Kościół, grzeszę tylko wobec Kościoła, a nie wobec Boga, który z pewnością jest bardziej wyrozumiały niż księża spowiednicy, dlatego przepraszam Boga, powierzam się Jego dobroci, ale – pełen obaw – dystansuję się od Kościoła*<sup>29</sup>.

W doświadczeniu statystycznego katolika autorytet Kościoła jako instytucji nierozzerwalnie związany jest z autorytetem księdza – kapłana jako funkcjonariusza tej instytucji. Zresztą, niestety utożsamianie Kościoła z księżmi zdarza się nawet w języku Kościoła hierarchicznego – gdy np. biskupi mówią o „wewnętrznych sprawach Kościoła”, tj. takich, które powinny być omawiane wyłącznie w gronie „wtajemniczo-

<sup>27</sup> K. Pawlina, dz. cyt.

<sup>28</sup> Badania opisane w publikacji: P. Sobierajski, T. Biernat, *Młodzież wobec małżeństwa i rodziny*, Toruń 2007.

<sup>29</sup> A. Potocki, dz. cyt., s. 189 nn.

nych”, czytaj: duchownych<sup>30</sup>. Podobnie jak w przypadku nauczyciela, autorytet księdza nie jest tylko autorytetem zewnętrznym, formalnym, powstającym na mocy samych tylko święceń. Obecnie sutanna, koloratka, habit funkcjonują coraz częściej wśród wiernych jedynie jako znak przynależności do grupy społecznej, podobnie jak mundur policjanta czy fartuch lekarski. Fakt bycia księdzem nie gwarantuje mu jeszcze pełnego kredytu zaufania i uznania, czyli bycia autorytetem. Dopiero wtedy, gdy okaże się on człowiekiem głębokiego życia duchowego czy dużego formatu intelektualnego, bądź da się poznać jako serdeczny, życzliwy, otwarty na potrzebujących duszpasterz, zyskuje szacunek i autorytet. Gdyby jednak pozostał na poziomie porządnie spełnianych funkcji, do jakich zobowiązał się, przyjmując święcenia, będzie postrzegany jedynie jako przyzwoity urzędnik<sup>31</sup>.

Dystans i lęk wobec księży związany jest z zarzutami, jakie publicznie pojawiają się w stosunku do nich, ale też nierzadko z przejawianiem wyjątkowo uprzywilejowanej, w poczuciu specjalnego wybraństwa, postawie kapłanów. Boimy się często tych, którzy są dla nas obcy lub których takimi postrzegamy. Wydaje się także, iż mamy tutaj do czynienia ze swoistym mechanizmem kategoryzacji społecznej, związanej z postrzeganiem różnic i podobieństw. Powoduje ona efekt homogeniczności grupy obcej („oni” są tacy sami, „my” jesteśmy różni), a zatem my się różnimy, a wszyscy księża są tacy sami (nawet gdy coś nagannego przydarzy się jednemu kapłanowi, polaryzujemy ten osąd na całą grupę).

Młodzi boją się także po prostu tych, którym nie ufają, którzy w ich mniemaniu nie są czytelni, a nawet bywają tajemniczy. W świetle sondaży opinii publicznej zaufanie do Kościoła katolickiego, zwłaszcza od przełomu 2006–2007 r. (por. CBOS i TNS OBOP)<sup>32</sup>, zaczęło się wyraźnie zmniejszać. Dane pokazują także, iż zaufanie do liderów życia religijnego spada. W badaniach Instytutu Statystyki Kościoła Katolickiego z 2002 r. swojemu biskupowi ufało 45% respondentów, episkopatowi – 42%, proboszczowi – 56%. Równocześnie brak zaufania do proboszcza deklarowało 8,2%. Może zatem warto nazywać swoje lęki, obawy czy też wreszcie to, co boli. A boli, jak pisze K. Zagórska, racjonalizowanie wiary przez dorosłych, także rodziców,

<sup>30</sup> Zespół Laboratorium Więzy, dz. cyt., s. 43–44.

<sup>31</sup> S. Sroka, *Autorytet w Kościele*, [online], [dostęp: 1 czerwca 2011]. Dostępny: <http://www.katolikwchicago.com/katonline/2009/11/8.aspx>

<sup>32</sup> J. Mariański, *Zaufanie do Kościoła w społeczeństwie polskim*, w: *Spoleczna i polityczna rola Kościoła instytucjonalnego w Polsce*, s. 38.

negowanie aktywności religijnej przez rówieśników, formacja dla ugrzecznionej młodzieży, brak czasu księży zapracowanych w szkole. Boli wybieranie duszpasterzy młodzieży, czasem nieprzygotowanych, za pomocą dekretu, czy mała pomoc tym kapłanom, „którym chce się chcieć”. Bola przede wszystkim zmiany duszpasterzy, czasem zbyt częste, zastępowanie moderatorów innymi, bez takiego „powołania w powołaniu”; nie chodzi o przywiązanie do konkretnego człowieka, „fajnego księdza”, ale o zrozumienie potrzeb formacyjnych; jeśli to osoba niewłaściwa, wtedy zaangażowanie duszpasterskie słabnie bardzo szybko, ogień gaśnie<sup>33</sup>.

### **Kościół i młodzież w przestrzeni popkultury. Obawy i nadzieje**

Młodzież we współczesnych realiach społeczeństwa informacyjnego dojrzewa szybciej nie tylko biologicznie, ale i społecznie. Obserwowane rozchwianie ideologiczne i relatywizacja wszystkiego bez wyjątku prowadzi do sytuacji, w której młodzież startuje w dorosłe życie, rozpoczynając od negacji ideałów zaproponowanych przez dorosłych. Bunt wobec ideałów starszego pokolenia jest nieodmiennie wpisany w okres dorastania, dzisiaj jednak, jak podkreślają badacze, zjawisko to przybiera niespotykaną wcześniej skalę i manifestuje się przez zupełnie nowe, bardziej radykalne działania<sup>34</sup>. To kultura popularna bowiem, jak zaznaczyłam wcześniej, w dzisiejszych czasach jest jednym z czynników bardziej wpływających na wychowanie młodego człowieka. Obecnie obserwujemy głównie negatywne skutki wpływu mass mediów i popkultury na młodzież, przykładami są tu: wczesna inicjacja seksualna czy eksperymenty z alkoholem i innymi substancjami psychoaktywnymi. To popkultura podaje młodemu człowiekowi gotowe wzorce na tacy, jak hamburgery w fast foodzie. A żeby nie było zbyt nudno, to menu zmienia się co roku.

Ofensywa neopogańskiej, popkulturowej papki, jak pisze M. Jakimowicz<sup>35</sup>, pokazuje jasno: chrześcijaństwo Zachodu zaczyna tracić tożsamość. Tłumy wiernych już nie bardzo wiedzą, w kogo wierzą.

<sup>33</sup> K. Zagórska, *Kościół traci młodzież czy młodzież traci Kościół?*, „Przewodnik Katolicki”, 9 (2008).

<sup>34</sup> Za A. Górny: *Kościół i rodzina a socjalizacja młodego pokolenia początków XXI wieku – razem, obok siebie czy przeciw sobie?*, „Socjologia religii” 5 (2007), s. 318.

<sup>35</sup> M. Jakimowicz, *Popkultura puka do drzwi Kościoła*, [online], [dostęp: 10 listopada 2010]. Dostępny: <http://www.rodzinakatolicka.pl/index.php/publicystyka/5-komentarze/17803-popkultura-puka-do-drzwi-kosciola>

Znakomicie (czytaj: „prawdziwie, do bólu”) zdiagnozował to zjawisko prawosławny teolog Paul Evdokimov: *Stępienie zostało wszystko, co uderzające, wykraczające poza zwyczaj, wstrząsające. Religia stała się nieszkodliwa, splaszczona, grzeczna i rozsądna – i przez to niestrawna. Wspierające tę religię założenie: „Bóg nie wymaga aż tyle” pozbawia smaku sól Ewangelii: straszną zazdrość Boga i Jego żądanie tego, co niemożliwe. Nie można nawet powiedzieć, że Ewangelia napotyka mur. Twardy mur to reakcja. Ale Ewangelia spotyka się tylko z całkowitą obojętnością; rozbrzmiewa w pustce, przechodzi przez pustkę i nic jej nie zatrzymuje.*

Młodzież czasów popkultury potrzebuje zatem bardziej mądrego przewodnika, latarni stojącej na skale i pokazującej właściwą drogę niż Kościoła wojującego, „katolicyzmu dialogu”, a nie „katolicyzmu twierdzy”. „Katolicyzm twierdzy”<sup>36</sup> wychodzi z założenia, że religia katolicka i polska tradycja są dziś bezlitośnie atakowane, dlatego trzeba zewrzeć szeregi. Zwolennicy tej postawy skupiają się na ukazywaniu błędów przeciwników Kościoła i narodu oraz na formowaniu własnych zwolenników w swoim alternatywnym i bezpiecznym świecie. Większość wysiłków – tak instytucjonalnych, jak i formacyjnych – służy umocnieniu w wierze tych, którzy już wierzą. Kościół bywa zatem postrzegany jako hermetyczny, zacofany, nudny i nienadążający za światem, który się ciągle zmienia. Natomiast „katolicyzm dialogu” wychodzi z krytycznej akceptacji współczesnego świata. Uznaje, że istnieją w nim niebezpieczne tendencje, ale odnaleźć można także oznaki narastającego głodu duchowego i tęsknotę za trwałymi wartościami. Spór kulturowy istnieje, lecz strategia walki to sprowadzenie chrześcijaństwa do partykularnej ideologii walczącej z inną ideologią.

Sam Jan Paweł II niejednokrotnie podkreślał, dając temu wyraz swoją obecnością i podejmowaniem dialogu z kulturą, by nie bać się świata takiego, jaki on jest, przy zachowaniu krytycyzmu wobec niektórych przejawów współczesnej kultury. Podobnie twierdzi ks. abp K. Nycz: *Ważne jest, by dochodząc do przyczyn, wydobywać z nich nowe zadania dla duszpasterstwa, także dla duszpasterstwa młodych, w szkole, w parafiach, w duszpasterstwach akademickich, w grupach.*

<sup>36</sup> Nurty wyodrębnione przez Z. Nosowskiego, por. Z. Nosowski, *Polskie katolicyzmy*, „Więź” 1 (2010), s. 5–27.

*Tę samą ewangelię ciągle głosić po nowemu. Stare wino w nowych bukłakach*<sup>37</sup>.

Spróbujmy zatem zasygnalizować kilka płaszczyzn możliwości „oswojenia” popkultury i wynikających z tego implikacji dla praktyki wychowawczej wśród młodzieży<sup>38</sup>.

### Język

Nie można żyć poza kulturą, gdyż dzięki niej człowiek wrasta w świat, nie można żyć więc także poza „popkulturą” jako alternatywnym sposobem wyrażania przez człowieka jego wartości, przekonań. Jednym z nośników kultury popularnej jest język.

Sposoby mówienia bowiem, które stają się typowe dla danej społeczności, zaczynają jednocześnie stanowić integralną część kultury, wcielając i utrwalając jej wartości i normy.

W wychowaniu religijnym ważne jest posługiwanie się zrozumiałym dla młodego człowieka językiem, co podkreślają dokumenty Kościoła: *Najwyższym przeto i bezwzględnie koniecznym zadaniem profetycznej posługi Kościoła jest wyrażenie w języku zrozumiałym dla ludzi wszystkich czasów treści tego orędzia, (...) by całe ich życie zostało naświetlone wiarą z uwzględnieniem szczególnych warunków rzeczy i czasu, w jakich upływa to życie, oraz by mogli postępować stosownie do godności, którą przedstawiło im orędzie zbawienia, a wiara objawiła* (DCG, 37)<sup>39</sup>. Oczywiście można obawiać się tego swoistego dialogu między tradycyjnym językiem wychowania religijnego a językiem popkultury. Rację ma jednak A. Draguła, że skoro *słowa ludzkie pozostają zawsze nieadekwatne wobec tajemnicy Boga* (KKK, 42), *stopień tej nieadekwatności może być przecież taki sam zarówno w przypadku starych, jak i nowych sposobów mówienia o Bogu. Oba języki tak samo mogą mówić o Nim prawdziwie, jak i kłamać*<sup>40</sup>.

Tymczasem uderza właśnie oderwany od normalnego życia język, jakim posługują się duchowni, a w ślad za nimi wielu świeckich, od-

<sup>37</sup> *Młodzież przyszłością Kościoła? Rozmowa z Biskupem Kazimierzem Nyczem, Przewodniczącym Komisji Wychowania Katolickiego Konferencji Episkopatu Polski*, [online], [dostęp: 1 listopada 2003]. Dostępny: [http://www.opoka.org.pl/biblioteka/1/ID/mlodziez\\_futuritas.html](http://www.opoka.org.pl/biblioteka/1/ID/mlodziez_futuritas.html)

<sup>38</sup> Kilka refleksji zamieściłam wcześniej w artykule *Wychowanie religijne w dialogu z kulturą popularną. Implikacje dla praktyki wychowawczej*, w: *Laboratorium wychowania. Wychowanie religijne w kulturze, poprzez kulturę i dla kultury*, red. W. Korzeniak, z. 1, Pelplin 2011.

<sup>39</sup> *Ogólna Instrukcja Katechetyczna (Directorium Catechisticum Generale)*, w: *Katecheza po Soborze Watykańskim II w świetle dokumentów Kościoła*, red. W. Kubik, Warszawa 1985, cz. 1.

<sup>40</sup> A. Draguła, *Czy Jezus jest cool?*, „W drodze” 7 (2002) 347.

powiedzialnych za wychowanie religijne. Jest to zazwyczaj język napuszony, *nieziemski*, sztucznie hieratyczny, górnolotny, zniechęcający (wystarczy przywołać tu przykłady słów, które rzadko pojawiają się w mowie potocznej, jak „kroczyć” zamiast „iść”; „czynić” zamiast po prostu „robić” czy też „pochylanie się z troską”, „ubogacanie w szczególny sposób”, „trzeba nam tak żyć”).

Z kolei W. Kudyba, wykładowca literatury współczesnej i członek Komisji Języka Religijnego PAN, zauważa, iż *gwałtowny rozwój popkultury sprawia, że pogłębia się przepaść między językiem religijnym i codziennym. Pierwszy silnie manifestuje związek z kręgiem kultury wysokiej, drugi – poddany presji kultury masowej – ulega coraz głębszej laicyzacji. Nie wydaje się, aby istniała inna metoda przezwyciężenia obcości obu kodów niż dialog między nimi. Stawką jest nie tylko przywrócenie mowie religijnej utraconej świeżości i komunikatywności, ale także ewangelizacja pop-kultury (...)*czasem myślę, że być może los europejskiego chrześcijaństwa zależy właśnie od tego, czy uda się nam ochrzcić kulturę masową<sup>41</sup>.

Jeżeli oczywiście przyjmujemy, że chodzi nie o zmianę przesłania w wychowaniu religijnym, tylko o formę – a więc dostosowanie języka do młodego odbiorcy, to doskonałym przykładem jest tu *Dobra Czytanka wg św. ziom'a Janka*<sup>42</sup>, która obrazuje właśnie swoisty związek z popkulturą, co ilustruje jej fragment: *Wtedy Jezus wyjechał do nich z tekstem: Bez kitu wam nawijam, Syn sam z siebie nie może nic zdziałać, tylko te akcje, które widzi, że uskutecznią też Ojciec, bo Junior robi to samo co Starszy. Starszy kocha Syna i pokazuje mu wszystko, co sam robi, i pokaże mu jeszcze bardziej wyczesane akcje, co by wam kopary opadły. I jak Ojciec martwym daje kopa do życia, tak samo Junior – tym, którym chce. Ojciec nikogo nie sądzi, tylko cały sąd odpalił Synowi. Żeby wszyscy szanowali Syna, tak samo jak Starszego. Jak ktoś nie szanuje Syna, to olewa też Ojca, który Go przysłał, proste? Bez ściemy do was nawijam: Ziom, który słucha mojego słowa i daje wiarę Temu, który mnie tu przysłał, ma nieskończone i wypasione życie i nie stanie przed sądem, bo zmienił miejscówkę – ze śmierci na życie (por. J 5, 19–24).*

J.A. Kłoczowski pisał, że *język religijny był współkształtowany wraz z obrazem świata, który został bezpowrotnie odrzucony*. Jeśli

<sup>41</sup> W. Kudyba, *Full Power Spirit*, „Tygodnik Powszechny” z 08 I 2006.

<sup>42</sup> *Dobra Czytanka wg św. ziom'a Janka*, Warszawa 2006, więcej informacji o tym projekcie można znaleźć na stronie <http://www.ziomjanek.pl>

więc w odbiorze młodego pokolenia kościelny język jest martwy, obcy, anachroniczny, zrozumiały dla zamkniętego klanu znawców, jest językiem getta<sup>43</sup>, to nie podejmując dialogu z popkulturą, w codziennej pracy wychowawczej z młodzieżą można w tym getcie pozostać.

### Obraz/symbol

Pedagogika postmodernistyczna, związana z kręgiem kultury popularnej, zwraca także uwagę na centralną pozycję obrazu we współczesnej kulturze. Tożsamość człowieka bowiem, przyjmując za Z. Baumanem, jest czymś, co tworzy on na podstawie własnych doświadczeń, zachowań innych ludzi, zasobów pamięci komunikacyjnej i tego wszystkiego, co zawiera tzw. pamięć kulturowa. Wykorzystuje ona właśnie obraz (między innymi media, jak film, telewizja, kino etc.)<sup>44</sup>. W kulturze popularnej jest to szczególnie widoczne w dyskursie reklamy, nie tylko *stricte* religijnej, która jest nierzadko przesiąknięta treściami religijnymi w swoisty polimorficzny sposób. Współczesna młodzież, poszukując swej tożsamości, lubi być wyrazista, a nawet radykalna, trudno zatem nie brać pod uwagę w wychowaniu religijnym i zachować obojętność wobec pewnych kategorii obrazów, symboli, których moc często jest ukryta.

Wystarczy dla egzemplifikacji przywołać przykład akcji koszulkowej „Frondy” – ulotki „Dziewczyny czekają na twoją modlitwę – 24h – przez całą dobę”, z rysunkiem kobiety stylizowanej na tancerkę z agencji towarzyskiej, czy też dostępne do kupienia w internecie, a wywodzące się z USA bransoletki i koszulki z napisem: „Jesus Christ Demon Crusher” (Jezus Chrystus Pogromca Demonów). Dla dopełnienia można podać przykład wykorzystania kolejnego symbolu popkultury, jakim jest telefon komórkowy – czytamy w reklamach czasopisma „Ozon”: *Bóg mówi do ciebie każdego dnia! Czy zawsze Go słyszysz? Możesz otrzymywać smsem fragmenty ewangelii na dany dzień* – i tu podany numer, pod który należy wysłać SMS z deklaracją, że taki fragment chce się dostać. „Związek religii z branżą komórkową” można także wykorzystać bezpośrednio w nauczaniu i wychowaniu religijnym uczniów w szkole – oto przykład zadania wraz z odpowiedzią zaczerpnięty z internetowego forum jednego z portali religijnych<sup>45</sup>: *Napisz SMS-a do przyjaciela o tym, co wydarzyło się w życiu paralityka* i odpowiedź: *Cześć Michał ☺ wspominałem ci*

<sup>43</sup> A. Draguła, dz. cyt.

<sup>44</sup> Por. Z. Bauman, *Tożsamość – rozmowy z Bernadetto Vecchim*, Gdańsk 2001.

<sup>45</sup> <http://www.forum.wiara.pl/>

*o paralityku którego poznałem. Dzisiaj przyszedł do niego Jezus i mu pomógł powiedział: „wstań weź swoje nosze i idź” to było ogromne przeżycie. Opowiem ci więcej jak się zobaczymy ☺ pozdrawiam.*

Dialog wychowania religijnego i popkultury na poziomie symboli może łatwo zamienić się w monolog tej drugiej, jeśli będzie miało miejsce nadużywanie przez kulturę popularną symboli religijnych głównie w celach komercyjnych, prowadząc do instrumentalizacji i lekceważenia treści religijnych.

### **Reklama/promocja**

Reklama niejako odcina się od spraw ostatecznych, skupiając się na doczesnych.

Zareklamować Pana Boga się nie da, bo reklama ucieka od spraw ostatecznych, skupiając się na doczesnych, a tylko językiem egzystencjalnym można mówić o wyborze wiary i Boga. Ale nie oznacza to, że nie można Go wypromować, korzystając przy tym ze środków współczesnej kultury i techniki i tak adaptując język reklamy, aby stał się on językiem proegzystencji (czyli bytu/istnienia dla) współczesnego człowieka. Trzeba jednak uważać, aby promocja nie przekroczyła dość płynnej granicy prymitywnej reklamy i nie ofiarowała odbiorcy „komercyjnego zbawienia”. Dla egzemplifikacji jeden z przykładów działań promocyjnych we Francji. Otóż francuski Episkopat<sup>46</sup> w 2010 r. przystąpił do pierwszej kościelnej profesjonalnej kampanii „reklamowej” w tym kraju. Na potrzeby akcji wydrukowano 70 tysięcy kart pocztowych, skierowanych przede wszystkim do młodzieży w wieku 16–22 lat. Miały być dostępne w wielu kafejkach, barach, restauracjach, kinach w całym kraju. Kampania objęła też duże ogłoszenia na łamach największych dzienników. Karta przedstawiała uśmiechniętego, młodego księdza w koloratce i w zielonej marynarce, do której przyczepiona była plakietka z napisem po angielsku: „Jesus is my boss” (Moim szefem jest Jezus). Obok dyskretna zachęta do wstąpienia do seminarium, także po angielsku: „Why not?” (Czemu nie?). Z kolei przykład akcji promocyjnej w Polsce – w tym wypadku chodzi o zachętę do przystąpienia do sakramentu pokuty: billboardy ustawione w drodze do kościoła. Na pierwszym znajduje się napis: „Gdyby życie miało guzik *reset!*”, na drugim zaś, ustawionym bliżej świątyni: „Przyjdź i zresetuj się. Spowiedź codziennie...” (tu następuje godzina spowiedzi i nazwa kościoła).

<sup>46</sup> Por. [www.etpourquoipasmoi.org](http://www.etpourquoipasmoi.org)

## Muzyka

Nośnikiem kultury popularnej, jej symboliki i nieocenioną płaszczyzną do dialogu z wychowaniem religijnym jest także muzyka młodzieżowa, jako postmodernistyczny tekst kulturowy. Można tu wymienić chociażby „kultową” „Arkę Noego”; zespoły „2 Tm 2,3” czy „Armia”. Są one dowodem skutecznej ewangelizacji w środowisku alternatywnego rocka. Koncerty zespołów, wzbogacone indywidualnym świadectwem liderów – D. Malejonka, T. Budzyńskiego i R. Friedricha, to głos skierowany do ludzi młodych, poszukujących prawdy.

Poza zespołami tzw. chrześcijańskiego rocka, także przedstawiciele kultury hip-hopowej zwracają się do Boga z konkretnymi prośbami, życzeniami. Potrafią prowadzić z Nim zarówno inteligentną, refleksyjną rozmowę, jak też humorystyczne dialogi. Oto jeden z przykładów takiego tekstu: *Dobrze wiesz, cały świat oddany Tobie, każda minuta życia – od Ciebie je mam (...) Jestem tak szczęśliwy, że udało się, że spełniam marzenia me, że ciągle żyję, że Bóg pozwolił głos mój nagrać. I że przez te słowa zawsze przemawia prawda* (Grammatik, *Znalazłem schronienie*). Innym przykładem jest projekt – płyta „Hip-Hop Dekalog”, stworzony przez młodych raperów z inicjatywy łódzkich salezjanów i portalu Bosko.pl, z której pochodzi np. tekst odnoszący się do trzeciego przykazania: *Sześć dni Bóg świat stwarzał/siódmy miał na relaks/. Nie zmieniaj tej hierarchii/ludziom też odpocząć trzeba/. Na wszystko przyjdzie czas/co ma by się stanie/. Bóg dał Ci życie, więc w tym dniu podziękuj za nie.*

## Autorytety i idole

Wychowanie religijne, niezależnie od kontekstu kulturowego, bez doceniania w nim autorytetu byłoby wyraźnie zubożone i utrudnione. Autorytet przecież jest relacją między tym, kto jest „źródłem” autorytetu, a tym, na kogo się oddziałuje. Łączy się on z szacunkiem i uznaniem dla talentów i zdolności danej osoby, wymaga specyficznego respektu. W popkulturze, w przeciwieństwie do kultury wysokiej, nie istnieją autorytety, ale idole, których jedynym weryfikatorem wydaje się być gust odbiorców. Idol popkultury – jak pisze A. Zwoliński – jest istotą hybrydalną: pół bóg i pół człowiek. Przez masowy przekaz telewizyjny jego twarz i nazwisko są powszechnie znane, przy czym sposoby uwiedzenia publiczności przez idola są różne – od bazowania na ludzkich uczuciach przez nietuzinkowy styl życia (niekiedy wbrew przyjętym konwenansom i normom zachowania) do sztucznie

napędzanej koniunktury (szeroko zaprogramowana akcja reklamowa w prasie, telewizji, radiu i Internecie)<sup>47</sup>.

Niekiedy tenże właśnie uwarunkowany komercyjnie *image*, manifestowany często przez szokujące zachowania idoli (niegdyś „Sex Pistols”, Marylin Manson czy rodzimy Nergal), prowadzi do duchowego osłabienia ich fanów, od których nie wymaga się trudu czy odpowiedzialności. Kultura popularna tworzy więc wzorce do naśladowania, w których zanika różnica między tym, co realne, a tym, co wyobrażone. Reprezentacja jest pierwotna, rzeczywistość wtórna. Dziewczynki nie bawią się już lalkami, bawią się w lalki. Doda, śpiewając o byciu sobą, wpisuje się w model kształtnej, seksownej blondynki, podobnej do Pameli Anderson czy Britney Spears, przy czym miejsce tej ostatniej zajmuje już Lady Gaga, skandalizująca ekscentryczka, w której zsyntetyzowała się cała współczesna popkultura. Rzeczywistość zatem traci sens, to kolejna imitacja, jedna klisza zastępuje drugą. Liczy się możliwość porównania się do wzorca, zewnętrznego wobec mnie<sup>48</sup>.

Z drugiej strony, w wychowaniu religijnym istnieje wielkie zapotrzebowanie nie na idoli, ale na ludzi, którzy mogą stanowić wzorce osobowe, którzy wreszcie potrafią wejść w dialog z popkulturą, ukazując Chrystusa w sposób przemawiający do dzieci epoki – Jan Paweł II, ks. J. Tischner, bp A. Chrapek, o. J. Góra. Ich świadectwo, wbrew pozorom, jak twierdzi abp J. Życiński, nie spotkało się z powszechnym zachwytem. Wiele środowisk systematycznie kontestuje papieską obronę życia czy wizję zjednoczonej Europy. Ks. J. Tischner musiał tłumaczyć się z umiłowania samotniczych ścieżek intelektualnych. Do bp. Chrapka niektórzy mieli pretensje, że nawet po śmierci dziennikarze bardziej widzieli w nim człowieka niż biskupa<sup>49</sup>. Obdarzony charyzmą o. Jan Góra, nazywany przez przeciwników efekciarzem i showmanem za masowość spektakularnych czuwań modlitewnych na Polach Lednickich, przechodzenie młodzieży przez gigantyczną rybę – Bramę Trzeciego Tysiąclecia, związane z tym różnorodne gadżety (koszulki, breloki z rybą czy mrugająca odznaka „poznaj czas”), pokazuje młodym Kościół, który wsłuchuje się w ich problemy i potrzeby.

<sup>47</sup> A. Zwoliński, *Wśród gwiazd i idoli. Gwiazdy muzyki*, [online], [dostęp: 17 września 2010]. Dostępny: <http://www.rodzina.opoka.org.pl/freetime/kulturalna/3825.1,index.html>

<sup>48</sup> M. Bilska, *Komançe w rezerwatach popkultury*, [online], [dostęp: 14 października 2009]. Dostępny: <http://www.religia.deon.pl/wiara-i-spolescenstwo/art,164,komançe-w-rezerwatach-popkultury,strona,1.html>

<sup>49</sup> *Duszpasterstwo postmodernistyczne? Dyskusja*, „Więź” 1 (2002) 519, s. 26–40.

### Ciało/kobiecość/męskość/seksualność

W popkulturze ludzie coraz częściej postrzegani są przez pryzmat swoich ciał. Tożsamość jest stopniowo wymywana z tego, co głęboko osobowe i przenoszona na powierzchnię – zaczyna być redukowana do ciała. Tożsamość ciała staje się ciałem tożsamości. Jednostka tworzy swoją tożsamość poprzez konstruowanie wizualnego *image* 'u swojego – estetycznego i seksualnego, odpowiednio przystrojonego – ciała. Dziewczynki socjalizowane są w dyskursie piękna, depilacji, szczupłości ciała, operacji plastycznych, modnego stroju i perfekcyjnego makijażu – jest to ideologia Girl (wizerunek młodej, dynamicznej dziewczyny, decydującej o swojej tożsamości i planującej błyskotliwą karierę zawodową). Chłopcy socjalizowani są w dyskursie męczyzny typu *macho*, przy czym jednocześnie rozwija się *manscaping* – gałąź przemysłu kosmetycznego obejmująca: masaże, maseczki, sauny, siłownie, peelingi, terapie jonowe, zastrzyki z botoksu.

A przecież w encyklice *Evangelium vitae* Jan Paweł II wprost nawoływał do budowania nowego *feminizmu*: *W dziele kształtowania nowej kultury sprzyjającej życiu kobiety mają do odegrania rolę wyjątkową, a może i decydującą, w sferze myśli i działania: mają stawać się promotorkami 'nowego feminizmu', który nie ulega pokusie naśladowania modeli 'maskulinizmu', ale umie rozpoznać i wyrazić autentyczny geniusz kobiety we wszystkich przejawach życia społecznego, działając na rzecz przeciwdziałania wszelkich form dyskryminacji, przemocy i wyzysku* (99)

Jedna trzecia młodzieży gimnazjalnej chce zachować czystość przedmażeńską – wynika z badań przeprowadzonych przez Fundację Homo Homini im. K. de Foucauld (2011)<sup>50</sup>. Jednocześnie też ta sama młodzież uczestniczy licznie chociażby w akcji koszulkowej Frondy, nosząc T-shirty z napisami: *No sex until marriage. No morality without Christ* (Żadnego sexu przed ślubem. Nie ma moralności bez Chrystusa), czy też w spotkaniach lednickich, jak np. czternaste Ogólnopolskie Spotkanie Młodzieży nad Jeziorem Lednickim (80 tys. młodzieży) pod hasłem *Kobieta – dar i tajemnica*, podczas którego każdy uczestnik na pamiątkę otrzymał miód – symbol kobiecej słodyczy, i książkę Wandy Półtawskiej *Eros et iuventus*.

<sup>50</sup> Por. <http://ekai.pl/diecezje/radomska/x39214/jedna-trzecia-mlodziezy-gimnazjalnej-chce-zachowac-czystosc-przedmalzenska/>

### Zamiast zakończenia...

Nie da się zaprzeczyć, iż w świecie kryzysu autorytetów, zastępowania ich idolami, nierzadko pozbawionymi wartości, autorytet Kościoła wśród młodzieży czasów popkultury wymaga odbudowania. Wyzwaniem, zadaniem, być może jednym z pierwszych ważnych kroków na tej drodze, jest pojawienie się najnowszego *Katechizmu Kościoła Katolickiego* młodych, znanego jako Youcat (skrót od *youth* – młodzież i *cat* – *catechism*). Opracowany przez teologów i pedagogów pod kierunkiem abp. Wiednia Ch. Schönborna, został następnie poddany krytycznemu egzaminowi ze strony adresatów podczas dwóch letnich obozów młodzieży. *Każda liturgia jest jak randka, której datę Bóg zapisuje w naszym terminarzu. Kto poczuł już miłość Bożą, przyjdzie chętnie. Kto chwilowo nic nie czuje, a mimo to przychodzi, okazuje Bogu swoją wierność* (Youcat, 166). Nowy katechizm widziało już i częściowo przeczytało 700 tys. młodych ludzi (w tym ponad 10 tys. Polaków). Tyle bowiem rozdano katechizmów podczas Światowych Dni Młodzieży w Madrycie<sup>51</sup>.

Wiek dojrzewania, jak pisze K. Pawlina<sup>52</sup>, jest czasem szybkich przemian, które się w człowieku dokonują. Młodzi są jak łąka na wiosnę. Po zimie może być na tej łące wiele brudu, rozpadających się resztek (dużo starych obaw i lęków), ale w wiosnie jest taka siła, że wszystko przewycięży. Zieleń trawy pokonuje zimową szarość. Kwiaty wyrastają nawet na butwiejących resztkach. W młodzieży jest ogromna siła, moc przemiany.

Dlatego, jak zwykł mawiać błogosławiony Jan Paweł II, w młodzieży jest nadzieja.

<sup>51</sup> A. Kiciński, *Dialog Kościoła z młodymi. Youcat – Katechizm Kościoła Katolickiego dla młodych*, „Katecheta” 9 (2011), s. 4.

<sup>52</sup> K. Pawlina, *W kryzysie autorytetów? Psychosocjologiczny obraz współczesnej młodzieży*, [online], [dostęp: 1 czerwca 2011]. Dostępny: <http://www.nowezycie.archidiecezja.wroc.pl/numery/042006/04.html>

## Summary

### **The Church and the Youth in the Era of Pop Culture – Fears and Hopes**

Pop culture affects the way young people see the world and adopt different values. It is also one of the main factors shaping the identity of the young generation. Youth is marked by a search for identity and by the shaping of attitudes towards various institutions, both those existing and under formation, including the Church. What is then the framework of possibilities open to educators – thus priests as well – while operating in the world of pop culture, which is often the only area for activity on the part of a young person? At present we usually observe the negative influence of mass media and pop culture on teenagers; two cases in point are early sexual initiation and experiments with alcohol or other psychoactive substances. However, it is noteworthy that there are several levels of adapting pop culture to suit the educational needs of young people. The article focuses on those methods with special emphasis given to categories such as language; image; advertising and promotion; music; authorities and idols; as well as body, femininity and masculinity.