

Ks. Jacek GRZYBOWSKI

## DLACZEGO JUSTIN BIEBER, A NIE ŚWIĘTY JUSTYN? O świętości w kulturze ponowoczesnej

*W dzisiejszej percepcji społecznej święci przegrywają, tracą i cierpią, a chociaż w kontekście wiary wygrywają swoje życie na innym poziomie, to we współczesnej kulturze ich perspektywa widzenia jest trudna do przyjęcia. W świecie superbohaterów również święci powinni ostatecznie zwyciężać, a ponieważ zarówno biblijne, jak i historyczne doświadczenie pokazuje, że dzieje się inaczej, współczesna kultura wybiera antropologię sukcesu i triumfu.*

### EROZJA ZNACZENIA I SIŁY ODDZIAŁYWANIA RELIGII

Prognozy dotyczące kierunku rozwoju współczesnej cywilizacji europejskiej zdają się coraz mocniej sugerować, że wkracza ona w epokę postchrześcijańską – w kulturze Zachodu systematycznie słabnie oddziaływanie chrześcijaństwa, religii, z której kultura ta wyrosła. W socjologicznej refleksji nad znaczeniem religii w społeczeństwie zjawisko to nazwano odczarowaniem<sup>1</sup>. Charakter tego procesu metaforycznie ujął włoski pisarz Carlo Magris: „Odczarowanie oznacza świadomość, że paruzja nigdy nie nastąpi, że nasze oczy nigdy nie ujrzą Mesjasza, że następnego roku nie spotkamy się w Jerozolimie, że bogowie nie tylko są na wygnaniu, ale ich siedziba – niebo – okazała się zimnym dalekim bezkresem przestrzeni”<sup>2</sup>. Wydaje się, że Zachód w coraz większym stopniu żyje pod znakiem tego odczarowania, którego pierwszym patronem był socjolog Max Weber, a obecnie staje się nim kognitywista Daniel C. Dennett. Można powiedzieć, że dzisiejszy świat postrzegany jest jako przestrzeń bezwzględnej racjonalności i siły

<sup>1</sup> „Wzrastająca intelektualizacja i racjonalizacja nie oznacza tylko wzrostu powszechnej wiedzy i warunków życiowych, którym podlegamy. Oznacza ona coś innego: wiedzę o tym lub wiarę w to, że gdyby człowiek tego chciał, to mógłby w każdej chwili przekonać się, że nie ma żadnych tajemniczych nieobliczalnych mocy, które by w naszym życiu odgrywały jakąś rolę, ale wszystkie rzeczy można – w zasadzie – opanować przez kalkulację. Oznacza to jednak odczarowanie świata. Nie jesteśmy już jak dzikusy, którzy w takie moce wierzyli i sięgali do magicznych środków, by duchy te opanować lub przebłagać – rolę tę spełniają dziś techniczne środki i kalkulacja. To właśnie oznacza przede wszystkim intelektualizacja jako taka”. M. W e b e r, *Polityka jako zawód i powołanie*, tłum. A. Kopacki, P. Dybel, Znak-Fundacja im. Stefana Batorego, Kraków-Warszawa 1998, s. 122.

<sup>2</sup> C. M a g r i s, *Utopia i odczarowanie*, tłum. E. Kabatc, „Literatura na Świecie” 2001, nr 2-3(355-356), s. 222.

faktów empirycznych, w którym odmitologizowane zostały wszelkie idee duchowe i religijne, a także wszelkie ideologie<sup>3</sup>. Źródłem tego procesu jest nie tylko charakterystyczna dla nowożytności rewolucja naukowa wraz z towarzyszącą jej zmianą mentalności – na jego przyspieszenie wpływają również zmiany polityczne, jakie zachodzą we współczesnym świecie, przede wszystkim ekspansja systemu demokratycznego, a zatem wzrost wolności i autonomii jednostki.

Ze względu na szczególną pozycję chrześcijaństwa w kulturze Zachodu oraz jego niepodważalny wkład w rozwój tej kultury, a także – w konsekwencji – w rozwój cywilizacyjny świata, warto jednak podjąć głębszą refleksję nad pytaniem, dlaczego chrześcijańscy święci nie dostarczają w dzisiejszym świecie wzorców postępowania czy też, ogólniej mówiąc, wzorców życia. Przez wiele stuleci to przede wszystkim opowieści o tych właśnie ludziach – dobrych, cnotliwych, prawych, niejednokrotnie wykazujących się odwagą, a nawet heroizmem – stanowiły punkt odniesienia dla poważnie przeżywanego życia. Dzisiejsza „niepamięć” o świętych jest niewątpliwie wynikiem kulturowej siły, jaką niesie z sobą współczesność, czy to podając w wątpliwość obiektywny charakter niepodważalnych niegdyś wartości, takich jak praca, oszczędność, umiarkowanie, wierność, uczciwość, samodyscyplina, prawdomówność, lojalność i sprawiedliwość, czy to wskazując na niemożność jednoznacznego ich zdefiniowania. Można powiedzieć, że miejsce tych tradycyjnych wartości zajęła w dzisiejszej kulturze wolność, pojmowana przede wszystkim jako niezależność i swoboda.

Dążności sekularyzacyjne, charakterystyczne dla współczesnych industrialnych i technologicznie zaawansowanych społeczeństw Zachodu, wzmacnia dzisiejszy pluralizm idei, postaw, światopoglądów, kultur i wpływów etnicznych, sprawiający, że w polu ludzkich wyborów pojawiają się często rozbieżne sposoby życia, a każdy z nich wydaje się mieć równorzędną legitymizację. Religia traci, a w wielu przestrzeniach już utraciła funkcję „świętej kosmizacji”, mimo że przez wiele stuleci stanowiła podstawę zarówno życia społecznego, jak i prawa oraz obyczaju. Obserwujemy narastającą sekularyzację: proces zmniejszania się wpływu, prestiżu i władzy instytucji religijnych, któremu towarzyszy zastępowanie religijnych legitymizacji, na których dotąd opierał się porządek społeczny, legitymizacjami świeckimi<sup>4</sup>. Czynnikiem wzmagającym tendencje sekularyzacyjne jest kryzys wiarygodności religii i prezentowanych przez nie definicji rzeczywistości: Ludzie stają się obojętni wobec konfesyjnych obrazów świata, a religia traci moc uzasadniania postaw i zachowań<sup>5</sup>. Zjawisko, które nazywamy

<sup>3</sup> Por. D.C. D e n n e t t, *Odczarowanie. Religia jako zjawisko naturalne*, tłum. B. Stanosz, PIW, Warszawa 2008, s. 41.

<sup>4</sup> Por. K. D o b b e l a e r e, *Sekularyzacja. Trzy poziomy analizy*, tłum. R. Babińska, Zakład Wydawniczy Nomos, Kraków 2008, s. 36.

<sup>5</sup> Por. L. B e r g e r, *Sekularyzacja a problem wiarygodności religii*, tłum. W. Kurdziel, w: *Ateizm oraz irreligia i sekularyzacja*, red. F. Adamski, Petrus, Kraków 2011, s. 100.

dziś sekularyzacją, można zatem postrzegać jako utratę społecznego znaczenia przez religię: jako proces uwalniania się społeczeństw, kultur, a nawet całych cywilizacji od wpływu instytucji religijnych, które kiedyś w różnoraki sposób oddziaływały na jednostki, rodziny i wspólnoty<sup>6</sup>. Oczywiście proces sekularyzacji nie jest zjawiskiem nowym. Od czasu rewolucji francuskiej w kulturze Zachodu wyraźnie zaznacza się wzrost znaczenia scjentyzmu, pozytywizmu i materializmu, a także opartych na ateizmie ideologii, na przykład marksizmu. Czytelnym znakiem procesu „wycofywania” się religii instytucjonalnej z obszarów, które w przeszłości podlegały jej kontroli, jest usankcjonowany od czasów oświecenia rozdział Kościoła od państwa. Procesowi temu towarzyszyło wywłaszczenie posiadłości kościelnych oraz emancypacja treści edukacyjnych w szkolnictwie. Postępująca laicyzacja charakteryzuje również życie kulturalne i twórcze – zaobserwować można zanik religijnych treści w sztukach plastycznych, muzyce i literaturze<sup>7</sup>. Niezgodzie na tworzenie struktur społecznych na fundamencie religijnym towarzyszą próby ateistycznego uzasadnienia określonych indywidualnych i społecznych postaw moralnych.

Z drugiej strony, mimo ogólnych tendencji sekularyzacyjnych i zmniejszającego się wpływu religii na osobiste życie jednostek, dostrzegalna jest tęsknota za duchowością i wzorami osobowościowymi. Okazuje się – pisze Marek Szulakiewicz – że ani postęp w nauce, ani też poprawa poziomu życia nie zmniejszają zapotrzebowania na pociągające człowieka ideały czy wzorce. We współczesnej kulturze uwidacznia się tendencja do przełamania nihilizmu, który narastał w niej od początku wieku dwudziestego<sup>8</sup>. To właśnie ona sprawia, że pomimo wygasania inspiracji religijnych w życiu społecznym wciąż głęboko obecne jest w nim pragnienie realizowania ideałów.

## TWÓRCZE NAŚLADOWNICTWO – IDOLE I ŚWIĘCI

Zjawisko tęsknoty za ideałami dobrze opisał w aspekcie antropologiczno-cywilizacyjnym brytyjski teoretyk cywilizacji Arnold J. Toynbee. Badając pierwotne wspólnototwórcze zachowania człowieka, stwierdził on, że krok

<sup>6</sup> Por. A. G r u m e l i i, *Sekularyzacja pomiędzy religią a ateizmem*, tłum. D. Pawłowska, w: *Ateizm oraz irreligia i sekularyzacja*, s. 143.

<sup>7</sup> Por. M. R a d w a n, *Rodowód sekularyzacji*, w: *Ateizm oraz irreligia i sekularyzacja*, s. 154; J. B a r t y z e l, *Umierać, ale powoli. O monarchistycznej i katolickiej kontrrewolucji w krajach romańskich 1815-2000*, Arcana, Warszawa 2006; A. W i e l o m s k i, *Kościół w cieniu gilotyny. Katolicyzm francuski wobec rewolucji (1789-1815)*, Wydawnictwo von Borowiecky, Warszawa 2010, s. 16-34.

<sup>8</sup> Por. M. S z u l a k i e w i c z, *Religia i czas*, Wydawnictwo Uniwersytetu Mikołaja Kopernika, Toruń 2008, s. 149-156.

ku wyższym formom cywilizacyjnym nie polegał na tworzeniu określonych instytucji, będących zawsze nośnikami bezosobowych relacji międzyjednostkowych, ale na naśladownictwie – mimesis, które jest cechą rodzajową wszelkiego życia społecznego. Funkcjonowanie naśladownictwa jako bodźca działań można zaobserwować tak w społecznościach pierwotnych, jak i w cywilizacjach, z tą tylko różnicą, że mimesis działa w nich w różnych kierunkach. W grupach pierwotnych jest ona skierowana w stronę starszego pokolenia i ku zmarłym przodkom, którzy niewidzialni, ale aktywni kryją się w poczynaniach starszości, podkreślając jej prestiż i autorytet. We wspólnotach, w których naśladownictwo jest skierowane wstecz, ku przeszłości, rządzą reguły zwyczajowe – społeczność pozostaje wówczas statyczna. W społecznościach objętych procesem cywilizacyjnym natomiast mimesis jest ukierunkowana na kreatywne osobowości – postaci, które są pionierami. Dzięki nim grupy pierwotne są „wyrwane” ze stagnacji i odchodzą od utartych zwyczajów – zaczynają podążać drogą przemian i rozwoju. Twórcze naśladowanie bohaterów i herosów polega na wyzwoleniu się ze stanu statycznego i przejściu do dynamicznej aktywności, która jest zaczątkiem działań rodzących bardziej zorganizowane formy życia<sup>9</sup>.

Działanie zasady mimesis, twórczego naśladownictwa, zaobserwować można także w medialno-informacyjnym świecie dwudziestego pierwszego wieku, chociaż przyjmuje w nim ona zmienioną formę. Czy można jednak powiedzieć, że świat dzisiejszych idoli i bohaterów stanowi istotną przeciwwagę dla tradycyjnych wzorców osobowości, które człowiek odkrywał w rodzinie, we wspólnocie społecznej, w lekturach, jakie proponowała szkoła, oraz we wspólnocie religijnej? Czy za sprawą współczesnej popkultury załamaniu i erozji ulegają wpływ i siła autorytetów, których tradycyjnie dostarczali rodzice, bohaterscy przodkowie, krewni, bohaterowie narodowi czy wreszcie święci? Pytania te warto stawiać, faktem pozostaje bowiem, że młody człowiek w okresie między dziesiątym a dwudziestym piątym rokiem życia – szczególnie ważnym dla formowania się jego światopoglądu – styka się dziś przede wszystkim ze wzorcami osobowymi, które pochodzą ze świata popkultury.

## ŚWIĘTOŚĆ ŚWIADKÓW

Obecna sytuacja kulturowa niewątpliwie stanowi wyzwanie tak dla rodziny, jak i dla wspólnot religijnych. Można powiedzieć, że biblijne i kościelne postaci historyczne (apostołowie, święci, męczennicy czy wyznawcy) muszą niejako „konkurować” z idolami popkultury. Sytuacja ta – jeśli spojrzeć na nią w perspektywie historycznej – nie jest nowa. Biblia w wielu miejscach ukazuje

<sup>9</sup> Por. A.J. T o y n b e e, *Studium historii*, tłum. J. Marzęcki, PIW, Warszawa 2000, s. 69-78.

napięcie między kultem idoli (por. 1 Krl 19, 1-21; 1 Mch 2, 42-70; 2 Mch 6, 18-31) a wiarą w Boga żywego i opisuje heroizm postaw będący rezultatem tego konfliktu. Choć jednak sam grzech idolatrii, czyli oddawania czci demonom bądź pogańskim bożkom, jest doskonale znany zarówno w tradycji starotestamentalnej, jak i nowotestamentalnej, to współcześnie nabiera on innego wymiaru. Zwykle nie ma już charakteru bałwochwalczo-okultystycznego, ale materialny – jest to idolatria skierowana ku człowiekowi jako jedynemu Panu<sup>10</sup>. By jednak dostrzec współczesną perspektywę tego problemu, należy najpierw przypomnieć, czym w kulturze chrześcijańskiej jest świętość i kim są święci.

W definicyjnym ujęciu świętość to „przymiot bytu, który całkowicie spełnia cel swego istnienia i dzięki temu jest sam w sobie zjednoczony. Stąd tylko Bóg jest święty, ponieważ jest On Tajemnicą budzącą przerażenie i zachwyt (mysterium tremendum et fascinans). «Całkowicie inny» niż ludzie i święty w sposób niemożliwy do opisanego (zob. Iz 6, 3.5), jest jednocześnie źródłem całej naszej duchowej i moralnej doskonałości”<sup>11</sup>. Fundamentem i ideałem świętości jest więc Bóg, a w chrześcijaństwie największe znaczenie ma świętość odnoszona do osoby Jezusa z Nazaretu, który nazwany został Świętym już w momencie Zwiastowania („Święte które się narodzi, będzie nazwane Synem Bożym” – Łk 1, 35), a potem wielokrotnie identyfikowany był ze świętością Boga i świętością swojej istoty („Wiem, kto jesteś: Święty Boga” – Mk 1, 24; Łk 4, 34). Świętość Jezusa wyjątkowo mocno akcentował w swoich tekstach i rozważaniach św. Paweł (por. Rz 3, 22-24; 1 Kor 6, 11; Ef 2, 6; Flp 2, 5-11; Kol 1, 26; 2 Tm 4, 1; Tt 2, 13)<sup>12</sup>. On też terminem „święci” określił członków chrześcijańskiej gminy (por. Rz 1, 7; Rz 16, 15; 2 Kor 1, 1; 1 Kor 13, 12; Ef 1, 1; Ef 2, 19; Flp 1, 1; Flp 4, 21-22; Kol 1, 2-4). W Nowym Testamencie jednak opisy świętości i postawy świętych przywoływane są również w kontekście ukazywania świadków (por. Dz 9, 13; 1 Kor 6, 1; 1 Kor 16, 11; Hbr 12, 1, 13, 7; Ap 6, 9-11). Z czasem w Kościele pierwotnym świętość zaczęto wiązać właśnie z osobami, które zachowały heroiczną postawę wiary i stały się – jak mówiono po grecku – martyres, świadkami Chrystusa, za którego oddały swoje życie. Dlatego już w pierwszych wiekach historii Kościoła w sposób szczególny oddawano cześć męczenni-

<sup>10</sup> Zob. M. Z a w a d a OCD, *Zręczność idolatrii*, „W drodze” 2006, nr 2 (390), s. 87-96; por. S. E w e r t o w s k i, *Idea Antychrysta w kulturze współczesnej: studium teologiczne w wymiarze interdyscyplinarnym*, Studio Poligrafii Komputerowej „SQL”, Olsztyn 2010, s. 171-310. Zob. też: S. W i t k o w s k i MS, „*Wielki Babilon*” w *Janowej Apokalipsie jako kryptonim imperialnego Rzymu oraz wrogię Bogu świata*, Wydawnictwo La Salette, Kraków 2012; R. K e m p i a k SDB, *Nie będziesz miał bogów cudzych przede mną: refleksja biblijno-teologiczna*, Wydawnictwo Misjonarzy Klaretynów „Palabra”, Warszawa 2003; ks. T. H e r g e s e l, E. S z l a c h t a, *Bałwochwalcstwo w Nowym Testamencie*, „Wrocławski Przegląd Teologiczny” 13(2005) nr 2, s. 49-57.

<sup>11</sup> G. O’C o l l i n s, E.G. F a r r u g i a, hasła: „Świętość”, „Święty”, w: *ciż*, *Leksykon pojęć teologicznych i kościelnych*, tłum. J. Ożóg, B. Żak, Kraków 2002, s. 340n.

<sup>12</sup> Por. A. B a r o n, *Świętość a ideały człowieka*, Wydawnictwo WAM, Kraków 2013, s. 67n.

kom, co stało się początkiem kultu świadków-męczenników. Ich życie uważano za wzór i dowód prawdziwej wiary: opowiadano o ich dokonaniach, czczono miejsca ich pochówku i stawiano im świątynie, starając się w ten sposób ukazać ich postawę jako wzór do naśladowania<sup>13</sup>. Tak też w świadomości społecznej narodziło się pojęcie świętości stosowane w odniesieniu do człowieka, a greckim sądowo-procesowym terminem „martyr”, który najpierw oznaczał świadka, zaczęto się posługiwać na określenie osób, które prezentowały odważną i autentyczną postawę wiary aż do męczeńskiej śmierci. Ich postawę i śmierć wyznawcy chrześcijaństwa zaczęli traktować jako dowód prawdziwości ich przekonań oraz wiarygodności swoich własnych wyborów religijnych i egzystencjalnych.

### IDOLE POPKULTUROWI

W świecie ponowoczesnym święci nie są definiowani ani przez pryzmat jakiegokolwiek dowodu, ani ze względu na ich świadectwo. Opowieści o życiu chrześcijańskich świętych nie stanowią aktualnie przedmiotu społecznego zainteresowania, a oni sami nie są postrzegani jako wzorce czy ikony właściwych postaw i sposobów życia. Jednak ze względu na uniwersalną potrzebę naśladownictwa, o której pisał Toynbee, we współczesnym społeczeństwie wyłaniają się inne wzory i ideały, niewywodzące się z religijnej wspólnoty i nieujęte w konfesyjne narracje. Potrzeba wzorca szczególnie uwidacznia się w przypadku ludzi młodych, którzy z jednej strony pozostają nieufni wobec zastanych autorytetów, instytucji czy przywódców, a z drugiej w wyjątkowy sposób pragną osobistego spełnienia oraz identyfikacji ze wspólnotą<sup>14</sup>.

Źródła obecnej sytuacji niewątpliwie leżą w kulturze. Konsumpcyjny styl życia, który upowszechnia się od połowy dwudziestego wieku, wpływa na zmianę przekonań, symboli i przekazów religijnych. Sprawia on, że nawyki kulturowe oraz obraz świata kształtują się obecnie pod wpływem stymulowanej przez rynek

<sup>13</sup> Szerzej na ten temat zob. D. N i c h o l l, *Świętość*, tłum. M. Borkowska, Biblioteka „Więzi”, Warszawa 1998; N. L a s h, *Pytanie o Boga: świętość, mowa i milczenie*, tłum. J. Ruszkowski, Wydawnictwo „W drodze”, Poznań 2009; P. B r o w n, *Kult świętych, Narodziny i rola w chrześcijaństwie łacińskim*, Wydawnictwo Uniwersytetu Jagiellońskiego, Kraków 2007; ks. F. G r y g l e w i c z, *Świętość wiernych w Nowym Testamencie*, w: *Drogi świętości*, red. W. Słomka, Redakcja Wydawnictw KUL, Lublin 1980, s. 9-29; E. S t a n u l a, *Chrześcijaństwo i ich ideały*, w: *św. Metody z Olimpu, Uczta*. O r y g e n e s, *Homilie o Pieśni nad Pieśniami. Zachęta do męczeństwa*, tłum. S. Kalinowski, Akademia Teologii Katolickiej, Warszawa 1980; D. K a s p r z a k OFMCap, *Koncepcje świętości w okresie patrystycznym*, „Itinera Spiritualia” 3(2010), s. 45-69; „Święci, kult”, *Encyklopedia Kościoła*, tłum. zbiorowe, red. F.L. Cross, Warszawa 2004, t. 2, s. 928. Por. E. W i p s z y c k a, *Kościół w świecie późnego antyku*, PIW, Warszawa 1994, s. 300-335.

<sup>14</sup> Por. V.J. M i l l e r, *Religia w świecie konsumpcji. Chrześcijańska wiara i praktyka w kulturze konsumpcyjnej*, tłum. T. Szafranski, Verbinum, Warszawa 2007, s. 133.

cywilizacji informatycznej, która dzięki mediom i nieustannie rozwijającym się technologiom komunikacyjnym dostarcza treści oddziałujących na wszystkie pokolenia. W wysoko rozwiniętych krajach Zachodu konsumpcyjny sposób życia stał się kulturową normą, co zwięźle ujął Zygmunt Bauman: „Kultura składa się dziś z ofert, nie nakazów; z propozycji, a nie norm. [...] nie posiada «ludu» do oświecania i uszlachetniania; posiada natomiast klientów do uwodzenia”<sup>15</sup>.

Współcześni idole stanowią niemal zawsze zjawisko kulturowo efemeryczne – postaci te często przemijają równie szybko, jak zostały wypromowane. Wśród tych które wydają się dziś najsilniej oddziaływać na młodzież i dostarczać jej wzorców, są: Miley Cyrus<sup>16</sup>, Justin Bieber<sup>17</sup> i Lady Ga-

<sup>15</sup> Z. Bauman, *Kultura w płynnej nowoczesności*, Agora, Warszawa 2011, s. 27-30.

<sup>16</sup> Miley Cyrus, właściwie: Destiny Hope Cyrus (ur. 1992), to amerykańska aktorka, wokalistka i gwiazda popkultury. W popularnym sitcomie *Hannah Montana*, którego emisja trwała od 2006 do 2011 roku, kreowała ważny dla milionów nastolatek wizerunek nastoletniej gwiazdy pop Hannah Montany. Serial był wtedy najchętniej oglądaną produkcją Disney Channel i bił rekordy popularności na świecie. Cyrus stała się wzorem dla milionów nastoletnich odbiorców na całym świecie. Jej postawy, relacje z ojcem i bratem, grupa przyjaciół, miłości i codziennie-szkolne kłopoty stanowiły swoistą matrycę zachowań dla fanów na wszystkich kontynentach. Zob. J. Magid, *Miley Cyrus/Hannah Montana*, Gareth Stevens Publishing, Pleasantville 2009; J. Robb, *Miley Mania! Behind the Scenes with Miley Cyrus*, Scholastic, New York 2008; A. Lauren, *More Mad for Miley: An Unauthorized Biography*, Price Stern Sloan, New York 2009. Dziś Cyrus jest nadal bardzo popularna, ale już jako skandalizująca, niestroniąca od wulgarności i kontrowersyjna wokalistka muzyki pop. Zob. <http://tvp.info/magazyn/po-godzinach/skandalistka-miley-i-jej-circus/13059720>.

<sup>17</sup> Kanadyjski wokalista popowy Justin Bieber (ur. 1994) zajmował w roku 2011 drugie miejsce na liście najlepiej opłacanych postaci show-biznesu poniżej trzydziestego roku życia, będąc jednocześnie najmłodszą osobą w tym zestawieniu. Z kolei w roku 2012 znalazł się na trzeciej pozycji zestawienia najbardziej wpływowych postaci popkultury, z rocznym dochodem w wysokości pięćdziesięciu pięciu milionów dolarów. W roku 2011 brytyjski „The Observer” opublikował raport mówiący, że w sferze sieci społecznej Justin Bieber jest postacią bardziej wpływową niż Barack Obama czy Dalajlama. Źródłem popularności wokalisty był Internet, a przyczynili się do niej nastoletni fani jego muzycznych klipów na kanale YouTube i jego wpisów na Twitterze, które pod koniec grudnia 2011 roku obserwoowało prawie sześć milionów osób. Zob. D. Rushe, *Justin Bieber is More Influential Online Than the Dalai Lama or US President*, <http://www.theguardian.com/media/2011/jan/02/klout-social-media-networking>; J. Ven a *Justin Bieber Hits 6 Million Twitter Followers*, <http://www.mtv.com/news/articles/1651843/justin-bieber-hits-6-million-twitter-followers.jhtml>. W sierpniu 2010 klip Justina Biebera *Baby* został obejrany na YouTube 246 milionów razy. Wielkim wydarzeniem był występ gwiazdora w nowojorskiej Madison Square Garden, jednej z najważniejszych sal widowiskowych świata. Figury woskowe młodego Kanadyjczyka zobaczyć można w muzeach Madame Tussaud w Nowym Jorku, Londynie i Amsterdamie. Nastoletni wokalista otrzymał już szereg nominacji i nagród muzycznych (m.in. statuetkę dla Artysty Roku podczas gali 2010 American Music Awards, nominację do Nagrody Grammy w kategoriach: Best New Artist i Best Pop Vocal Album). Zob. R. Bloom, *Justin Bieber: An Unauthorized biography*, Price Stern Sloan–Penguin, New York 2010.

Warto przy tym podkreślić, że Bieber przez kilka lat miał jasno zdefiniowany profil kulturowy: prezentował się jako naturalny, słodki, niewinny i zwyczajny chłopak z sąsiedztwa. Ostatnio jednak jego wizerunek uległ radykalnej zmianie: zamiast miłego chłopaka fani i odbiorcy kultury zobaczyli wulgarnego, nieprzyzwoitego, mającego kłopoty z narkotykami i prawem nastolatka.

ga<sup>18</sup>. Podobnie jak wizerunki tych artystów, budowane są dziś również opowieści, narracje i legendy osnute wokół postaci różnorodnych muzyków (ostatnio ośrodkiem zainteresowania społecznego jest na przykład Amy Winehouse), a nawet wokół całych zespołów muzycznych, jak The Beatles, Led Zeppelin, Nirvana, The Cure czy Deep Purple, a także postaci obecnych w świadomości społecznej, na przykład Dalajlamy czy Nelsona Mandeli. We współczesnej kulturze idolami stają się również postacie fikcyjne. Przykładami mogą być herosi amerykańskiej popkultury: Kapitan Ameryka, Spider Man czy bohaterowie komiksu *Avengers*, wśród których wyróżnia się bohater komiksów i filmów *Iron Man*, stworzony przez rysowników Dona Hecka i Jacka Kirby'ego oraz scenarzystów Stana Lee i Larry'ego Liebera<sup>19</sup>.

Innym przykładem postaci wymyślonej, ale mającej przemożny wpływ na kulturowe postawy i wyobrażenia, jest lalka Barbie, która od ponad pół wieku funkcjonuje na rynku zabawek dla dzieci jako ikona stylu bycia i sposobu życia. Stanowi ona dla swoich odbiorców (głównie małych dziewczynek) źródło wyobrażenia kobiecości i pomaga kreować określony ideał nastolatki czy młodej kobiety: szczupłej, pięknej, miłej, dobrze ułożonej, dla której jednak przede wszystkim liczy się zabawa i atrakcyjne spędzanie czasu wolnego. Mary F.

---

Por. I. N y c, *Dzieciak, słodziak, idol*, „Wprost” 2010, nr 33, s. 86n.; K. K ł o p o t o w s k i, *Biebermania*, „Tygodnik Solidarność” 2011, nr 9, s. 22n. Być może management piosenkarza przeddefiniował jego medialny image, by dotrzeć do starszego już pokolenia nastoletnich wielbicieli gwiazdy pop. Zob. <http://www.mtv.pl/newsy/44541-bieber-zostanie-deportowany>; <http://www.mtv.pl/newsy/44669-justin-bieber-ma-kłopoty-w-kanadzie>.

<sup>18</sup> Lady Gaga (właściwie: Stefani Joanne Angelina Germanotta, ur. 1986) to amerykańska piosenkarka pop, autorka tekstów piosenek, kompozytorka i aktorka, której nieodłącznym elementem scenicznego wizerunku są różnego rodzaju kontrowersyjne i dziwaczne kreacje, projektowane między innymi przez Giorgia Armaniego czy Aleksandra McQueena. W latach 2010-2013 Lady Gaga zdobyła wiele nagród muzycznych i kilkakrotnie znalazła się na liście „Timesa” i „Forbesa” wśród najbardziej wpływowych celebrytów świata. W lipcu 2010 roku jej profil na Facebooku śledziło jedenaście milionów ludzi, a teledysk do piosenki *Bad Romance* w jej wykonaniu w krótkim czasie na portalu YouTube obejrzało 250 milionów użytkowników. Zob. A. M a l i n o w s k a, M. M a r c e l a, *The Queer of Pop. Chwast w ogrodzie popkultury*, „Opcje” 2010, nr 2, s. 44; zob. też: Ł. O r b i t o w s k i, *Dziewczyna, która została popkulturą*, „Gazeta Wyborcza” z 18 VI 2010, s. 18; M. S t a n i s z e w s k i, *Lady Gaga – produkt idealny*, „Dziennik. Gazeta Prawna” z 11 V 2010, s. A10.

<sup>19</sup> Jako bohater Stanów Zjednoczonych Ameryki Iron Man zadebiutował w magazynie „Tales of Suspense” (1963, seria 1, nr 39). Na podstawie komiksów Marvela powstały cztery filmy fabularne o ekscentrycznym, ale szlachetnym bohaterze: *Iron Man* (2008, reż. J. Favreau), *Iron Man 2* (2010, reż. J. Favreau, K. Branagh), *The Avengers* (2012, reż. J. Whedon) i *Iron Man 3* (2013, reż. S. Black). Iron Man pojawił się również w serialach animowanych, np. *Obrońca dobra (Iron Man: The Animated Series, 1994-1996)*, *Iron Man: Armored Adventures* (2008-2010) i *Avengers: Potęga i moc (The Avengers: Earth's Mightiest Heroes, 2010-2013)*. Por. B.J. O r o p e z a, *The Gospel According to Superheroes: Religion and Pop Culture*, Peter Lang, New York 2005, s. 12-18; R.J. G r a y, B. K a k l a m a n i d o u, *The 21st Century Superhero: Essays on Gender, Genre and Globalization in Film*, McFarland, Jefferson, North Carolina, 2011, s. 15-20; M. D i P a o l o, *War, Politics and Superheroes: Ethics and Propaganda in Comics and Film*, McFarland, Jefferson, North Carolina, 2011, s. 28-30.



Rogers nazywa Barbie heroiną świata konsumpcji: jest ona hiperkonsumentką z nieograniczonymi możliwościami posiadania rzeczy. W jej świecie niczego nie brakuje – jest pełny, jasny i szczęśliwy<sup>20</sup>.

Obok tych najbardziej wymownych przykładów idoli dzisiejszego społeczeństwa można by wymienić również znanych piłkarzy czy bohaterów gier komputerowych. Chociaż są to ideały i ikony sezonowe, obecne w medialno-popowym mainstreamie jedynie przez kilka, może kilkanaście lat, to faktem pozostaje, że w kluczowym dla młodych ludzi okresie dorastania i budowania świata wartości, to właśnie te postacie stanowią wzorce zachowań, wyznaczające styl życia.

Co jednak powoduje, że tego rodzaju postacie stają się bohaterami dla milionów młodych ludzi? Co sprawia, że ich postawy, ubiór, styl czy sposób bycia naśladowane są przez rzesze nastoletnich odbiorców popkultury? Wydaje się, że można wskazać trzy najważniejsze powody, dla których dziś – w społecznościach ponowoczesnych – muzycy, twórcy, tak zwani celebryci, sportowcy i komiksowi bohaterowie nabierają cech idoli.

#### KONSUMOWAĆ, ŻEBY BYĆ I BYĆ BOGATYM, ŻEBY KONSUMOWAĆ

Globalne decyzje dotyczące ekonomii: produkcji i konsumpcji, popytu i podaży, mają wpływ na kształt kultury, a tym samym promują z góry zdefiniowane koncepcje życia. Popularność współczesnych idoli jest w tym sensie przede wszystkim wynikiem działań przemysłu tworzącego show-biznes. Konsumizm (jak nazywają to zjawisko niektórzy badacze społecznych zachowań<sup>21</sup>) nakreśla horyzont życia, określa ludzkie potrzeby i ukazuje nowe sposoby ich zaspokajania. Odwołując się do emocji, pożądań i materialnej (cielesnej) idei człowieka, popularyzuje model wygodnej, pięknej, szczęśliwej – a zatem udanej – egzystencji. Takie życie, skoro postrzega się je w kategoriach sukcesu, nabiera charakteru aksjologicznego – jest uznawane za dobre i wartościowe samo w sobie. Idole są piękni i bogaci, a przez to dobrzy (reprezentują dobre, ważne treści) – i są przy tym szczęśliwi. Ich życie jest w tym najważniejszym wymiarze spełnione, a więc stanowi wzór dla innych. Krokiem ku realizacji tego ideału jest naśladownictwo, a więc konsumpcja. Ideologię konsumeryzmu można więc postrzegać jako jedną ze strategii promowania nowych bohaterów

<sup>20</sup> Por. M.F. Rogers, *Barbie jako ikona kultury*, tłum. E. Klekot, Muza, Warszawa 2003, s. 30-33; 96-99.

<sup>21</sup> Zob. G. Ritzer, *Magiczny świat konsumpcji*, tłum. L. Stawowy, Muza, Warszawa 2004; Z. Bauman, *Życie na przemiał*, tłum. T. Kunz, Wydawnictwo Literackie, Kraków 2005; ks. S. Gaworek, *Utracony blask: filozoficzne uwarunkowania współczesnego sporu o wartości*, Duc in Altum, Ząbki 2011.

kultury. W tej perspektywie staje się ona lekarstwem, czyni człowieka kompletnym, ofiarowując mu tym samym wymarzoną treść tożsamościową<sup>22</sup>.

#### MEDIA JAKO BRAMA POPULARNOŚCI

W wyniku zwrotu, który dokonał się w świecie ponowoczesnym, ważną jakością – obok zamożności i konsumpcji – stała się popularność. Źródłem tego zwrotu była globalizacja kina, telewizji oraz Internetu. Idole są popularni, a ich egzystencja jawi się jako spełnienie marzenia o byciu docenionym, zauważonym i znanym. Ponieważ siedemdziesiąt procent eksportowych programów telewizyjnych niosących określone wzorce zachowań i postaw pochodzi ze Stanów Zjednoczonych Ameryki, to ów niewątpliwy potentat na rynku medialnym dyktuje określone postawy kulturowe<sup>23</sup>. Władza nad mediami leży głównie w rękach prywatnych inwestorów, którzy tworząc wielkie medialne korporacje, są w stanie kontrolować cały światowy rynek mass mediów, które stają się przestrzenią popularyzacji określonych postaw, a tym samym skutecznym nośnikiem ideowego marketingu<sup>24</sup>. Medialna globalizacja ułatwia rozpowszechnianie na całym świecie podobnych form narracyjnych: programów informacyjnych i sportowych, teleturniejów i wideoklipów, sitcomów i seriali, które nieuchronnie prezentują określone „matryce” bohaterów i idoli. W ten właśnie sposób promuje się określone postacie i kreuje wzorce osobowe w społeczeństwie. Prywatne i indywidualne życie gwiazd staje się modelem dla milionów ludzi, przekonanych, że naśladowanie zachowań idoli medialnych zapewni im popularność, sukces, rozpoznawalność, miłość i powodzenie<sup>25</sup>.

#### IDOL JAKO PRODUKT I TOŻSAMOŚĆ KULTUROWA

Kolejnym powodem sukcesu postaci popkulturowych i przyczyną ich społecznego poważania jest praktyka promowania określonych postaw jako rynkowej marki. Krytyczny obserwator współczesnej cywilizacji zachodniej

<sup>22</sup> Por. J. S t o r e y, *Studia kulturowe i badania kultury popularnej. Teorie i metody*, tłum. J. Barański, Wydawnictwo Uniwersytetu Jagiellońskiego, Kraków 2003, s. 109.

<sup>23</sup> Por. K. P a n k o w s k a, *Kultura – sztuka – edukacja w świecie zmian. Refleksje antropologiczno-pedagogiczne*, Wydawnictwa Uniwersytetu Warszawskiego, Warszawa 2013, s. 87-89.

<sup>24</sup> Por. Ch. B a r k e r, *Studia kulturowe: teoria i praktyka*, tłum. A. Sadza, Wydawnictwo Uniwersytetu Jagiellońskiego, Kraków 2005, s. 391-395.

<sup>25</sup> Zob. W. D a n i l e w i c z, „Być” czy „mieć” w wyobrazeniach współczesnych dzieci, w: *Media elektroniczne – kreujące obraz rodziny i dziecka*, red. J. Izdebska, Wydawnictwo Uniwersyteckie Trans Humana, Białystok 2008, s. 85-90.

Benjamin Barber twierdzi, że zjawisko to polega na świadomej infantylizacji dorosłych i zaszczepianiu w nich cech oraz zachowań dziecięcych, koncentrujących się na możliwości (władzy) konsumowania (kupowania). W ten sposób odwrócony zostaje porządek kultury ludzi dorosłych i dojrzałych, promujący odpowiedzialność wobec siebie i innych, racjonalność i panowanie nad sobą. W wyniku charakterystycznej dla cywilizacji konsumpcyjnej infantylizacji kultury impuls zyskuje przewagę nad rozważą, uczucie nad rozumem, dogmatyzm nad wątpliwością, zabawa i wypoczynek nad pracą, obraz nad słowem, wrażenie nad ideą, egoizm nad altruizmem, to, co prywatne, nad tym, co publiczne, a ignorancja nad wiedzą<sup>26</sup>. Sytuacja ta generuje konkretne postawy społeczne i prowadzi do powstania wizji człowieka, którą można nazwać antropologią konsumpcjonizmu. Tak zdefiniowana kultura potrzebuje ethosu opartego na akceptacji infantylizmu, nakazującego traktować wszystkich odbiorców kultury jak dzieci, którym należy się wszystko, czego pragną, ponieważ gwarantuje im to liberalnie rozumiane prawo wolności. Co więcej, różnice charakteryzujące poszczególne grupy społeczne, etniczne, kulturowe czy religijne pojmowane są w nim w kategoriach produktów na sprzedaż. Jednostki szukają więc wzorców w ideach i idolach proponowanych przez kulturę, która nie przekazuje treści autentycznych, lecz promuje tożsamości stworzone, świadomie wypracowane przez marketingowców, i skupia się na ukazywaniu nie tyle ich charakteru (ethosu), ile sposobu ich funkcjonowania, sposobu życia, wydawania pieniędzy i tworzenia swojego wizerunku w globalnym supermarkecie kultury<sup>27</sup>. To właśnie jest przyczyną diametralnej zmiany katalogu autorytetów i bohaterów w przestrzeni społecznej. Instytucje, które wyznaczały dotychczas idee wychowawcze – państwo, Kościół, czy elity społeczne „dyscyplinujące” i pielęgnujące byt społeczeństwa w stabilnych ramach kategorii kulturowych – zostały osłabione i zdeklasowane. Wszystko, co niegdyś spajało społeczności z ich kulturowymi porządkami – prawo i różnego rodzaju regulacje, przemówienia i kazania, narracje i tradycje – uległo głębokiej erozji. Podmiot wyłaniający się z ponowoczesnego świata odczuwa wewnętrzny dystans i niechęć do zewnętrznych w stosunku do niego systemów ideowych (oraz ich infrastruktury), które przypisują sobie prawo do wychowywania go i regulowania jego życia. Instytucje, systemy i wynikające

<sup>26</sup> Por. B. R. B a r b e r, *Skonsumowani. Jak rynek psuje dzieci, infantyлізуje dorosłych i połyka obywateli*, tłum. H. Jankowska, Muza, Warszawa 2008, s. 130n. Philippe Marliere twierdzi, że świadectwem osobistego sukcesu jest dziś posiadanie różnorodnych dóbr, ponieważ w społeczeństwie konsumpcyjnym i materialistycznym jednostka, która nie jest w stanie kupować, jest postrzegana jako wyrzutek i nieudacznik. Zob. *Narodziny podklasy* (z prof. Philippe'em Marliere'em rozmawia Katarzyna Fałęcka), <http://www.krytykapolityczna.pl/Wywiady/MarliereNarodzinypodklasy/menuid-431.html>.

<sup>27</sup> Por. G. M a t h e w s, *Supermarket kultury. Kultura globalna a tożsamość jednostki*, tłum. E. Klekot, PIW, Warszawa 2005, s. 26n.

z nich praktyki zostały zastąpione przez medialny rynek idei dostarczający nieograniczonej ilości wzorów i postaw, towarów i tożsamości<sup>28</sup>.

Kim jest zatem ów zglobalizowany człowiek, nabywający idei i tożsamości? Trawestując powiedzenie Ludwiga Feuerbacha, można by stwierdzić, że jest on „tym, co kupuje”. Główne źródło tej transformacji stanowi potęga szeroko rozumianych mediów. Rolę zbioru kulturowych toposów zaczął bowiem pełnić globalny hiperrynek kulturowy, w którym homeostaza oraz budowanie poczucia obowiązku i przywiązania zostają zastąpione przez pobudzanie do poszukiwania indywidualnej satysfakcji wewnątrz nieustannie przyspieszającej cyrkulacji osób i towarów. Kultura wspólnych rodzinnych spotkań i posiłków, debat na agorze i uroczystości religijnych ustępuje miejsca kulturze indywidualnych klientów i internautów, centr handlowych i informacyjnej hiperprzestrzeni, proponującej określone, zdefiniowane wzorce<sup>29</sup>. Doskonałym odzwierciedleniem tego stanu jest amerykańska muzyczna stacja telewizyjna MTV nadająca praktycznie przez całą dobę teledyski. Według Ann E. Kaplan MTV to swoisty medialny twór, który istnieje w beczasowej terażniejszości – autorzy wideoklipów mieszają gatunki filmowe i kierunki artystyczne różnych epok, aby zamazać historyczne granice i samo poczucie historyczności. Tożsamość i historia zostają w wideoklipach rozbite na cząstki, a estetyczne hierarchie i kierunki ulegają zakłóceniu przez mieszanie gatunków sztuki wysokiej, form popularnych i komercyjnych<sup>30</sup>. Nieprzerwany strumień obrazów trudno połączyć w znaczący przekaz: intensywność i nasycenie przełamują systematyzację i narracyjne uporządkowanie. Z tego strumienia wyłania się jednak pewien model postaw i antropologicznych wzorców: ideał ludzi młodych, bardzo atrakcyjnych seksualnie, zamożnych, roześmianych, zanurzonych w zabawie bądź zasmuconych utraconą miłością czy też poszukujących nowego i pięknego partnera<sup>31</sup>.

<sup>28</sup> Por. K. G r a b i a s, *Rynkowo-konsumpcyjny model cywilizacji – „kulturowa schizma” czasów ponowoczesnych*, w: *Myśl filozoficznie – myśl politycznie! Analiza i ocena historyczno-kulturowych racji filozofii polityki*, red. ks. J. Grzybowski, O. Wojtasik, Wydawnictwo Bernardinum, Warszawa 2013, s. 225. „Powiedziano mi: Wymyślaj siebie sam, sam wymyślaj swoje własne życie i zarządzaj je, jak chcesz, zarówno w każdej aktualnej minucie, jak i od początku do końca”. Z. B a u m a n, *Tożsamość. Rozmowy z Benedetto Vecchim*, tłum. J. Łaszcz, Gdańskie Wydawnictwo Psychologiczne, Gdańsk 2007, s. 42.

<sup>29</sup> Por. G r a b i a s, dz. cyt., s. 226.

<sup>30</sup> Szerzej na ten temat zob. E.A. K a p l a n, *Looking for the Other: Feminism, Film, and the Imperial Gaze*, Routledge, New York 1997; t a ż, *Rocking Around the Clock: Music Television. Postmodernism and Consumer Culture*, Routledge, New York 1987; *Regarding Television: Critical Approaches – An Anthology*, red. E.A. Kaplan, Praeger, Santa Barbara 1983; M. G ł o w a c k i, *MTV wobec społecznych problemów współczesnego świata*, Wydawnictwo Adam Marszałek, Toruń 2007.

<sup>31</sup> Por. T. M c G r a t h, *MTV: The Making of a Revolution*, Running Press, Philadelphia 1996, s. 177-200; M. F e a t h e r s t o n e, *Postmodernizm i estetyzacja życia codziennego*, tłum. P. Cza-

Oto trzeci powód, dla którego religijni święci nie stanowią dziś wzorców do naśladowania – medialna kultura dwudziestego pierwszego wieku buduje własne przykłady postaw i osobowości, konstruuje określone normy zachowań, modele antropologiczne i ideały. Media sprawiły, że dzisiejsze społeczeństwo jest zupełnie inne niż to, które funkcjonowało w wieku dziewiętnastym i na początku dwudziestego. Obecnie opiera się ono nie na autorytecie, lecz na modzie. Dla części ludzi młodych tradycja i obyczaje nie mają już prawie wcale znaczenia, chociaż przez wiele wieków były busolą życia dla całych pokoleń. Współczesne społeczeństwo jest oderwane od przeszłości. Kulturę zdominowało podążanie za modą, czyli naśladowanie nowości, decydujące o tym, jak postrzegane są poszczególne jednostki. Moda stała się też przyczyną i powodem budowania większości więzi społecznych: to, co nowe, staje się od razu wartościowe; to, co tradycyjne i stare, nie jest już pożądane<sup>32</sup>. Jednocześnie wciąż obecne jest pragnienie tożsamości i przynależności. Realizuje je jednak już nie wspólnota rodzinna, sąsiedzka czy religijna, ale kultura związana z muzyką pop, piosenkami, czasopismami, koncertami, festiwalami, komiksami, wywiadami z gwiazdami, filmami – a zatem wszystko to, co w świecie popkultury pomaga odnaleźć tożsamość i sens życia. Obszar komercyjnej rozrywki odzwierciedla, ale także generuje uczucia i nastawienia, a zatem kultura nastolatków jest pomieszaniem tego, co autentyczne i tego, co wyprodukowane<sup>33</sup>.

#### ODREALNIENIE I BRAK WIEDZY

Odpowiadając na pytanie, dlaczego religijni święci nie są dziś znani i popularni, należy też przyznać, że sposób przedstawiania świętych, z jakim często mamy do czynienia w świątyniach i na katechezach – można powiedzieć „kościelne” przedstawianie świętych – często polega na ukazywaniu osób odrealnionych, z którymi współczesny człowiek nie potrafi się utożsamić. W medialno-cyfrowym świecie ludzi młodych nieobecny jest typ inteligencji „książkowej”, refleksyjnej czy koncepcyjnej, a pojawia się w nim jej nowy rodzaj, który cechują szybkość, rzeczowość, konkret. Chrześcijańska katecheza często nie potrafi nadażyć za tym sposobem myślenia i ukazywać świętych jako

---

pliński, J. Lang, w: *Postmodernizm. Antologia przekładów*, tłum. zbiorowe, red. R. Nycz, Baran i Suszczyński, Kraków 1998, s. 310.

<sup>32</sup> Por. T. Szlendak, K. Pietrowicz, *Kultura konsumpcji jako kultura wyzwolenia? Między krytyką konsumeryzmu a społeczeństwem opartym na modzie*, „Kultura i Społeczeństwo”, 49(2005) nr 3, str. 97.

<sup>33</sup> Por. W. Chyła, *Media jako biotechnosystem. Zarys filozofii mediów*, Wydawnictwo Naukowe Uniwersytetu Adama Mickiewicza, Poznań 2008, s. 171-175.

osób godnych naśladowania, niebanalnych, ciekawych charakterologicznie. Dominuje hagiografia przeidealizowana i przerysowana, a tym samym w odbiorze postrzegana jako nierzeczywista i niemożliwa do naśladowania w zwykłym, codziennym, a nawet banalnym życiu<sup>34</sup>. W rezultacie zarówno ludzie młodzi, jak i starsi mają znikomą wiedzę o życiu świętych bądź w ogóle takiej wiedzy nie mają<sup>35</sup>. Jacek Woroniecki OP, wielki orędownik polskich świętych, podkreślał, że należy pamiętać, iż święci byli dziećmi swojego wieku i żyli bólami, troskami i radościami swojego środowiska. Tymczasem hagiografia chrześcijańska nie dba o to, by przybliżyć realnych ludzi. Postacie świętych, które przedstawia, wydają się nieraz „jakby zawieszony między niebem a ziemią, bez żadnego kontaktu z życiem codziennym, a wszak to promieniowanie świętości na otoczenie jest jednym z najciekawszych problemów hagiografii i racją bytu świętych”<sup>36</sup>.

<sup>34</sup> Egzemplifikacją tej sytuacji są abstrakcyjne i oderwane od żywych (aktualnych) przykładów scenariusze lekcji religii o świętości. Nie padają w nich odniesienia do współczesnych, realnych i bliskich słuchaczom postaci. Zob. B. J a r o c i Ń s k a, I. H a n u s, *Świętość – dar i zadanie: dla gimnazjum i szkoły ponadgimnazjalnej*, „Katecheta” 50(2006) nr 6, s. 39-44; J.G. W ę g l a r z, *Droga Stanisława Kostki do świętości*, „Katecheta” 47(2003) nr 9, s. 30n. Trudno na przykład za zasadne uznać ukazywanie dzieciom z dwudziestego pierwszego wieku jako dobrego wzoru przykładu z życia św. Jadwigi Śląskiej: Będąc księżną, nie chciała ona wyglądać inaczej niż jej poddani i chodziła boso. Irytowało to jej małżonka, który poprosił spowiednika Jadwigi, by ten wpłynął na jej postawę. Spowiednik nakazał jej noszenie obuwia, księżna zaś dalej chodziła boso, ale by być posłuszną poleceniu kapłana, nosiła trzewiki zwieszony na sznurku na szyi. Por. *uBoga droga. Tyle masz, ile dasz* (rozważania rotatnie 2013, materiały duszpasterskie), „Mały Gość Niedzielny”, Katowice 2013, s. 44). Takie przedstawienie wielkiej polskiej świętej jest zastanawiające, należałoby bowiem ukazać jej postawę służby wobec Polski i Kościoła oraz polityczno-społeczne znaczenie jej działań. Ks. Kazimierz Misiaszek zwraca uwagę, że wychowanie religijne i katecheza chrześcijańska powinny dostrzegać i uwzględniać sytuację człowieka w określonym kontekście kulturowym. Ponieważ człowiek zawsze bytuje na sposób jakiejś kultury, konieczne jest „wsluchiwanie” się katechezy i chrześcijańskiego wychowania w to, jak rozwija się dana cywilizacja. Zob. ks. K. M i s i a s z e k, *Chrześcijańska formacja dzieci i młodzieży z punktu widzenia kulturowego: próba poszukiwania zasad*, „Katecheta” 51(2007) nr 12, s. 13n. Na temat trudności związanych z wyborem metod przekazu i treści prezentowanych młodzieży w czasie rekolekcji szkolnych zob. ks. W. P r z y c z y n a, *Blaski i cienie rekolekcji szkolnych*, „Katecheta” 47(2003) nr 9, s. 59n. Szerzej na ten temat zob. J. M i s i e w i c z, *Ewangelizacja i katechizacja w społeczeństwie zsekularyzowanym*, „Katecheta” 47(2003) nr 11, s. 64n.; A. B a b, *Katecheza w obliczu wyzwań społeczeństwa informacyjnego*, „Katecheta” 50(2006) nr 6, s. 20-22; S. D r z y ż d z y k, *Duszpasterstwo i katecheza wobec społecznych i religijnych wyzwań współczesności*, „Polonia Sacra” 2003, nr 12, s. 139-152; *Młodzież mówi katechecie „do widzenia”* (z katechetą Piotrem Chudzińskim rozmawia Tomasz Cylka), „Gazeta Wyborcza. Poznań” z 23 XII 2013, s. 4; ks. Z.P. M a c i e j e w s k i, *Zawartość cukru w cukrze*, „Znak” 55(2003) nr 9(580), s. 5-14; S. K u l p a c z y Ń s k i, *Jaki język dla współczesnej katechezy?*, „Roczniki Teologiczne. Teologia pastoralna” 50(2003) nr 6, s. 99-120; por. P. S o b i e r a j s k i, *Problem języka katechetycznego*, „Sosnowieckie Studia Teologiczne” 2001, t. 5, s. 201-212.

<sup>35</sup> Por. A. Z e l l m a, *Rola szkolnego nauczania religii w rozwoju osobowym katechizowanej młodzieży*, „Ełckie Studia Teologiczne” 4(2003), s. 267-274; S o b i e r a j s k i, dz. cyt. s. 209-211.

<sup>36</sup> J. W o r o n i e c k i OP, *Hagiografia, jej przedmiot, trudności i zadania w Polsce. Rzecz o Świętych polskich*, Gebethner i Wolff, Kraków 1940, s. 25.

Można by mnożyć Przykłady pasjonujących biografii świętych, które – realistycznie przedstawiane – byłyby w stanie przemówić do współczesnego człowieka. Wskażę tylko na kilka – w moim przekonaniu ważnych – egzemplifikacji. Pierwsza australijska święta – Mary MacKillop RSJ (1842-1909) – przez swoją pracę, upór i determinację mogłaby być patronką wielu feministek. W dziewiętnastym wieku, w bardzo trudnych warunkach i czasach, w patriarchalnym i przesyconym wiktoriańskimi tradycjami środowisku Australii, promowała edukację dzieci i zabiegała o pozycję kobiet w Kościele katolickim. Jej gorliwość, a jednocześnie głębokie konflikty z władzami i przedstawicielami Kościoła – biskupem, księżmi, kościelną hierarchią – stanowią dramatyczną opowieść o miłości i poświęceniu. W pewnym momencie swojej kościelnej działalności została niesprawiedliwie oskarżona, ekskomunikowana i wydalona z własnego klasztoru. Jej wytrwałość, oddanie, dobrowolne przyjęcie cierpienia i posłuszeństwo wobec hierarchii Kościoła sprawiły jednak, że zgromadzenie, które założyła, i prowadzone przez nią dzieła przetrwały w Australii przez wiele lat. Biografie Mary MacKillop ukazują ją jako ciepłą i serdeczną kobietę, która potrafiła zjednywać sobie sympatię wielu ludzi – wśród jej przyjaciół były osoby różnych ras, kultur, religii i poglądów. Lubiano ją za miłe usposobienie, humor i otwartość, ale także za to, że nie usiłowała nikogo pouczać czy nawracać, lecz sama była przykładem głębokiej wiary i poświęcenia dla innych. Była osobą niezwykle pracowitą, prostolinijną i doceniała wagę chrześcijańskiej radości<sup>37</sup>.

Innym fascynującym przykładem może być bł. Miriam Baouardy, znana także jako Maria od Jezusa Ukrzyżowanego lub Mała Arabka (urodzona w roku 1846 niedaleko Nazaretu, zmarła w 1878 w Betlejem). Życie tej palestyńskiej karmelitanki, której jako dziewczynce sprzeciwiającej się islamskiemu wyznaniu i prawu zamążpójścia poderżnięto gardło, do dziś głęboko przemawia swoim dramatyzmem. Miriam była mistyczką i stygmatyczką, a jej nadprzyrodzone zdolności (lewitacja, stygmaty), stały się w muzułmańskim i chrześcijańskim środowisku wielkim znakiem działania Bożego.

Ciekawą i wartą uwagi postacią jest również bł. José Sánchez del Río (1913-1928), który jako piętnastoletni chłopiec brał udział w powstaniu Cristeros w czasie prześladowań Kościoła w Meksyku. Wierny Chrystusowi, był przez prześladowców torturowany i oddał życie za wiarę. Bliski Wschód czci Charbela (Sarbeliusza) Makhloufa (Jusufa Antuna Machlufa, 1828-1898), duchownego maronickiego, mnicha i pustelnika, który dla Libańczyków jest postacią równie fascynującą, jak dla europejskich katolików ojciec Pio.

Inny – aktywny, a wręcz globalny – wymiar świętości – przedstawia bł. Matka Teresa. Założone przez nią zgromadzenie Sióstr Misjonarek Miłości rozpoczęło swoją działalność w krajach, miejscach i miastach, do których nie

<sup>37</sup> Por. J. Petry Mroczkowska, *Niepokorne święte*, Znak, Kraków 2007, s. 250.

udało się dotrzeć wielu organizacjom charytatywnym i humanitarnym. Matka Teresa stworzyła wspólnoty, które zabierają z ulic miast ludzi bezdomnych, prowadzą domy dla porzuconych dzieci, ułatwiają ich adopcję, zajmują się trędowatymi, więźniami, osobami starszymi oraz chorymi w domach i szpitalach.

### NIKT NIE CHCE PRZEGRACĆ – KULT ZWYCIĘZCÓW

Przykłady tych kilku postaci wybranych z bogatej historii chrześcijańskich świętych ukazują ludzi cechujących się duchowym pięknem, a zarazem dynamizmem i odwagą. Nie ma jednak wielkich szans na to, by we współczesnym świecie osoby te stały się uniwersalnie promowanymi wzorami do naśladowania. Przenikający współczesność laicki klimat sprawia bowiem, że w kulturze utrwaliły się już inne egzystencjalne paradygmaty, a chrześcijańskie rozumienie życia i świata, z jego kategoriami: stworzenia, niezasłużonej łaski, tajemnicy paschalnej, miłosierdzia, opcji na rzecz ubogich i ascezy, kłóci się z powszechnym pragnieniem sukcesu i zwycięstwa. Nikt nie chce przegrać, stracić, być męczennikiem. Tymczasem życie świętych cechuje przede wszystkim zmaganie z rzeczywistością – tak z ludźmi, jak i z instytucjami. Święci są jak biblijny Jakub przy potoku Jabbok, który całą noc, aż do wschodu jutrzeńki, zmagą się z Bogiem, dopominając się o błogosławieństwo dla siebie, i choć odchodzi pobłogosławiony, to jednak cierpi – kuleje (por. Rdz 32, 25-33). W dzisiejszej percepcji społecznej święci przegrywają, tracą i cierpią, a chociaż w kontekście wiary wygrywają swoje życie na innym poziomie, to we współczesnej kulturze ich perspektywa widzenia jest trudna do przyjęcia. W świecie superbohaterów również święci powinni ostatecznie zwyciężać, a ponieważ zarówno biblijne, jak i historyczne doświadczenie pokazuje, że dzieje się inaczej, współczesna kultura wybiera antropologię sukcesu i triumfu.

### ŚWIĘTOŚĆ JAKO DAR

Współczesna kultura stanowi rodzaj wielowątkowego i różnorodnego globalnego rynku, którego fundamentem jest podmiot-klient powiązany ze światem wielością transakcji. Poszukuje on właściwej narracji i tożsamości, wolności i sensu egzystencji oraz indywidualizacji po to, aby osiągnąć absolutne spełnienie. Ludzka tęsknota za sensem i przynależnością styka się w dzisiejszym świecie ze sztucznie wykreowanymi tożsamościami osobowymi, produktami czy markami, a dążenie do osobistego spełnienia często



prowadzi do naśladowania wzorców tworzonych przez specjalistów od marketingu<sup>38</sup>.

O prawdziwym sensie świętości mówił Sobór Watykański II: „Wszyscy w Kościele, niezależnie od tego, czy należą do hierarchii, czy są przedmiotem jej funkcji pasterskiej, powołani są do świętości zgodnie ze słowami Apostoła: Albowiem wolą Bożą jest uświęcenie wasze (1 Tes 4,3, por. Ef 1,4)”<sup>39</sup>. Autentyczna świętość – jak naucza Kościół – ujawnia się bowiem w owocach łaski, które Duch rodzi w wiernych. Jeśli jest prawdziwa, wyrazi się w przypadku poszczególnych ludzi przez rozmaite działania, sprawiając, że we właściwym sobie stanie życia ukażą oni owoce doskonałej miłości, stając się tym samym dla innych świadkami wiary. Dopiero taka perspektywa ujawnia, że spełnienie i nieskończoność, których człowiek pragnie i których często poszukuje w kulturze, mogą przyjść tylko od Boga, że Bóg jest pierwszą koniecznością, która pozwoli stawić czoła udrękom naszych czasów<sup>40</sup>. Prawdziwa świętość stawia na nowo w centrum naszego myślenia pytania o Boga i jest możliwa do osiągnięcia tylko wtedy, gdy jej duszą stanie się miłość. Święci idą przez wieki, znaczą jednak swą egzystencję nie popularnością czy sukcesem, ale miłością i cierpieniem. Dlatego są autentyczni. Mijają wieki, a oni wciąż są świadkami<sup>41</sup>.

<sup>38</sup> Por. Miller, dz. cyt., s. 132; Kłopotowski, dz. cyt., s. 22n.

<sup>39</sup> Sobór Watykański II, Konstytucja dogmatyczna o Kościele *Lumen gentium*, nr 39.

<sup>40</sup> Por. Benedykt XVI w rozmowie z Peterem Seewaldem, *Światłość świata. Papież, Kościół i znaki czasu*, Znak, Kraków 2011, s. 72n.

<sup>41</sup> Zob. Katechizm Kościoła Katolickiego, nry 826, 828, 2015; *Lumen gentium*, nr 39.