

DOI 10.4467/25439561KSR.17.015.7885

JAKUB WALCZAK

Uniwersytet Wrocławski

RELIGIA I RELIGIJNOŚĆ
W PRZESTRZENI TABLOIDOWEJ
NA PRZYKŁADZIE WYBRANYCH MEDIÓW
POLSKICH I ROSYJSKICH

RELIGION AND RELIGIOSITY IN POLISH AND RUSSIAN
TABLOID JOURNALISM

*Spółeczeństwo ma wielką potrzebę wartości duchowych
i szuka ich tam, gdzie je znajduje – choćby w najgorszej, tandetnej postaci¹*

Streszczenie

Autor artykułu analizuje napięcie, do jakiego dochodzi w momencie zetknięcia się codzienności i *sacrum* w tabloidowej przestrzeni medialnej, w której doświadczenie religijne, rozumiane w wymiarze duchowym, ulega dekodowaniu na język kultury popularnej, masowej, uzyskując przy tym nowy wymiar w odwiecznej dyskusji o fundamentalnych wartościach. Polskie i rosyjskie tabloidy, podobne pod względem formy i treści do siebie, podporządkowane zasadom komercji, posługują się radykalnie uproszczoną narracją i zawierają określony przekaz dotyczący wartości, w tym wartości religijnych. Odbiorca mało czujny, a podatny na mechanizmy oddziaływania tabloidu, otrzymuje z jednej strony religijność powierzchowną, pozbawioną teologicznych niuansów, a z drugiej mechanizm identyfikacji z określonymi postawami, który utwierdza go w słuszności swoich przekonań. Paradoksalnie, odbiorcy o skrajnie różnych poglądach odnajdą w tabloidzie potwierdzenie – każdy dla własnych stanowisk. Jeśli chodzi o kwestie związane z etyką i obyczajowością, które łączą się z tematem religijności w sposób naturalny, to w przestrzeni tabloidowej zauważalna jest tendencja do usprawiedliwiania przewinień przedstawicieli grupy „my” i silne napiętnowanie „nie-naszych”.

¹ K. Zanussi, *Otwartość na trudne i nowe*, [w:] *O Panu Bogu w telewizji*, red. L. Dyczewski, Częstochowa 1996, s. 31.



Dyskusja o kwestiach zasadniczych, aksjologii i uniwersaliach w przestrzeni tabloidowej wpada w pułapkę rozrywki: z założenia powinna być bowiem treścią głęboką, duchową, przeciwwagą dla „targowiska próżności”, a staje się zamiast tego tanią sensacją. Ów proces tabloidyzacji upraszcza komunikowanie medialne, eliminuje potrzebę wysiłku intelektualnego w procesie odbioru treści medialnych, dramatycznie upraszczając zarazem system wartości.

Summary

In the article the author has analyzed the presence of the religious topic in the tabloids. The author diagnoses a part of the Polish and Russian society that is the recipient of this kind of media. First of all, it must be noted that the Polish and Russian tabloids are similar regarding their form and content. Presenting the spirituality is included into the narrative scheme in which are used the oversimplified criteria of the reality assessment. This simplification consists in the radical sharpening of the assessments and using the pragmatic ethic that is based on the situation ethics. The recipient is fairly alert and at the same time susceptible to the mechanisms of such influence. On one hand they receive superficial religiosity, lacking in the theological nuances, and on the other they get the identification mechanism with defined attitudes that confirms the validity of their beliefs. Ironically, the recipients of extremely divergent views will find the confirmation in such tabloids, each one for their own beliefs. When it comes to the issues regarding ethics and culture that are related to the religiosity topic in a natural way, the tabloids present the noticeable tendency to justify the infringements of the representatives of the group “us” and strong stigmatization of the group “them”. However, what is the most important, the dispute on the fundamental issues, axiology and the universalities of the tabloids fall into the trap of the entertainment; such discussion is supposed to be of deep content, spiritual and constitute the counterweight to the “vanity fair”, but it becomes a cheap sensation instead. This process, that one might call tabloidization, oversimplifies the medial communication, eliminates the need of intellectual effort within the process of media content reception and at the same time oversimplifying the value system.

Słowa kluczowe: tabloidyzacja, religijność, media

Key words: tabloidization, religion, mass media

Szukanie analogii pomiędzy religią i mediami wydawać się może z pozoru pozbawione logiki. Przestrzeń mediów w sposób jednoznaczny kojarzy się bowiem ze sferą *profanum*. Jak się jednak okazuje, to co powszednie i powszechne, niekoniecznie odarte jest z elementów duchowych, transcendentnych, czy nawet mistycznych. Postaram się prześledzić napięcie, do jakiego dochodzi w momencie zetknięcia się codzienności i *sacrum* w tabloidowej przestrzeni medialnej, w której doświadczenie religijne, rozumiane w wymiarze duchowym, ulega dekodowaniu na język kultury masowej, uzyskując przy tym nowy wymiar w odwiecznej dyskusji o fundamentalnych wartościach. W medialnej narracji codzienności doświadczenie religijne i atry-

buty semantyczne religii stanowią zapewne przeciwwagę dla wszechobecnego konsumpcyjnego modelu towarów i usług czy też apoteozy rozrywki, która „zabawia nas na śmierć”², zabijając kulturę i duchowość odbiorcy mediów.

Informacje i kwestie związane z religią i religijnością, przewijające się w tabloidach naświetlane są z zupełnie innej perspektywy niż w pozostałych mediach, inny też jest język i styl, a także identyfikacja odbiorcy takich komunikatów³. Na potrzeby niniejszego artykułu odwołam się jedynie do pewnego niewielkiego wycinka polskiej i rosyjskiej mediasfery, któremu nie poświęcono w badaniach wiele uwagi. Ze względu na obszerność materiału zostaną zarysowane tylko pewne zauważalne tendencje w prezentowaniu tematyki religijnej w przestrzeni tabloidowej. Może to stanowić punkt wyjścia do dalszych badań szczegółowych i konfrontatywnych. Nie znajdzie się tu też miejsca i czasu na rozważania dotyczące relacji występujących między religią a mediami w szerokim kontekście⁴.

Ponieważ definiowanie i szczegółowe analizy zjawiska tabloidyacji mediów i rzeczywistości znajdują się poza zakresem tego szkicu – choćby ze względu na

² Por. N. Postman, *Zabawić się na śmierć*, przeł. L. Niedzielski, Warszawa 2002.

³ Pojęcia *informacji* i *komunikacji* w mediach definiuję na podstawie rozważań Jana van Dijka: informacja składa się z danych i sygnałów, które są interpretowane przez odbiorców; komunikacja zaś to przesyłanie danych od nadawcy do odbiorcy, przy czym – co najważniejsze – ten pierwszy jest świadomy istnienia drugiego. Por. J. van Dijk, *Spoleczne aspekty nowych mediów. Analiza społeczeństwa sieci*, przeł. J. Konieczny, Warszawa 2010, s. 277.

⁴ Na ten temat zob. np. J. Majewski, *Religia, media, mitologia*, Gdańsk 2010. Z ostatnich opracowań można wymienić m.in. A. Погасий, *И снова к проблеме: религия и СМИ – зачатые друзья*, «Религия и право» 2015, № 1, s. 31–33; М. Доброхотова, *Роль сми в позиционировании Русской православной церкви в российском обществе 2000-х годов*, «Вестник Пермского университета» 2012, Выпуск 1 (18), s. 289–297; Н. Коновалова, *В лабиринтах «сакральных фантазий» российских СМИ*, «Политическая лингвистика» 2014, №2, s. 50–54; Е. Гаврилов, *Оцифрованное сакральное: особенности существования религии в интернет-пространстве (по материалам СМИ)*, «Вестник Кемеровского государственного университета культуры и искусств» 2014, №3, s. 177–183; *Kreowanie przestrzeni w cyfrowym świecie. Wpływ mediów na rzeczywistość polityczną oraz funkcjonowanie ruchów społecznych i religijnych w Polsce i Europie Środkowo-Wschodniej*, red. M. Łyszczarz, S. M. Marcinkiewicz, M. Sokołowski, Toruń 2014; J. Dąbała, *Media i dziennikarstwo. Aksjologia. Warsztat. Tożsamość*, Kraków 2014; S. Meetschen, *Cyfrowa duchowość. Wskazówki dla użytkowników*, tł. A. Meetschen, Warszawa 2013; *Internet i Kościół*, red. J. Kloch, Warszawa 2011; *Kultura wizualna – teologia wizualna*; red. W. Kawecki, J. S. Wojciechowski, S. Żukowska-Gardzińska, Warszawa 2011; E. Stachowska, *Między tabloidyacją religii a afirmacją religijną na Facebooku. Religia i media we współczesnym świecie. Cz. I – Prasa i telewizja*, „Przegląd Religioznawczy” 2011, nr 1 (239), s. 249–263; W. Misztal, *Media jako sprzymierzeniec duchowości*, [w:] *Wartości w mediach – z dolin na szczyty*, red. A. Baczyński, M. Drożdż, Tarnów 2012, s. 277–301; *Media w wychowaniu chrześcijańskim*, red. D. Bis, A. Rynio, Lublin 2010; P. Siuda, *Religia a Internet. O przenoszeniu religijnych granic do cyberprzestrzeni*, Warszawa 2010; *Dziennikarstwo według Jana Pawła II*, oprac. i red. M. Miller; współpr. A. Wiktorowicz, Warszawa 2008; M. Sokołowski, *Kościół, kino, sacrum. W poszukiwaniu definicji filmów o tematyce religijnej*, Olsztyn 2002; T. Ząsepa, *Media, człowiek, społeczeństwo. Doświadczenie Europejsko-Amerykańskie*, Częstochowa 2000.

rozległość tych badań i ich transdyscyplinarny charakter⁵, na wstępie dokonana zostanie jedynie zwięzła charakterystyka przestrzeni, nazwanej w tytule „tabloidową”. Choć kojarzy się ona głównie z bulwarową prasą codzienną⁶, to włączyć należało by do niej także portale internetowe, które zorientowane są na opisanie maksymalnie aktualnych wydarzeń, problemów, zagadnień, dostępnych odbiorcy masowemu (najczęściej są to internetowe wydania gazet, np. rosyjski portal *Экспресс газета online*, czy polski *Fakt24.pl*).

W moim przekonaniu punktem wyjścia w kontakcie nadawcy komunikatu w przestrzeni tabloidowej z odbiorcą jest założenie, że powinien on wykazać się jedynie gotowością do przyswojenia podanej treści, bez konieczności posiadania przygotowania i merytorycznego zaplecza z zakresu danej problematyki. Nie ma tu bowiem miejsca na specjalistyczne analizy zjawisk czy dywagacje nad ich złożonością. Jeśli zaś chodzi o podejmowaną tematykę, to zaobserwować można tu swoisty eklektyzm, którego dominantą jest nastawienie na sensacyjność: tabloid służy bowiem nie tyle informowaniu, co przeżywaniu – „jest swego rodzaju performansem, a jego zasadniczą funkcją jest rozrywka [...]”⁷. Opierając się na przykładach z polskiej i rosyjskiej przestrzeni tabloidowej – pod tym względem podobnych do siebie, można wyróżnić kilka najchętniej podejmowanych tematów; są nimi: bieżące wydarzenia społeczno-polityczne, wydarzenia z życia osób publicznych, informacje kryminalne, życie intymne, sport. Nieco na marginesie, ale pośród wymienionych tematów znajdują się sprawy związane z religią i religijnością. Nie dziwi wcale umiejscowienie ich w przestrzeni tabloidowej pośród pozostałych tematów – stanowią one bowiem w takim samym stopniu surowiec „medialnej atrakcji”⁸, czyli tego, co porusza ukształtowane społecznie emocjonalne standardy odbiorców, co ich zaciekawia, bulwersuje i wstrząsa, budzi i podtrzymuje zainteresowanie nie tylko tematyką, ale i samym medium. Innymi słowy, informacja ma w przestrzeni tabloidowej z założenia wprowadzać odbiorcę ze stanu równowagi. Specyfika przestrzeni tabloidowej polega bowiem na oddziaływaniu emocjonalnym. Założeniem tego rodzaju przekazu jest to, iż od czytelnika nie jest wymagana refleksja nad problemem, a raczej poddanie się emo-

⁵ Na ten temat zobacz m.in. Д. Лобков, *Как заработать на сенсациях*, Москва 2006; Н. Петрова, Л. Рацибурская, *Язык современных СМИ: средства речевой агрессии*, Москва 2014; *Tabloid Tales: Global Debates Over Media Standards*, ed. C. Sparks, J. Tulloch, Lanham, Boulder, New York, Oxford 2000; M. Conboy, *Tabloid Britain: Constructing a Community Through Language*, Abingdon 2006; D. Piontek, *The tabloidization of political discourse: the Polish case*, „Central European Journal of Communication” 2011, nr 2, s. 275–292.

⁶ W języku rosyjskim zadomowiły się terminy: *желтая газета*, *таблоид*, *желтая пресса*, *бульварная пресса*.

⁷ J. Wasilewski, *Posłom frykasy, dzieciom ochlapy. Tworzenie podziałów społecznych w mediach*, [w:] *Retoryka mediów, retoryka w mediach*, red. M. Marcjanik, Warszawa 2012, s. 12.

⁸ Zob. J. Kurowicki, *Religia w fabrykach atrakcji*, [w:] *Media a religia*, red. I. Borkowski, B. Jastrzębski, D. Lewiński, Wrocław 2011, s. 29.

cjom zdziwienia, współczucia (pozytywna), bądź gniewu (negatywna), przy czym ta ostatnia zdecydowanie przeważa w przekazie. Temu procesowi recepcji podawanych treści sprzyja poetyka i atmosfera sensacyjności, która jest wspomnianą już wyżej cechą dystynktywną przestrzeni tabloidowej. Dotyczy ona właściwie wszystkich podejmowanych tematów, przy czym sensacyjność niekoniecznie oparta musi być na prawdziwych wydarzeniach. Tabloid kreuje bowiem sensację podsycając atmosferę głównie środkami retorycznymi, gdy jej rzeczywiście brakuje; zwykle wydarzenia mogą więc nabrać charakteru zdarzeń spektakularnych, bezprecedensowych lub nawet fantastycznych i irracjonalnych.

Trudno nie zgodzić się z twierdzeniem, że „pisanie o religii jest w gmachu polskiego dziennikarstwa niczym strych, najwyższy poziom budynku, na który zapuszczają się nieliczni i najbardziej wytrwali [...]”⁹. Pisaniu o religii towarzyszą bowiem pewne utrudnienia natury ideologicznej, a poprawność polityczna paraliżuje po pierwsze dziennikarzy i publicystów, a po drugie uczonych do zabierania głosu w dyskusji na temat religii i religijności w społeczeństwie informacji i wiedzy, w świecie okablowanym i zmediatyzowanym¹⁰. Specyficznego odcienia nabiera ten dyskurs w przestrzeni tabloidowej, nie obawiającej się polaryzacji i skrajnych opinii, których wystrzegają się raczej kręgi intelektualne i środowisko naukowe organizowane przez Kościół Katolicki i Cerkiew Prawosławną. Te ostatnie mają zresztą zagwarantowane miejsce w mediach publicznych, które „ustawowo” nie szargają świętości, a realizują misję uwzględniającą wartości chrześcijańskie. Inną kwestią jest tutaj ilość i jakość audycji o tematyce religijnej¹¹. Przestrzeń tabloidowa pozbawiona jest misyjności, a co za tym idzie – ocena zjawisk i stopień zaangażowania są zgoła inne. Tabloid nie obawia się ryzykownych rozstrzygnięć, które mogłyby spowodować utratę publiczności. Jednocześnie obserwujemy rodzaj zaangażowania światopoglądowego i zabierania głosu w sprawach zasadniczych, choć trzeba podkreślić, że w przestrzeni tabloidowej tematy ważkie w dyskursie społeczno-polityczno-kulturalnym czy gospodarczym, są wypierane przez informacje sensacyjne czy rozrywkowe. Trudno nie zgodzić się z dość radykalną, ale jednak prawdziwą oceną, że „społeczeństwo ma wielką potrzebę wartości duchowych i szuka ich tam, gdzie je znajduje – choćby w najgorszej, tandetnej postaci”¹².

Obecność tematów związanych z religią w przestrzeni tabloidowej nie ma nic wspólnego z działaniami nastawionymi na ewangelizację, choć nie brakuje w niej

⁹ S. Hołownia, *Dziesięć przykazań dla publicysty religijnego*, [w:] *Biblia dziennikarstwa*, red. A. Skworz, A. Niziołek, Kraków 2010, s. 390.

¹⁰ Por. J. Jarzębski, *Media i religia*, [w:] *Media a religia*, red. I. Borkowski, B. Jastrzębski, D. Lewiński, Wrocław 2011, s. 29.

¹¹ Na ten temat zob. np. *O Panu Bogu w telewizji*, red. L. Dyczewski, Częstochowa 1996; *Religijny wymiar telewizji*, Olsztyn 1990.

¹² K. Zanussi, *op. cit.*

odniesień do egzystencji, ontologii, a nawet metafizyki. Te odniesienia, których, przez wzgląd na ważkość pojęcia, nie nazwę terminem *loci theologici* stanowią, być może, próbę spowolnienia tempa pogoni spektakularnych skandali znanych ze stron tabloidów. Najczęściej obecne w okresie przypadających świąt religijnych, nastawione są na popularne i powszechnie zrozumiałe komunikaty, bez zawilości i teologicznej głębi, mają kształtować i utrwać u przeciętnego masowego odbiorcy zachowania oparte na obiegowym sposobie myślenia. Takie komunikaty ujawniają stereotypowe poglądy na wiarę, obrzędy religijne i instytucje. Rosyjska gazeta o charakterze tabloidu – „Моя семья”, posiada nawet dwie stałe rubryki poświęcone sprawom duchowym, przy czym pierwsza: *He om mira czego* posiada wyraźny charakter religijnego „z archiwum X”, druga zaś: *Hebo u zemlja* gromadzi materiały w rodzaju świadectw wiary i nawrócenia.

W artykule z polskiego tabloidu, zatytułowanym *Ocaliła mnie Matka Boska* („Super Express” 2015, nr 264 (7355)), relacjonowane są tragiczne wydarzenia, w których śmierć poniosło dwóch mężczyzn po tym, jak ich łódź podczas połowu ryb wywróciła się z powodu złych warunków atmosferycznych. Przeżyła jedynie słabo umiejąca pływać kobieta, która sugeruje, że kierowała nią „niewytłumaczalna siła”, dzięki której udało jej się dopłynąć do brzegu:

„Pierwsze, czego dotknęłam, to betonowe słupki, na których stoi obraz Matki Boskiej. Teraz myślę, że to jej zawdzięczam życie. Inaczej nie umiem tego wyjaśnić”.

Obserwowane często w przestrzeni tabloidowej odwoływanie się do najprostszej symboliki religijnej objawia się także w wyżej opisanej historii. Autor relacji pozbywa się odpowiedzialności udzielenia jednoznacznej odpowiedzi na pytanie: co lub kto uratował życie bohaterce artykułu; stosuje za to retoryczny zabieg, polegający na tym, że to kobieta sama suponuje działanie sił nadprzyrodzonych, a autor pozostaje dzięki temu na pozycji sprawozdawcy. Do czytelnika ostatecznie należy decyzja: wierzyć czy nie. Artykuł zyskuje przygodowo-awanturniczy charakter sensacji, ma wywoływać silne emocje (sytuacja zagrożenia życia, niewytłumaczalność, śmierć bliskich). Cel zostaje osiągnięty: odbiorca może zająć stanowisko odpowiednio wobec zagadnienia, poddając się emocji wywołanej przez tabloid. Czytelnik wierzący uzyskuje bowiem potwierdzenie dla swojej wizji świata, czytelnik niewierzący zyskuje pretekst do drwin z irracjonalnego (jego zdaniem) incydentu.

Z powyższym zagadnieniem łączy się silnie obecna w przestrzeni tabloidowej pobożność ludowa, która daje prymat jeśli nie przesądom, to skłonności do sakralizacji świata, powodowanej potrzebą przekraczania codzienności ku momentom szczególnym, odświętnym, a także ukierunkowania i nadania sensu istnieniu¹³. Ucieczka

¹³ Zob. także: L. Mróz, *Mit i myślenie mityczne*, „Etnografia Polska” 1976, z. 1, s. 25–45.

od zmaterializowanej codzienności do sfer irracjonalnych wyraża się w przestrzeni tabloidowej w podejmowaniu tematów związanych z obrzędami, demonami, zjawiskami nadprzyrodzonymi. We wzmiance *Жители Львова массово поклоняются оконному стеклу*¹⁴ opisuje się pojawienie wizerunku Matki Boskiej i Jezusa na szybie okna jednego z domów. Czytelnik otrzymuje też informację, że Cerkiew nie komentuje zjawiska, ale od czasu przeniesienia okna do miejscowej świątyni, odbywają się tam nabożeństwa chwalące cud.

Inne wydarzenia opisywane przez rosyjski tabloid w artykule *Чудо-дерево. Старый дуб поёт акафист и мироточит кровавыми слезами* („Экспресс газета” 2013, nr 16 (949)), miały miejsce w miejscowości Zadońsk (Задонск, Липецкая область), gdzie przy próbie wycięcia 300-letniego dębu, pod którym w przeszłości miał wypoczywać biskup Woroneża, święty mnich i cudotwórca Tichon Zadoński, drzewo zaczęło wydawać z siebie cudowne śpiewy cerkiewne, innym zaś razem toczyło krzyżmo w kolorze krwi.

Do tej kategorii tekstów włączyć należy chętnie podejmowany przez tabloidy temat opętania, duchów i demonów. Trzeba podkreślić, że szczególnie w polskiej tabloidowej przestrzeni medialnej taki rodzaj informacji ma sporą reprezentację. Przytoczę jedynie tytuły artykułów: *Kukiz dostanie przeklęty pokój w Sejmie. Jakie mogą być konsekwencje?*¹⁵; *Szatańskie osiedle! Bloki układają się w liczbę 666!*¹⁶; *Szok! Duch mnicha straszy w Panoszowie*¹⁷; *Prawica wypędza złe duchy*¹⁸. Polski tabloid w artykule zatytułowanym *Jak sprawdzić, czy opętał mnie szatan? Egzorcysta Andrzej Grefkowicz radzi poleca czytelnikowi wykonanie prostej próby:*

„Jak sprawdzić, czy atakuje cię diabeł? Powiedz z wiarą ‘Idź precz szatanie i nie kuś mnie więcej’. Jeśli nie jesteś w stanie wypowiedzieć tych słów, to znak, że powinienś trafić do egzorcysty”¹⁹.

W internetowym wydaniu polskiego tabloidu „Fakt”, pod tekstem zatytułowanym *Opętane polskie dziewczęta. Lekarze są bezradni*, zamieszcza się sondę, w której czytelnicy mogą odpowiedzieć na pytanie: „Czy wierzysz w to, że człowiek może zo-

¹⁴ *Жители Львова массово поклоняются оконному стеклу*, http://tvzvezda.ru/news/vstrane_i_mire/content/201509070200-rpqh.htm, dostęp: 24-02-2017.

¹⁵ *Kukiz dostanie przeklęty pokój w Sejmie. Jakie mogą być konsekwencje?*, http://www.se.pl/wiadomosci/polityka/kukiz-dostanie-przeklety-pokoj-w-sejmie-jakie-moga-byc-konsekwencje_724457.html, dostęp: 24-02-2017.

¹⁶ *Szatańskie osiedle! Bloki układają się w liczbę 666!*, http://www.se.pl/wiadomosci/swiat/szatańskie-osiedle-bloki-ukladaja-sie-w-liczbe-666-wideo_723590.html, dostęp: 24-02-2017.

¹⁷ *Szok! Duch mnicha straszy w Panoszowie*, http://www.se.pl/wiadomosci/polska/szok-duch-mnicha-straszy-w-panoszowie_662003.html, dostęp: 24-02-2017.

¹⁸ *Prawica wypędza złe duchy*, „Fakt” 2015, nr 262 (3663).

¹⁹ *Jak sprawdzić, czy opętał mnie szatan*, http://www.se.pl/wiadomosci/polska/jak-walczyc-z-szatanem-czy-opetal-mnie-szatan-egzorcysta-andrzej-grefkowicz-radzi_215016.html, dostęp: 24-02-2017.

stać opętany?”. Wedle udzielonych odpowiedzi (914 głosów na dzień 26-01–2016)²⁰, 63% respondentów twierdzi, że to możliwe.

Obok tematu opętania tabloidy chętnie podejmują tematy niezwykłych wydarzeń, cudów i uzdrowień (np. *Cudowna hostia uzdrawia od pięciu lat*²¹; *Cudowne uzdrowienie 20-latka? Choroba się cofa!*²²; *Чудо исцеления от бесплодия. Учительница лечит вышитыми иконами*²³; *В этом селе очень много колдунов*²⁴). W materiale zatytułowanym *Pielgrzymi obgryzają korę 700-letniej lipy. O co chodzi?*²⁵ otrzymujemy informację, że 700-letnia cudowna lipa w miejscowości Cielętniki znajduje się w niebezpieczeństwie. Pielgrzymi odrywają z niej korę bo, według podań, drzewo miało cudownie leczyć zęby. Dendrolodzy w trosce o stan drzewa ogrodzili je metalową siatką, by uniemożliwić zjadanie kory. W materiale ks. Tadeusz Król z miejscowej parafii mówi, że, zgodnie z legendą, lipa ma właściwości lecznicze, a pielgrzymi, którzy tędy przechodzą, zatrzymują się tutaj i wpatrują się też w święty obraz patronki stomatologów św. Apolonii, który wisi obok drzewa.

Trzeba podkreślić, że w przestrzeni tabloidowej niepierwszorzędną rolę odgrywa rzetelność dziennikarska, pod którą, w największym skrócie, rozumiemy takie zasady pracy jak: prawdziwość informacji, docieranie do źródeł czy demokratyczne udzielenie głosu obu stronom konfliktu. Tabloid nie potrzebuje bowiem prawdy, by grać na emocjach odbiorcy i kształtować poczucie wspólnoty, dla której racja zawsze musi stać „po naszej stronie”; łączy się to silną potrzebą potępienia złego przez wspólnotę i odcięcia się od „nie naszego” systemu wartości. Zatem w tabloidzie na podatny grunt padają wszelkie informacje piętnujące zachowania, które nie mieszczą się w chrześcijańskiej etyce. I ponieważ przestrzeń tabloidowa jest głosem ulicy posiadającej silną potrzebę kamienowania, z dużą częstotliwością wpada nie tylko w ton oburzenia, ale i moralizatorstwa. Poniżej przywołane zostanie kilka tytułów artykułów, które piętnować miały określone zachowania – komunikat jest w nich nastawiony na jednoznaczne potępienie czynu bohatera publikacji. W tej grupie tekstów obszerną część stanowią artykuły dotyczące przedstawicieli Kościoła katolickiego w Polsce i Cerkwi prawosławnej w Rosji: *Skandal w Kościele! Watykań-*

²⁰ *Opętane polskie dziewice. Lekarze są bezradni*, <http://www.fakt.pl/polska/dokument-konrada-szolańskiego-walka-z-szatanem-artykuly,585032.html>, dostęp: 24-02-2017.

²¹ *Cudowna hostia uzdrawia od pięciu lat*, <http://www.fakt.pl/przyjechali-modlic-sie-o-zdrowie-artykuly,420907,1.html>, dostęp: 24-02-2017.

²² *Cudowne uzdrowienie 20-latka? Choroba się cofa!*, <http://www.fakt.pl/wydarzenia/uzdrowienie-20-letniego-kamila-w-radecznicy,artykuly,568235.html>, dostęp: 24-02-2017.

²³ *Чудо исцеления от бесплодия. Учительница лечит вышитыми иконами*, «Экспресс газета» 2011, № 49 (878).

²⁴ *В этом селе очень много колдунов*, «Моя семья» 2014, № 36 (728).

²⁵ *Pielgrzymi obgryzają korę 700-letniej lipy. O co chodzi?*, <http://tv.se.pl/wiadomosci/700-letnia-lipa-w-niebezpieczenstwie-pielgrzymi-ob,11386/>, dostęp: 24-02-2017.

scy hierarchowie budowali pałace za pieniądze dla biednych!²⁶; Tak mieszkał ksiądz pedofil spod Łodzi. Co za luksusy!²⁷; «Вы в церкви были?»: священник на Mercedes сбежал от киевской полиции²⁸; Пьяный священник устроил безбожное ДТП под Ульяновском²⁹; Skandal w prawosławnej cerkwi: священник-гей рассказал о геех-руководителях РПЦ³⁰.

Jak zatem widać, tabloid nie unika ciosów w stronę osób duchownych czy instytucji, często żerując na nastrojach antyklerykalnych. Warto podkreślić, że artykuły te mają na celu wytworzenie silnej opozycji *my – oni*. Narracja tabloidowa sytuuje bowiem na jasno określonych pozycjach postaci, z którymi czytelnik się identyfikuje (np. emeryci, renciści, rodzice, bezrobotni, kredytobiorcy, tzw. „normalni ludzie”), oraz tych, którzy w jakimś stopniu owych „normalnych” ciemiężą (np. politycy, urzędnicy, policja). Na pozycję oprawców – choć rzadko – trafiają także osoby duchowne. Nie jest to przypisana im na stałe rola – mogą też być sytuowani po stronie ofiar (np. *Dostałem mandat za odprawienie mszy*³¹). Trzeba koniecznie zwrócić uwagę na powtarzający się schemat narracyjny, który dotyczy również samego sposobu ilustrowania wspomnianej opozycji *my – oni*. „Struktura konfliktu grup – zauważa medioznawca Jacek Wasilewski – [...] zawarta jest nie tylko w słownej formule retorycznej, ale wyrażona graficznie na płaszczyźnie kolumny prasowej. Po stronie lewej są Oni, po prawej – My, na górze są Oni, na dole – my”³². Również fotografie dobierane są w zależności od pozycjonowania i rozdzielania statusu ofiary i oprawcy. Ten ostatni zawsze będzie portretowany w niesprzyjający sposób (bokiem, tyłem – najlepiej z rękami skrępowanymi kajdankami) lub z grymasem na twarzy. Innym sposobem retorycznym mającym służyć dystansowaniu „onych” do odbiorców, jest częste nienazywanie i niedookreślanie w tytułach artykułów podmiotu wydarzeń: np.: *Odciął ojcu głowę bo kazał mu Szatan*³³; *Podpalił narzeczoną i dzieci. Kat z Jesiony*

²⁶ Skandal w Kościele! Watykańscy hierarchowie budowali pałace za pieniądze dla biednych!, http://www.se.pl/wiadomosci/swiat/skandal-w-kosciele-watykanscy-hierarchowie-budowali-palace-za-pieniadze-dla-biednych_722649.html, dostęp: 24-02-2017.

²⁷ Tak mieszkał ksiądz pedofil spod Łodzi. Co za luksusy!, <http://www.fakt.pl/wydarzenia/zobacz-jak-mieszkal-ksiazd-pedofil-z-parafii-szczuki-pod-lodziami.galeria.507891.html>, dostęp: 24-02-2017.

²⁸ «Вы в церкви были?»: священник на Mercedes сбежал от киевской полиции, http://tvzvezda.ru/news/vstrane_i_mire/content/201509071701-4mh0.htm, dostęp: 24-02-2017.

²⁹ Пьяный священник устроил безбожное ДТП под Ульяновском Пьяный священник устроил безбожное ДТП под Ульяновском, http://tvzvezda.ru/news/vstrane_i_mire/content/201509151711-a6dw.htm, dostęp: 24-02-2017.

³⁰ Skandal w prawosławnej cerkwi: священник-гей рассказал о геех-руководителях РПЦ, <http://vlasti.net/news/225140>, dostęp: 24-02-2017.

³¹ Dostałem mandat za odprawienie mszy, http://www.se.pl/wiadomosci/polska/dostalem-mandat-za-odprawienie-mszy_711523.html, dostęp: 24-02-2017.

³² J. Wasilewski, *op. cit.*, s. 17.

³³ *Odciął ojcu głowę bo kazał mu Szatan*, „Super Express” 2015, nr 246 (7337).

nie żyje³⁴. Z kolei nagminne stosowanie w nagłówkach i tytułach trzeciej osoby liczby mnogiej czasowników opisujących wydarzenia, utrwała u odbiorcy poczucie, że należy przędniej do grupy ofiar, niż ciemiężców. Ci ostatni często są nieokreślona zbiorowością, jakąś siłą sprawczą, tzw. wierchuszką (ros. *верхушка*): *Ekshumowali księdza Waldemara Irka! Sprawdź czy był ojcem dziecka z Oławy*³⁵; *Wykopią księdza z grobu drugi raz?*³⁶; *В Москве православных оштрафовали за несанкционированную молитву*³⁷; *Храм с фресками отдали под мельницу*³⁸; *Церковь оштрафовали за запрет на мобильники*³⁹; *В честь блаженной Матроны открыли часовню*⁴⁰.

Z powyższym wątkiem łączy się silnie potrzeba napiętnowania. Dotyczy to ocen zachowań i moralności zarówno osób świeckich, jak i duchownych. W rosyjski dyskurs publiczny na stałe wryły się skrzydlate słowa: *попы на мерседесах* (popi w mercedesach), stanowiące podręczną broń w krytyce wystawnego życia niektórych duchownych Cerkwi Prawosławnej. Stereotypowy wizerunek duchownego w drogim samochodzie podtrzymywany jest także w polskich tabloidach. Tabloidy krytykują osoby świeckie, jak i duchowne, które w społecznym odbiorze naruszają zasady życia religijnego lub ich zachowania przekraczają pewne granice. Warto zwrócić uwagę na budowanie antagonizmów zauważalne już na poziomie nagłówków, które posiadają jednoznaczny wydźwięk skandalu lub sensacji: *Haniebne włamanie do kościoła. Bezbożnik nie znalazł pieniędzy, więc pocieszył się... winem mszalnym*⁴¹; *Były ksiądz i zakonnica bili dzieci tłuczkiem do mięsa po głowie. Wyrok*⁴²; *Bestia z Rakowisk posłała księdza do diabła*⁴³; *Oto dowód, że ksiądz Irek splodził syna. Są wyniki badań*

³⁴ *Podpalił narzeczoną i dzieci. Kat z Jesiony nie żyje*, http://www.se.pl/wiadomosci/polska/nie-zyje-kat-z-jesiony-ktory-podpail-zone-i-dzieci_731985.html, dostęp: 24-02-2017.

³⁵ *Ekshumowali księdza Waldemara Irka! Sprawdź czy był ojcem dziecka z Oławy*, http://www.se.pl/wiadomosci/polska/ekshumowali-ksiedza-irka-sprawdza-czy-jego-dziecko_364578.html, dostęp: 24-02-2017.

³⁶ *Wykopią księdza z grobu drugi raz?*, http://www.se.pl/wiadomosci/polska/wykopia-ksiedza-z-grobu-drugi-raz_370074.html, dostęp: 24-02-2017.

³⁷ *В Москве православных оштрафовали за несанкционированную молитву*, <http://zheltuxi.net/v-moskve-pravoslavnyx-oshtrafovali-za-nesankcionirovannuyu-molitvu/> (dostęp: 24-02-2017).

³⁸ *Храм с фресками отдали под мельницу*, «Экспресс газета» 2015, № 3 (1040).

³⁹ *Церковь оштрафовали за запрет на мобильники*, <http://www.eg.ru/daily/crime/15898/>, dostęp: 24-02-2017.

⁴⁰ *В честь блаженной Матроны открыли часовню*, <http://www.eg.ru/daily/melochi/47798/>, dostęp: 24-02-2017.

⁴¹ *Haniebne włamanie do kościoła. Bezbożnik nie znalazł pieniędzy, więc pocieszył się... winem mszalnym*, http://www.se.pl/wiadomosci/polska/haniebne-wlamanie-do-kościoła-bezbożnik-nie-znalazł-pieniędzy-wiec-pocieszył-sie-winem-mszalnym_726867.html, dostęp: 24-02-2017.

⁴² *Były ksiądz i zakonnica bili dzieci tłuczkiem do mięsa po głowie wyrok*, http://www.se.pl/wiadomosci/polska/byly-ksiadz-i-zakonnica-bili-dziecko-tluczkiem-do-miesia-po-głowię-jest-wyrok_709809.html, dostęp: 24-02-2017.

⁴³ *Bestia z Rakowisk posłała księdza do diabła*, „Super Express” 2015, nr 190 (7281).

*DNA*⁴⁴; *Собчак надела бороду и рясу, и видно: это церковь Сатаны*⁴⁵; *Священник утопил младенца во время крещения*⁴⁶.

Język i styl przestrzeni tabloidowej, zwłaszcza w interesującym mnie kontekście kwestii związanych z religią i religijnością, różni się dramatycznie od tego, jaki prezentują media nietabloidowe. Dla piszącego o religii kwestią zasadniczą jest dobór słownictwa uzależniony zazwyczaj od profilu danego medium, a więc także uwzględniający potencjalnego odbiorcę. Wielu publicystów i dziennikarzy ulega pokusie popadania w patos, a także przejmując swoisty „żargon” katechezy, który wnika do tekstów poświęconych duchowości (np. leksemy typu: radować się, miłować, łaska, czynić, pokusa itp.). Bez wątpienia też podejmowanie tematów związanych z wiarą, życiem Kościoła i teologią warunkowane jest profesjonalizmem przekraczającym granice zwykłego dziennikarstwa⁴⁷. Tymczasem sposób pisania o religii w polskiej i rosyjskiej przestrzeni tabloidowej odzwierciedla w zasadzie procesy polityczno-społeczne ostatniego ćwierćwiecza. Zauważamy bowiem radykalaną zmianę stylu: rezygnację z patosu i przełamanie hermetycznego języka w pisaniu na temat wiary i życia wspólnot wyznaniowych, na rzecz języka i stylu potocznego, który znacząco różni się przecież od stylu naukowego czy publicystycznego w obszarze stosowanej leksyki i składni. Charakterystyczne dla języka potocznego środki językowe cechują się „ekspresywnością, emocjonalnością, a ich potencjał pragmatyczny w kontekście i na styku z żywiołem literackim języka stale wzrasta, co skrupulatnie wykorzystują piszący dziennikarze”⁴⁸. Zaobserwować to można było na przykładzie wyżej cytowanych tytułów i fragmentów artykułów.

Podsumowując powyższe rozważania trzeba przede wszystkim zauważyć, że polska i rosyjska przestrzeń tabloidowa są pod względem formy i treści do siebie podobne; podporządkowane zasadom komercji, posługują się radykalnie uproszczoną narracją i zawierają określony przekaz dotyczący wartości, w tym wartości religijnych. Polskie tabloidy częściej niż rosyjskie zwracają się jednak ku tej tematyce. W przekazie przewijają się tematy związane z religią bezpośrednio (wydarzenia religijne, świadectwa wiary) lub pośrednio (życie wspólnot religijnych, fakty dotyczące duchownych). Wspomniane zasady komercji wymuszają na tabloidzie określone treści i formy. Prezentowanie duchowości włącza się tu w schemat narracyjny, w którym obowiązują uproszczone kryteria oceny rzeczywistości. To uproszczenie polega na

⁴⁴ *Oto dowód, że ksiądz Irek spłodził syna. Są wyniki badań DNA*, http://www.se.pl/wiadomosci/polska/oto-dowod-ze-ksiadz-irek-spodzil-syna-sa-wyniki-badan-dna_368658.html, dostęp: 24-02-2017.

⁴⁵ *Собчак надела бороду и рясу, и видно: это церковь Сатаны*, «Экспресс газета» 2015, № 22 (1059).

⁴⁶ *Священник утопил младенца во время крещения*, <http://www.eg.ru/daily/crime/20733/>, dostęp: 24-02-2017.

⁴⁷ Por. J. Dąbała, *Media i dziennikarstwo. Aksjologia. Warsztat. Tożsamość*, Kraków 2014, s. 57.

⁴⁸ M. Sarnowski, „*Komsomolskaja Prawda*”: *od ideologicznej tuby do tabloidu*, „Oblicza komunikacji” Nr 4, 2011, s. 114.

radykałnym wyostrzeniu ocen i zastosowaniu pragmatyki etycznej, opartej na etyce sytuacyjnej. Ma to na celu ujednoczenie poglądów i potrzeb odbiorców, a co za tym idzie realizowanie celu komercyjnego: poszerzenie kręgu czytelników. Tabloid zawierający artykuły z wielu dziedzin ma ogarniać ogół rzeczywistości, wszelkie jej przejawy, ma stanowić dla swojego odbiorcy uniwersalne i (być może) jedyne źródło informacji, ma pomagać w jej ocenie i być nośnikiem wartości. Odbiorca mało czujny, a podatny na mechanizmy tego oddziaływania otrzymuje z jednej strony religijność powierzchowną, pozbawioną teologicznych niuansów, a z drugiej mechanizm identyfikacji z określonymi postawami, który utwierdza go w słuszności swoich przekonań. Paradoksalnie, odbiorcy o skrajnie różnych poglądach odnajdą w tabloidzie potwierdzenie – każdy dla własnych stanowisk. Jeśli chodzi o kwestie związane z etyką i obyczajowością, które łączą się z tematem religijności w sposób naturalny, to w przestrzeni tabloidowej zauważalna jest tendencja do usprawiedliwiania przewinień przedstawicieli grupy „my” i silne napiętnowanie „nie-naszych”. Co jednak najważniejsze, dyskusja o kwestiach zasadniczych, aksjologii i uniwersaliach w przestrzeni tabloidowej wpada w pułapkę rozrywki: z założenia powinna być bowiem treścią głęboką, duchową, przeciw wagą dla „targowiska próżności”, a staje się zamiast tego tanią sensacją. Ów proces nazwać należy tabloidyzacją, upraszcza komunikowanie medialne, eliminuje potrzebę wysiłku intelektualnego w procesie odbioru treści medialnych⁴⁹, dramatycznie upraszczając zarazem system wartości.

Bibliografia (wybrane pozycje)

- Drożdż, M., *Tabloidyczna „produkcja” sensu i wartości*, „Oblicza Komunikacji” 2010, s. 49–64.
- Majewski, J., *Religia, media, mitologia*, Gdańsk 2010.
- Media a religia*, red. I. Borkowski, B. Jastrzębski, D. Lewiński, Wrocław 2011.
- Tabloid Tales: Global Debates Over Media Standards*, ed. C. Sparks, J. Tulloch, Lanham, Boulder, New York, Oxford 2000.
- Wasilewski, J., *Posłom frykasy, dzieciom ochłapy. Tworzenie podziałów społecznych w mediach*, [w:] *Retoryka mediów, retoryka w mediach*, red. M. Marcjanik, Warszawa 2012, s. 11–22.
- Гаврилов, Е., *Оцифрованное сакральное: особенности существования религии в интернет-пространстве (по материалам СМИ)*, «Вестник Кемеровского государственного университета культуры и искусств» №3, 2014, с. 177–183.
- Лобков, Д., *Как работать на сенсациях*, Москва 2006.
- Петрова, Н., Рацибурская Лариса, *Язык современных СМИ: средства речевой агрессии*, Москва 2014.
- Погасий, А., *И снова к проблеме: религия и СМИ – зачатые друзья*, «Религия и право» № 1, 2015, с. 31–33.

⁴⁹ Por. M. Drożdż, *Tabloidyczna „produkcja” sensu i wartości*, „Oblicza Komunikacji” 2010, s. 49–64.