

## PAPIEŻ I TELEWIZJA

Pewnej deszczowej niedzieli, w czerwcu 1983 roku, przebywałem w Mediolanie. Papież ukazał się tysiącom zebranych osób, stojąc na balkonie, w połowie wysokości katedry. Przy placu, na którym stał trzęsący się z zimna tłum, znajduje się słynna galeria handlowa. Ponieważ było mi zimno, schroniłem się tam. Była pusta, nie licząc paru osób stojących przed sklepem z telewizorami. Oglądały one Papieża, którego widać było jednocześnie na kilku ekranach, w żywych kolorach, „na żywo” — co podkreślają bezustannie specjaliści od *hi-fi*. Uznałem, że wygodniej, a zarazem korzystniej jest oglądać i słuchać Papieża w telewizji, niż w rzeczywistości. Ironia tej sytuacji polegała na tym, że odległość fizyczna, jaka dzieliła mnie od papieża, nie była większa z tego właśnie miejsca galerii, niż z jakiegokolwiek punktu w tłumie, który mógł na zewnątrz. Choć tu i tu wszystko odbywało się tak samo, miałem wrażenie, że Papież pokazywany za pośrednictwem telewizji był mi bliższy i przekazywał mi więcej treści niż ta mała sylwetka na tle katedry.

### *Ciało bioniczne*

Jako człowiek, Jan Paweł II jest postacią złożoną, w której dostrzec można — w jego osobie i w jego ciele — wiele poziomów ludzkiego doświadczenia: osobisty, społeczny, duchowy i doczesny — wszystko naraz. Papież nie tylko reprezentuje — ze względu na swą centralną pozycję w jednej z największych grup religijnych świata — gigantyczną wspólnotę, która sprawia, iż z jednego końca Ziemi na drugi przebiega potężna fala wzruszenia, ale jest on także wcieleniem wymiaru doczesnego w historii, która od chwili założenia Kościoła chrześcijańskiego, tworzy jedną całość z najgłębszymi cechami naszej duchowej tożsamości i naszym sposobem identyfikowania się. Postać Papieża wyraża cały historyczny wymiar tej samej kultury, która wynalazła świat współczesny — także telewizję. Jest on jednocześnie osobą i obrazem zbiorowości.

Te jakości publiczne i osobiste widać bardzo wyraźnie w telewizji, w której, w wielu krajach, Papież objawił się jako czołowa, oficjalna osobistość największej organizacji świata. Jako człowiek

7 krwi i kości, Jan Paweł II odznacza się bardzo silną obecnością fizyczną i charakterem oraz życiem duchowym pełnym natchnienia. Czyni to jego osobowość bardziej wyraźną i sprawia, że jest on w najwyższym stopniu rzeczywisty. Jest rzeczą paradoksalną, że jeśli tylko zostanie spełnionych kilka warunków, fikcyjna obecność Papieża w waszym mieszkaniu — za pośrednictwem telewizji — staje się prawie równie rzeczywista jak gdyby — dziwnym trafem — miał wyjść z ekranu i wprosić się do was na kolację. W telewizji staje się on człowiekiem „bionicznym”, którego namacalna obecność ma zasięg równy zasięgowi emitowanego programu.

Telewizja i inne elektroniczne środki masowego przekazu zmieniły podstawę ludzkich działań. Można pozwolić sobie na powtórzenie tego truizmu, albowiem nawet najbardziej przenikliwi krytycy współczesnego społeczeństwa nie zdają sobie w pełni sprawy ze zmian, jakie ten fakt implikuje dla naszych poznawczych, emocjonalnych i funkcjonalnych stosunków z całym nowym środowiskiem wytworzonym przez *mass media*. Problemy religijne — osobiste i zbiorowe — nie wymykają się ich wpływom; wprost przeciwnie. Z jednej strony, stało się rzeczą dosyć trudną, żeby nie powiedzieć — niemożliwą, utrzymanie bezwzględnej zaściankowości w obliczu zalewu informacji na temat innych religii (często spektakularnego z powodu konfliktów lokalnych) i zajmowanych wobec nich stanowisk, codziennie przekazywanych ze wszystkich części świata. Z drugiej strony — co jest rzeczą paradoksalną — zamiast uwolnić osobistości polityczne i religijne od konieczności ruszania się z domu, środki masowego przekazu sprawiły, że podróże stały się nieodzowne dla spełniania ich misji. W środowisku opanowanym przez elektronikę, religijny przekaz nie oznacza już pisania do ludzi, jak to zwykle czynią papieże w swych encyklikach; obecnie chodzi o to, by dać odczuć swą obecność w sposób całkowicie bezpośredni — żeby nie powiedzieć: osobisty — i dzielić swoje własne ciało w tym nowym rodzaju Komu... jaką umożliwiają fale.

### *Elektroniczna aura*

Elektroniczne powiększenie i wzmocnienie osoby ludzkiej jest zjawiskiem zupełnie nowym, które zrozumiało zaledwie paru *leaderów* politycznych i niektóre gwiazdy *show-businessu*. Pojęcie, jakie mamy o naszym własnym „ja”, nie wykracza dla większości z nas poza wnętrze ograniczone rozmiarem naszego ciała fizycznego. Jest więc rzeczą zupełnie naturalną że trzeba nam

czasu, aby zrozumieć, że wszelkie elektroniczne środki masowego przekazu tworzą dla nas — za każdym razem, gdy z nich korzystamy — coś w rodzaju technicznej aury, która rozszerza naszą czynną obecność (na dobre i na złe) daleko poza bezpośrednio granice naszego ciała. Miarą udziału, jaki bierzemy w tym warunku elektronicznego powiększenia, jest nasz osobisty dostęp do różnych *mass mediów*. Oczywiście, dzięki swej charyzmatycznej osobowości, związanej ze swym wybitnym stanowiskiem, Papież ma większy dostęp do środków masowego przekazu niż większość ludzi. Te nowe sposoby obecności stworzyły nowy obraz Papieża i narzuciły mu nowe obowiązki. Relacja pomiędzy fizyczną obecnością Papieża i jego obecnością bioniczną uwypukla paradoksalną potrzebę podróżowania w epoce, w której możliwe wydaje się przekazywanie swych słów i swego obrazu bez konieczności wychodzenia z domu.

Wszędzie, gdzie się znajduje, Papież tworzy coraz silniejszą, elektroniczną aurę, która przekazuje jego obraz i jego moc setkom tysięcy rodzin. Dzięki telewizji, jego obecność dosłownie oświeca rozległe obszary wokół miejsca, w którym fizycznie się znajduje. Dzieje się tak jakby ruchome pole magnetyczne szło za nim z miejsca na miejsce, dyktując lokalnym sieciom ich priorytety i wpływając na wewnętrzne nastawienie niezliczonej ilości osób. Zamiast dotrzeć do kilku tysięcy ludzi, dociera do milionów. Zamiast zmuszać publiczność do wysiłku oczu, uszu i mięśni, aby mogła wyrobić sobie mgliste pojęcie o tym, jak wygląda Papież, jego obraz dociera prosto do odbiorcy, dzięki elektronicznej armacie rozpalającej komórki nerwowe i emocje.

Nowa aura elektroniczna odświeża przyblakłą pamięć o aureoli świętych. Aureola była umownie stosowana przez malarzy Średniowiecza i Odrodzenia, aby odróżnić świętych od zwykłych ludzi, którzy otaczają ich na obrazie. Symbolizowała ona nie tylko *status* świętych, ale także pewną władzę, jaką posiadali dzięki wzniesieniu się na wyższy poziom duchowy. Posiadanie aureoli pociągało za sobą fakt, iż osoba, która ją nosiła, mogła, przez samą swą obecność, ukazywać sens i wartość duchowej rzeczywistości, a zarazem uzdrawiać ludzi, którzy ją otaczali. Nie ma nic zaskakującego w stwierdzeniu, że zeświecczenie sztuki w XVIII i XIX wieku doprowadziło do ograniczenia stosowania (jeśli nie zrozumienia) aureoli w malarstwie. Z jednej strony, od tego czasu kanonizacje są znacznie rzadsze, z drugiej zaś racjonalistyczna mentalność sprawiła, że dominujący nurt kultury stał się zamknięty na mitologiczne interpretacje rzeczywistości. Klasa panująca, której wykształcenie oparto na przekazie drukowanym, wycho-

wywana była w nieświadomości wszelkich metafizycznych współzależności pomiędzy przyrodą a *mną*, uważanych za zwykłe przesady i definiowanych na nowo, zgodnie z modelem logicznych relacji pomiędzy obiektywnymi tożsamościami i zjawiskami. Telewizja, która wzbudza u swych odbiorców raczej sensoryczne niż logiczne reakcje, stopniowo podważała ten model, podczas gdy dawne tradycje mistyczne przyciągały — od początku lat sześćdziesiątych — coraz więcej ludzi. Obecnie, tak jak w przeszłości, główna działalność religijna wierzących wszystkich religii polega (lub powinna polegać) na nauczaniu i uzdrawianiu poprzez wysiłki na rzecz wydobycia innych (i siebie samych) z nieuniknionego kompromisu z materialnością i podniesienia na poziom duchowy. Główną myślą, którą tu wysuwam, jest to, że Jan Paweł II posługuje się właśnie nowymi środkami masowego przekazu, aby uzdrowić i scalić rozbity Kościół, a jednocześnie aby natchnąć naszą planetę globalną duchowością. To, co robi, jest w rzeczywistości przekładaniem wartości i znaczenia chrześcijańskiego posłania z kultury słowa drukowanego na kulturę elektronicznych środków masowego przekazu<sup>1</sup>.

### Scalić Kościół: poprzez elektronikę do ekumenizmu

#### *Zdecentralizować: nadawanie nadajnika*

Charakterystycznym skutkiem technologii elektronicznych jest odwrócenie porządku relacji, ustanowionych przez druk. Ambasadorowie wracają do domu, podczas gdy prezydenci podróżują. Środki masowego przekazu zmieniły relacje przestrzenne: nastąpiło przejście od kontroli zcentralizowanych poprzez hierarchiczne pełnomocnictwa do decentralizacji, do możliwości znalezienia się w oka mgnieniu w dowolnym punkcie, dzięki technologicznemu układowi nerwowemu, pokrywającemu całą planetę. W ten sposób Papież, którego funkcja polegała niegdyś na rządzeniu światem duchowym przy pomocy środków i metod charakterystycznych dla świeckich przedsięwzięć, tzn. na wysyłaniu biskupów i misjonarzy do odległych miejsc, znalazł obecnie — dzięki telewizji — sposób na wysyłanie samego siebie. Mamy tu do czynienia z całkowitym odwróceniem warunków narzucanych do-

<sup>1</sup> Przejście od kultury drukowanej do kultury elektronicznej zostało przepowiedziane i przeanalizowane przez Marshalla Mc Luhana; por. mój artykuł *Passion et précision; La foi en l'Eglise de Marshall Mc Luhan*, *Communio* 12 (1987) 82—100. Jeśli chodzi o niebezpieczeństwa związane z telewizją, znajdujemy ich ilustrację w filmach Felliniego (*Ginger i Fred*, ale także już *Roma*), Elli Kazana (*A Face in the Crowd*), Kena Russella (*Tommy*), Sidneya Lumeta (*Network*) itd.

tychczas przez godność papieża. Był czas, gdy wszystkie drogi prowadziły do Rzymu; obecnie, Rzym jest „w drodze ku całemu światu”.

Nowa tendencja papieży do przemieszczania się sięga Pawła VI, który był pierwszym papieżem podróżującym w nowoczesnym znaczeniu tego wyrazu. Chociaż podróże następcy Jana XXIII (który zaczął już wyjeżdżać poza Rzym) mogą być częściowo przypisane komfortowi i rosnącym ułatwieniom międzynarodowego transportu, jest rzeczą ważną odróżnienie ich od wizyt Jana Pawła II. Paweł VI odbył dziewięć podróży zagranicznych, odwiedzając dziewiętnaście krajów. Ale Luigi Accattoli zwrócił słusznie uwagę<sup>2</sup> na fakt, że podczas gdy Paweł VI przemieszczał się zawsze w celach dyplomatycznych, mając na względzie jakąś specyficzną misję, Jan Paweł II pojmuje swe podróże jako część swych misjonarskich obowiązków Pierwszego Wikariusza Chrystusa. Dlatego też jego podróże nie są organizowane jako misje dyplomatyczne, ale jako „wizytacje duszpasterskie”. Niemniej, ponieważ są one retransmitowane przez miejscowe sieci telewizyjne, te wizytacje duszpasterskie mają wymiar elektroniczny, zmieniający zasięg i charakter misji. Wyrażmy to słowami samego Jana Pawła II: „Przekaz społeczny posiada dziś wielkie możliwości; Kościół widzi w nim znak twórczego i zbawczego dzieła Bożego, które człowiek ma kontynuować. Środki przekazu mogą więc stać się potężnymi kanałami przekazywania Ewangelii, czy to na poziomie preewangelizacji, czy też na poziomie dalszego pogłębiania wiary, sprzyjając tym samym ludzkiej i chrześcijańskiej promocji młodzieży”<sup>3</sup>. Tak więc, chociaż nie jest on pierwszym podróżującym papieżem, Jan Paweł II jako pierwszy rozumiał w pełni środki masowego przekazu i posłużył się nimi w celu upowszechnienia swej obecności fizycznej i rozwinięcia swej osobistej roli. Podróżuje on nie tylko po to, aby uregulować różne sprawy z miejscowymi władzami i spotkać kilka tysięcy osób z krwi i kości, którym uściśnie ręce na trasie swego przejazdu, ale również po to, aby dotrzeć do możliwie największej liczby osób w sposób najbardziej bezpośredni i skuteczny — za pośrednictwem telewizji. Aby dotrzeć do telewizji lokalnych, musi podróżować daleko i często.

Istnieje coś w rodzaju symbiozy pomiędzy papieżem i krajowymi sieciami telewizyjnymi. Ludzie telewizji, świadomi spo-

<sup>2</sup> Corriere della Sera, 8 sierpnia 1985 r.

<sup>3</sup> Zdania te, podobnie jak inne cytaty Papieża, zostały zaczerpnięte z jego deklaracji z okazji 19 Światowego Dnia Społecznego Przekazu, z 19 maja 1985 roku, L'Osservatore Romano, wyd. polskie, nr 4—5 (64—65), kwiecień—maj 1985, s. 9.

sobu, w jaki może ona doprow...zić do nowego uzewnętrznienia głęboko ukrytych mitycznych uczuć, wiedzą również, że Papież jest największym z możliwych widowisk. Wszędzie, gdzie podróżuje — twierdzą profesjonalści, tacy jak Ugo D'Ascia<sup>4</sup> — dosłownie zalewa swoją obecnością środki masowego przekazu. Oczywiście, aby zapewnić sobie ten rodzaj serwisu, Papież musi znajdować się osobiście „na froncie” — że się tak wyrażę — jak generał zbierający swe wojska do decydującego ataku. Taki jest ukryty wymiar relacji między podróżami Papieża i telewizją. Jest to prawdziwe również w odniesieniu do stref takich, jak kontynent afrykański, które są nieco gorzej pokryte siecią łączności.

### Zrozumieć telewizję

Decentralizacja obrazu Rzymu implikuje również przeniesienie akcentu z pracy biurowej na ustną pracę ewangelizacyjną. Odkrywając nowe możliwości rozszerzenia swej działalności misyjarskiej, ostatni papieże, od Piusa XII po Jana Pawła II, nie tylko stali się łatwiej dostępni, ale wykazali się silniejszą osobowością, która przebija się zza ich roli postaci publicznej. Niemniej jednak ktoś, kto dowodów teoretycznego zainteresowania Rzymu przekazem poszukiwałby na imponującej liście oświadczeń wydanych na ten temat przez papieży w ostatnich stu latach, sporządzonej przez Enrico Baragli<sup>5</sup>, przekona się, że Jan Paweł II jest jedynym, który poświęcił wiele uwagi (i to nie tylko przełotnie) wszystkim implikacjom tego problemu. Głębia jego świadomości w tej dziedzinie przejawia się między innymi w silnym wyczuciu faktu, że *mass medium* może samo zmienić psychikę ludzką. „Mówi się o «videomanii», ten termin wszedł już do powszechnego użytku, jako określenie coraz szerszego oddziaływania owych, jakże sugestywnych i nowoczesnych środków społecznego przekazu na młodzież. Należy dogłębnie zbadać to zjawisko, zweryfikować rzeczywiste skutki, jakie wywiera ono na odbiorcach, w których jeszcze nie dojrzała ostatecznie krytyczna świadomość. Nie chodzi tu bowiem tylko o kwestię zagospodarowania wolnego czasu, to znaczy ograniczenia czasu przeznaczanego codziennie na inne zajęcia intelektualne i rozrywkowe,

<sup>4</sup> „W dniach jego wizyty, nie ma, że się tak wyrażę, żadnego innego programu. Całe godziny poświęcone Papieżowi” — mówi Ugo D'Ascia (popularny prezenter stacji Tg 2), cytowany przez Antonio Padalino, *Panorama* (Włochy), 25 sierpnia 1985.

<sup>5</sup> *Il caso Mc Luhan*, Rzym 1980.

ale także o uwarunkowanie psychiki, kultury i zachowania młodzieży”<sup>6</sup>.

Podjmując kluczowy problem psychicznego przekształcania telewidza, Jan Paweł II udowadnia, że dostrzega go lepiej niż większość wychowawców. Przyznaje on, że telewizja jest obecnie w trakcie przebudowywania naszej wrażliwości; świadom jest faktu, iż zmierza ona do odebrania tym, którzy ją oglądają, wszelkiej racjonalnej postawy krytycznej. Z drugiej strony, podkreślając możliwości telewizji w ułatwianiu pracy ewangelizacyjnej, pokazuje, że zdaje sobie sprawę ze sposobu, w jaki telewizja skłania się ku mitycznym wymiarom myśli i wrażliwości. Podczas gdy wielu ludzi potępiłoby TV jako przygotowującą grunt dla materializmu oraz — poprzez reklamę — jako zwiastuna bezmyślnej konsumpcyjności, Jan Paweł II widzi w niej możliwość przekazu duchowego. Ten fakt jest ogromnie ważny, gdyż byłby on w ten sposób pierwszym Papieżem nadążającym za rewolucją. Jest rzeczą jasną, że dotychczas Kościół zawsze przepuszczał okazję z powodu swego niestosownego konserwatyizmu, który zazwyczaj prowadził do katastrofy, wtedy gdy ścierały się stare i nowe, tak jak w okresie Reformy. W najnowszej przeszłości, odnowa Kościoła była niewątpliwie nieodzowna w momencie, gdy wartości duchowe Zachodu zostały pogrążone przez falę konsumpcyjności, w sposób nieunikniony towarzyszącą masowej produkcji. Papieskie rozumienie telewizji ma charakter globalny i to właśnie różni go od kaznodziejów przemawiających z małego ekranu w Stanach Zjednoczonych. To, co nazywamy środkami masowego przekazu, mogłoby w istocie — jeśli posługiwać się nimi właściwie — być najlepszym i najbardziej bezpośrednio dostępnym środkiem przywracania utraconej równowagi pomiędzy materializmem i wartościami duchowymi.

### *Odegrać pewną rolę*

Swobodne, godne profesjonalisty, zachowanie Jana Pawła II przed kamerami telewizyjnymi, to umiejętność nie do zlekceważenia. Zacytujmy raz jeszcze Ugo D'Ascia: „Przed wszystkimi kamerami telewizyjnymi czuje się jak ryba w wodzie. Zdaje sobie sprawę z mocy swego obrazu i posługuje się nim jako narzędziem swej polityki odnowy katolickiej, od Atlantyku po Ural”<sup>7</sup>. Jest rzeczą oczywistą, że telewizja, ze swym sposobem podkreślania i selekcjonowania każdego ruchu, koncentruje uwagę wszystkich zwłaszcza na ludzkim aspekcie Papieża. Analizując każde mrug-

<sup>6</sup> Cyt. w przyp. 4.

<sup>7</sup> Tamże.

nięcie oka, każdy gest, ukazując dokładną odległość między ludźmi, porównując zawsze to, co się mówi, ze sposobem, w jaki to zostało powiedziane, telewizja może skoncentrować uwagę całego państwa na przywódcy świata chrześcijańskiego. Wystarczyło zobaczyć Papieża udającego się do anglikańskiego kościoła św. Pawła w Toronto, gdzie miał uczestniczyć w ekumenicznej uroczystości, aby wyraźnie dostrzec nieodparte wrażenie, jakie jego widok wywiera zarówno na chrześcijanach jak i na *nie*-chrześcijanach. Pozdrawiał tłum tak, jak gdyby łączył się z każdym pojedynczym człowiekiem. Wśród tych, z którymi przeprowadzono wywiad, niemal tyle samo widzów co ludzi, którzy widzieli go na własne oczy, przyznało, że byli „osobiście poruszeni” jego obecnością. Tak jak inne słynne osobistości telewizyjne, Papież udowadnia, że dzięki telewizji jedna osoba może jednocześnie wejść do milionów domów i nawiązać osobistą więź ze wszystkimi i z każdym z osobna. Siła „wielkich przekazicieli” — czy to Ronalda Reagana czy też Jana Pawła II — bierze się ze zręczności, z jaką dają nam odczuć, że poprzez telewizor mówią właśnie do nas.

Niemniej jednak, środki masowego przekazu niosą ze sobą pewne ryzyko (fizyczne, społeczne i, zdaniem niektórych, duchowe), które Papież podejmuje, aby spełnić swą misję. Jak pokazała to próba morderstwa podczas publicznego ukazania się Jana Pawła II na placu św. Piotra, narażanie się jest kluczem do wszystkiego. W sposób specyficznie chrześcijański, w telewizji nie mniej niż w życiu, Papież jest człowiekiem najpotężniejszym w świecie i jednocześnie najbardziej bezbronnym. Telewizja jest dwuznaczna, a zarazem wymagająca: dwuznaczna, albowiem może odebrać tyle władzy, ile jej daje, i wymagająca, albowiem jest bezlitosna w tym, co wyjawia, zarówno z osoby prywatnej jak i z osoby publicznej. W Kanadzie, Jan Paweł II został poddany próbie nowego rodzaju, jaka nigdy jeszcze nie stała się udziałem żadnego innego męża stanu czy postaci publicznej. Wożono go w specjalnym pojeździe *papamobile*, który okazał się zarówno ciekawostką z dziennikarskiego punktu widzenia, jak i arcydziełem techniki transmisyjnej. Sam pojazd wyposażony był w kamerę, tak samo jak helikopter, który cały czas leciał nad nim. Pozwalało to widzom nie stracić Papieża z oczu ani na minutę, nawet w przerwach pomiędzy wydarzeniami oficjalnymi. W istocie oczekiwano od niego, aby wytrwał, ciągle eksponowany podczas dwunastu kolejnych dni, gdy wszystko można było zobaczyć, zarówno to, co publiczne, jak i to, co prywatne, od tłumionego ziewnięcia po pompę i ceremoniał gestów rytualnych.



Dzieje się tak, ponieważ — jak zauważył to Ugo D'Ascia — dla publiczności coraz bardziej odzwyczajanej od interpretowania sensu słów — wszystkim jest wygląd Papieża, wygląd „przywódcy Kościoła średniowiecznego w sercu dwudziestego wieku. Rytualne gesty powtarzane od wieków są wszędzie rozumiane, wywołują entuzjazm najróżniejszych tłumów. Wojtyła nie jest ważny przez to, co mówi, ale przez to, czym jest”<sup>8</sup>. Jesteśmy w trakcie uczenia się rozszyfrowywania i zbierania informacji, wychodząc bardziej od wyglądu ogólnego postaci publicznych, niż od tego, co one mówią lub co się o nich mówi. Istnieją tego niezliczone przykłady, poczynając od debat pomiędzy Reaganem i Mondale'm. Podczas końcowych etapów ostatnich wyborów w USA, zorganizowano dwie publiczne debaty telewizyjne ogromnej wagi pomiędzy dwoma kandydatami. Nikt, z wyjątkiem specjalistów od polityki, nie przywiązywał wagi do stanowiska zajętego przez każdego z kandydatów. Za to po pierwszym spotkaniu, środki masowego przekazu wyraziły zaniepokojenie z powodu widocznego zmęczenia Reagana, który wydał się „starszy” niż zwykle. Po drugiej debacie, chociaż było rzeczą jasną, iż argumenty Mondale'a były lepiej dopracowane i lepiej wyrażone niż Reagana, równie jasnym było, że Reagan zdecydowanie wygrał, albowiem lepiej wyglądał i lepiej prezentował się przed kamerą.

Również radio może prowadzić do nawiązania dosyć osobistej relacji międzyludzkiej; w dodatku sztuka ta jest łatwiejsza do opanowania. Jednakże, podczas gdy radio stara się pokazać bardziej osobę publiczną niż osobę prywatną, jak ma to również miejsce w przypadku reklamy lub propagandy politycznej, telewizja może wyrazić te dwie rzeczy jednocześnie. Dla osiągnięcia przez radio efektu masowości, konieczne było, aby duża liczba osób gromadziła się na wiecach politycznych. Można było wyrobić sobie w ten sposób pojęcie o człowieku mas, popieranym przez tłumy, i była to w istocie koncepcja typowa dla przedwojennej mentalności industrialnej. Dzisiejszy człowiek mas — jak powiedział kiedyś Mc Luhan — charakteryzuje się szybkością, a nie ilością. Chociaż wielkie tłumy gromadzą się faktycznie wszędzie, gdzie udaje się Papież, mobilizując w ten sposób obsługę telewizyjną, Jan Paweł II zdaje sobie również doskonale sprawę z faktu, że zwykły gest pomnożony przez milion w telewizji może być równie — jeśli nie bardziej — skuteczny, jak tłumne uczestnictwo w wydarzeniu. Dlatego też jest rzeczą logiczną, że Papież udaje się osobiście do najdalszych zakątków, tam gdzie będzie mógł

<sup>8</sup> Tamże.

spotkać się jedynie z garstką ludzi, tak jak w Kanadzie, gdy przemawiał do grupki rybaków na wschodnim krańcu Nowej Ziemi, lub nawet gdy usiłował (nie udało mu się to ze względu na niesprzyjające warunki meteorologiczne) dotrzeć do słabo zaludnionych obszarów Kanady północnej.

*Ekumenizm jako efekt działalności środków masowego przekazu:*

Dzięki połączeniu kilku czynników, takich jak jego wielowiekowa, stała obecność, jego upowszechnienie na całej planecie, a teraz również jego dynamiczna prezentacja w telewizji, Kościołowi rzymskiemu, mimo pewnych tendencji separatystycznych, udaje się sprostać swym ambicjom do uniwersalności, tak jak nie udało się tego osiągnąć żadnej innej wierze duchowej czy świeckiej. W odróżnieniu od innych religii i innych kultur, Kościół rzymski w dalszym ciągu dostarcza Kościołom zreformowanym czynników utożsamiających w ramach braterstwa chrześcijan, połączonych przez niesprecyzowane poczucie ekumenizmu. Jako głowa tego Kościoła, Papież jest wcieleniem zbiorowej tożsamości chrześcijańskiej w jej najdawniejszym i najbardziej jednoczącym aspekcie. Dzieje się tak od trzydziestu lat, niezależnie od osobowości człowieka, który zajmuje to stanowisko: Roncalliego, Montiniego czy Wojtyły. Ale fakt ten jest jeszcze umacniany od blisko dziesięciu lat, dzięki podróżom Jana Pawła II i jego częstemu pojawianiu się w telewizji. Ta zbiorowa tożsamość jest odczuwana i powtarzana przez każdego, kto podziela wiarę chrześcijańską; oczywiście, bardzo silnie przez katolików, ale także — w sposób dostrzegalny — przez inne wyznania chrześcijańskie. W czasach, gdy tożsamości indywidualne są korygowane przez struktury zbiorowe w świecie pracy i na szczeblu państwowym, niezliczone rzesze ludzi bardzo różnych i bardzo sobie dalekich, odczuwają potrzebę przynależności do systemu szerszego, który jednak pozostaje osobisty.

Tak jak Reforma i załamanie się tożsamości chrześcijańskiej były rezultatem szybkiego upowszechnienia się kultury pisanej, zapoczątkowanej przez wynalezienie prasy drukarskiej, tak ekumenizm jest rezultatem istnienia elektronicznych środków masowego przekazu, które zbliżają ludzi, często wbrew ich woli. Czy nam się to podoba czy też nie, jesteśmy dziś w kontakcie z resztą świata, ponieważ telewizja serwuje nam tę resztę świata w naszym domu. Co więcej, podczas gdy różnice doktrynalne są uwydatniane i wzmagają się w trakcie cichej medytacji czytelnika, to w radiu i w telewizji liczy się uspokajająca ufność tego

(jakikolwiek by on był), kto zabiera głos i w ten sposób bierze sprawy w swoje ręce.

### *Tożsamość planetarna*

Papież jest dziś jedną z niewielu osób, które mają prawo do tożsamości planetarnej. Być może, jedyną w tym sensie, że jego obraz nie utożsamia się z żadnym fizycznym narodem, lecz z bytem duchowym. Podróże Papieża zaliczają się do nowego rodzaju imprez, których rozwój w kulturze postępuje bardzo szybko, takich jak: Olimpiada w Los Angeles w 1984 roku, ogromny wysiłek międzynarodowy na rzecz Etiopii i wiele indywidualnych inicjatyw ludzi, którzy pragną organizować różne konferencje i inne rodzaje kontaktów w skali całej planety. Można to nazwać „łącznością planetarną” Przybiera ona różne formy, lecz jej głównym efektem jest narzucenie nam poczucia jedności całej ludzkości, mimo różnic kulturowych i społecznych. Poczucie to nie jest po prostu wytworem jakiejś jednostki administracyjnej, zajmującej się działaniami równoznacznymi lub porównywalnymi w różnych miejscach globu. Chodzi raczej o zmieniającą się wrażliwość, o bioniczną integrację bezpośrednich i pośrednich odczuć pochodzących od naszego ciała organicznego i towarzyszących naszym elektronicznym powiększeniom. Jan Paweł II jest w pełni świadomy możliwości, jakie posiadają środki masowego przekazu, możliwości doprowadzenia do nowego rodzaju jedności — nie tylko w Kościele, ale także w ogóle w świecie: „Będąc czynnikiem więzi i postępu, środki społecznego przekazu muszą przewyciężyć bariery ideologiczne i polityczne, towarzysząc ludzkości w jej drodze ku pokojowi, ułatwiając proces integracji i braterskiej solidarności między narodami, w podwójnym kierunku: Wschód—Zachód i Północ—Południe”<sup>9</sup>. W ten sposób, umiędzynarodowiony przez telewizję obraz Papieża jako elektronicznego symbolu ludzkości, rozpowszechniony na całej planecie, jest jednym z najważniejszych obrazów XX wieku.

tłum. Małgorzata Tryc-Ostrowska

<sup>9</sup> Tamże.