

## **„PRZECHODŹCIE, TU NIE MA NIC DO OGLĄDANIA!”**

(Wiara katolicka w poszukiwaniu obrazów)

Czy katolicy pokłócili się z obrazami? Pytanie może się wydać dziwne, gdy się zważy obfitość różnorodnych wyobrażeń wiary w kościołach: witraży, rzeźb, fresków, gzymsów, posągów, malowideł. Jakie jednak nowoczesne obrazy tworzy wiara katolicka, choćby na Zachodzie? Jak można by zresztą wyrazić dzisiaj obrazowo rzeczywistości wiary, określić życie Kościoła? Te drażliwe pytania wynikające z codziennego doświadczenia pisemnego przekazu wiary prowadzą nieuchronnie do stwierdzenia pewnego braku, na którym nie wolno spokojnie poprzestać. Artykuł niniejszy nie ma zresztą innego zamiaru, jak podzielić się z Czytelnikiem tym właśnie stwierdzeniem, a także refleksją, jaka z nim się wiąże, i to refleksją nasuwającą się fachowcowi od środków masowego przekazu, który na co dzień korzysta i posługuje się obrazami, a nie jest zwykłym teoretykiem.

Gdy chodzi o wyrażanie treści wiary, to ikonograficzne dziedzictwo jest niezwykle bogate, a jego zasoby — prawie nieograniczone: różne sceny Zwiastowania, Narodzenia, Kalwarie, wizje zmartwychwstania są bardzo liczne. Czy jednak jakiegokolwiek czasopismo chrześcijańskie może nie być tylko swoistym muzeum odbitym na złodowaciałym już papierze? Czy jest ono w stanie nadać wierze żywe oblicze? Przecież te dawne, odziedziczone w spadku ujęcia, nie przemawiają z reguły, mimo swego bogactwa, do człowieka współczesnego: ich symbolika ma charakter hermeneutyczny; tylko fachowcy (elita) są w stanie właściwie je odczytać!

Można by nawet sądzić, że po Rawennie mamy już tylko pustynię, albo też przeciwnie, że każda epoka była w stanie wytworzyć własne obrazy, mniej lub bardziej udane, i trzymać się kurczowo zdania, iż wiara jest wciąż zdolna do tego, by dać natchnienie — niezależnie od treści, jaką się podkłada pod to pojęcie — artystom wszystkich czasów, niezależnie od środków wyrazu, jakimi się posługują: fresk, malowidło, rzeźba, fotografia, kino, itp. Dla kogoś, kto chce się posłużyć jakimś środkiem wyrazu w przekazywaniu wiary, istotne jest to, czy można się obejść bez obrazów. A jeżeli nie, to gdzie ich szukać lub jak je tworzyć, i o jakie obrazy tu chodzi? Wreszcie: co z nimi robić? jak się

nimi posługiwać? Chcąc odpowiedzieć na te pytania, proszę mi wybaczyć, ale sięgnę do pewnej liczby miejsc wspólnych, które są mimo wszystko pożyteczne dla wyznaczenia ram niniejszej refleksji, nawet jeśli banałem będzie stwierdzenie tego istotnego miejsca, jakie zajmuje obraz we współczesnych środkach przekazu.

### Opanowujący wszystko obraz elektroniczny

Dziennikarz lub wydawca, który chce zdobyć powodzenie u czytelników, nie może uniknąć obecnie tego truizmu, że każdy ewentualny odbiorca jego dzieła jest w pierwszym rzędzie konsumentem dźwięków i obrazów. Swoistym *medium* jest tu telewizja. Największy nakład w prasie francuskiej osiąga niewątpliwie „magazyn” telewizyjny. Elektroniczny obraz jest obecnie najbardziej się narzucający, wszechobecny, występujący w różnym kształcie: liczne kanały telewizyjne, szybki rozwój telewizji kablowej, który umożliwi funkcjonowanie wielu stacji lokalnych, magnetoskopy, dzięki którym każdy może przekształcić swój pokój w kino prywatne, nie mówiąc już o dowolnym przestawianiu kanałów itp. — wszystko to stało się tak banalne, jak niegdyś płyty gramofonowe. Można by dodać do tego nowe kamery wideo, lekkie i bardzo proste w obsłudze, zdolne błyskawicznie ukazywać uchwycony obraz, używane nawet przez dzieci... Krótko mówiąc, obraz elektroniczny jest wszechobecny; stanowi pewną część naszego codziennego bytowania, bardzo banalną, która karmi (a może i paraliżuje?) naszą wyobraźnię, zwłaszcza zaś wyobraźnię dzieci. Jako obraz „żywy”, oddaje on życie lub przynajmniej jego pozory. Jako obraz natychmiastowy, błyskawiczny, tworzy mimo wszystko między rzeczywistością a jej widokiem pewien dystans, który zmienia kształt oraz sam widok najzwyczajszej ulicy, łącznie z jej paplaniną, w swoiste przesłanie namaszczone rangą prawidłowości audiowizualnej. Najbardziej płaska rzeczywistość przestaje być taką z chwilą, gdy spogląda się na nią z odwrotnej strony zwierciadła — przepraszam: gdy się ją widzi na ekranie. Zwrot elektroniczny nadaje bowiem banalności pewne rysy magiczne. Przystań bezsensu, wulgarności — z pewnością tak; a przecież jak wielka zarazem szansa dla informacji, dramatu, nauki... Czy także szansa dla świadectwa? Powrócimy jeszcze do tego problemu.

Obraz ruchomy, niestały, fascynujący; obraz elektroniczny, który zbliża i sprawia, że staje się wprost bezpośrednio to, co dalekie. Przekazywany z coraz to większych odległości drogą satelitarną, wprowadza w serce ogniska domowego widok całego świata: do pokoju stołowego, do sypialni, do salonu. Jeżeli się

więc powie, że staje się on w ten sposób jakimś elementem życia codziennego, nie będzie to już cczą formułą. A przecież, gdy ogląda się go z roztargnieniem, znika bardzo szybko. Któż nie doświadczył tego, że chociaż miał oczy utkwione w twarz dziennikarza czy jakiejś ważnej osobistości w trakcie całego jej wystąpienia, nie uchwycił ostatecznie nic z tego, o czym była mowa, albowiem jego uwagę przykuwały pewne triki, albo szczegóły garderoby tej osoby? Jest to więc obraz rozpraszający *sensu stricto*, w miarę staje się pasożytem lub anegdotą mowy. W tym też względzie można by postawić pytanie o upór, z jakim się pokazuje w telewizji zwykle lenistwo i rutynę w całych sekwencjach obrazów prezentowanych zwłaszcza w dziennikach: są to obrazy nie mające żadnego odniesienia do omawianej rzeczywistości, które przepełniają ekran, odwracając uwagę od tego, o czym się mówi — zresztą na ogół także w sposób niedbały.

Podobną krytykę można skierować także pod adresem czasopism: obraz służy w nich często za „ilustrację”, parafrazę lub uzupełnienie tekstu; nie jest zaś nośnikiem informacji. Weźmy np. artykuł o przybyciu papieża do miejscowości X..., ukazujący na załączonym obok zdjęciu głowę Kościoła, jak wysiada z samolotu; podpis pod tym zdjęciem: „Papież przybywa do X...”, jest poniekąd karykaturą. Takie bowiem, dosyć częste w praktyce ujęcia, świadczą jedynie o braku zastanowienia się u profesjonalistów pióra nad rolą i możliwościami obrazu. Najbardziej uparty w swych poglądach profesor uświadomi chyba to sobie, że w książce czy magazynie ilustrowanym zdjęcie nie ma na celu samego tylko przyozdabiania strony i że nie zostało ono dobrane jedynie w celu zabawienia dzieci.

### Narzucający się obraz drukowany

Obrazy drukowane na papierze, pomimo inwazji obrazów elektronicznych, nie ustępują tak łatwo swego miejsca. Wystarczy spojrzeć na kioski z prasą czy na ściany metra, względnie na wielkie afisze przy drogach i autostradach, aby się przekonać o ich wszechobecności. W dziennikach obrazy nabierają coraz to większego znaczenia, które trudno byłoby porównać do roli, jaką spełniały one przed 30-stu lub 40-stu laty — nawet w codziennej prasie ilustrowanej. Wzrost zaś nie jest wyłącznie ilościowy: obraz zyskał na jakości i sile wyrazu. Kolorowe zdjęcia widoczne są nawet w prasie codziennej — a to ze względu na czytelników stawiających coraz to większe wymagania; co otwiera z kolei przed prasą dalsze pola możliwości, dotychczas jeszcze nie eksploatowanych.

Jako stały i nieprzemijający, obraz drukowany — w przeciwieństwie do przemijającego szybko obrazu elektronicznego — odgrywa odmienną od tamtego rolę. Łączą go jednak, mimo wszystko, liczne więzy z jego bratem elektronicznym. Natura komunikowania się jest bowiem w gruncie rzeczy ta sama: przekazuje ono uczucia, a nie pojęcia, użycza sobie do wywołania emocji, do podania wiadomości, a nawet do udzielenia wyjaśnień, ale nie do analizy czy pogłębionej refleksji. Jeśli zaś obraz funkcjonuje niekiedy osobno (zdjęcie ilustrujące, afisz), wówczas — chociaż jest wydrukowany — oddziałuje na wzór obrazu filmowego: służy pewnej sekwencji obrazowej — jak np. w powieści obrazkowej czy też na jakiejś szarfie lub wstędze (podobnie zresztą jak na tkaninach, atlasach itp.). A przecież ani takie powieści, ani też szarfy czy wstęgi itp., nie są tekstem ilustrowanym! Sama kolejność obrazów stanowi tutaj narrację — na wzór techniki kinematograficznej.

Ten ostatni rodzaj opowiadania, oparty na samych tylko ilustracjach, w którym zwłaszcza ludzie młodzi czują się jak ryby bez wody, wymaga osobnej refleksji. W styczniu 1987 r. zaprezentowano po raz pierwszy w jednym z salonów wystawowych tzw. „malowaną szarfę chrześcijańską”, którą wcześniej eksponowano już w jednej z katedr francuskich. Chodziło o podkreślenie dynamiki i wynalazczości chrześcijan w tym właśnie dziale komunikowania się tak bardzo współczesnego. Wystawy te ujawniły kilka paradoksów: ta „szarfa chrześcijańska” jest z natury swej biblijna, historyczna lub hagiograficzna; nie istnieje w niej praktycznie żadna fikcja. Co więcej, przedstawienia opowiadań biblijnych zacierają lub nawet, dosyć często, wykrzywiają całą manifestację irracjonalną, przynajmniej w swych ujęciach przeznaczonych dla katechezy, podczas gdy ujęcia wywodzące się od wydawców niekonfesyjnych zadowolają się na ogół obrazami archetypicznymi<sup>1</sup>. Mamy więc tu do czynienia z wyjątkowym królestwem wyobraźni, cudownych opowiadań, *science-fiction*: liczne albumy bywają wprost przeładowane istotami pozaziemskimi lub jakimiś tajemniczymi stworzeniami, które chrześcijanin powinien brać natychmiast za anioły. Tymczasem gdy się przegląda wydania chrześcijańskie, nie spotyka się nic takiego. Czytelnik odnosi więc wrażenie, że — jak oceniają to moje dzieci — ma się go za debila: to, co irracjonalne, przeszkadza; wydawca boi się ukazać obrazowo to, co niewyobrażalne, co prowadzi w konsekwencji do wygaszenia lub całkowitego nawet wyeliminowania.

1 Por. A. Knockaert i Ch. Van der Plancke, *Bandes dessinées bibliques et catéchèse*, Bruxelles 1979.

wania jakiegokolwiek wyobraźni należącej nie tylko do naszego dziedzictwa chrześcijańskiego, ale także do kultury zachodniej, z której inni korzystają obficie. Pytanie: czy ostatnim racjonalistą miałby być katecheta katolicki?

A tak mimochodem: mając na uwadze rysowników, nasuwa się pytanie o stosunek artysty do swego przedmiotu. Istnieje obecnie wielka pokusa, przynajmniej w niektórych kręgach, domagania się od artysty tego, by był on najpierw świadomym i przekonanym chrześcijaninem. A przecież ani przekonania, ani dobre intencje nie mogą zastąpić talentu; i dlatego rezultaty, a widziałem je naocznie, są żenujące. Chcąc wyrazić w sposób godny wiary, trzeba się uciekać — to pewne — do dobrych artystów, a nawet do najlepszych. Nie wchodzi tu jednak w rachubę to, czy są oni wierzący czy też nie; istotne jest to tylko, by dali się porwać „natchnieniu” przez przedmiot, jakim się zajmują. Prawdziwi artyści potrafią tego dokonać. A wówczas kto jeszcze ośmieli się stwierdzić, że ich dzieło nie jest aktem wiary?

Zaskakujące jest wreszcie stwierdzenie, iż na tzw. „szarfach chrześcijańskich”, będących z natury swej królestwem fikcji, brakuje faktycznie współczesnej fikcji o natchnieniu chrześcijańskim. Jeden z wydawców, do którego skierowałem tę uwagę, odpowiedział mi, iż nie ma zbytu na albumy „budujące”. Dlaczego jednak jakieś opowiadanie zainspirowane chrześcijaństwem musiałoby być z konieczności „budujące” (w pejoratywnym tego słowa znaczeniu?) Czy Bernanos, Mauriac nie tworzyli literatury „budującej”?

### Reklama jak kukulka....

Na afiszach, w kinie lub w telewizji, obraz reklamujący zdobył wielką moc przyciągania. Humor, uczucie, czułość, marzenie — wszystko na zawołanie. Zwłaszcza dzieci są tak łase na te „dania”, że preferują je nawet niekiedy od swych dawnych zabawek. „Orędzie” reklamowe szybko się przyswaja: jest to dosłownie gra dziecięca. Podawane z wielką mocą za pośrednictwem obrazu, zdobywa jeśli nie walor prawa, to przynajmniej rangę normy moralnej. Decyduje w rzeczy samej o zachowaniach. „Trzeba wykluczyć” — oto imperatyw, który wszedł już do języka potocznego. Każdy przy tym wie, że chodzi np. o picie takiej to a takiej wody mineralnej, spożywanie określonych potraw, pewne formy bezruchu, powodujące otyłość... „Orędzie” nie poleca więc wyłącznie kupna czegoś, ale także pewien styl postępowania, sztukę życia. Temu zaś poleceniu towarzyszy nieuchronnie jakiś obraz, choćby tylko butelki z wodą lub też palców wyciągniętych w formie li-

tery „V” i oznajmiających zwycięstwo — jako symbol wyzwolenia zapowiadanego „uczniom”, którzy ucieleśnią dane słowa... Obraz przestaje być tutaj anegdota, a staje się rzeczywistością, która karmi wyobraźnię ujęciami zbliżonymi do pewnych formuł łatwych do zapamiętania. Jeden z takich elementów, ustny lub wzrokowy, odsyła do wszystkich pozostałych: mamy więc do czynienia z faktycznym i skutecznym odsyłaniem. Stąd zaś wynika wniosek, że właśnie dzięki obrazom odpowiednio zespolonym z kilkoma zdaniem czy wypowiedziami kluczowymi reklama, uwypuklając prawdy, które należałoby przyjąć wiarą, oraz podając normy postępowania, przywłaszcza sobie rolę właściwą dla kaznodziej: od jednego do drugiego krok jest bardzo niewielki.

Nasuwa się pytanie, które staje się niepokojące z chwilą, gdy weźmie się na serio pod uwagę znaczenie obrazu reklamowego, a mianowicie: czy kukułka, która korzysta z obcego gniazda, nie jest odpowiednim symbolem reklamy przywłaszczającej sobie pole wyobraźniowe, pozostawione niejako ugorem przez katolików? Zapożyczenia są tu bardzo liczne. Nie trzeba i nie warto chyba omawiać ich szczegółowo. Można natomiast stwierdzić krótko, a dobitnie: reklama, która nie ma nic do powiedzenia, stara się to nic wypowiedzieć z talentem i skutecznością, czerpiąc pełnymi garściami z wyobraźni chrześcijańskiej. Podczas gdy chrześcijanie, którzy noszą w „naczyniach glinianych” najcenniejsze z orędzi, rezygnują z wyobraźni i zaplatają się w niepojętych wywodach czy dociekaniach, doprowadzając po prostu do tego, iż to orędzie staje się niesłyszalne i niewidzialne, zagłuszone całkowicie ggiełkiem i hałasem lunaparku, reklama korzysta w pełni z niedocenianej przez nich wyobraźni.

Taka sytuacja jest zgoła niewłaściwa, albowiem także nasze czasy mają własnych, przedziwnych świadków wiary. Jednak nie chodzi tu tylko o autentyzm wiary czy o szczerą zaangażowania. Chrześcijanie nie mogą bowiem i nie powinni głosić Dobrej Nowiny tak, jak się reklamuje jakiś rodzaj proszku do prania. Czy mogą więc zrezygnować z tego swoistego monopolu *mass-media*, pozostawiając całe bogactwo naszej wyobraźni na uboczu i pozwalając, by posługiwały się nią wyłącznie siły handlu i rynku? Czy taka ich postawa nie równałaby się w praktyce ze skazaniem na milczenie samego orędzia i na ucieczkę od niego, gdy tymczasem tylko ono — jak wierzymy — jest zdolne wydobyć nasz świat z odrętwienia i szaleństwa oraz przywrócić go Życiu?

## Czy jesteśmy obrazoburcami?

Problem obrazu ma faktycznie, jak zawsze, charakter teologiczny. Należy jednak wybaczyć dziennikarzowi to, że nie będzie się sam panoszył na tym terenie, a to choćby z tego powodu, że gdy przegląda się zdjęcia, łatwiej jest ukazać w nich prawowierność niż katolicyzm. O protestantyzmie nie mówimy: nie ma tu nic ciekawego, przynajmniej u reformowanych.

Czy nie jesteśmy choć trochę obrazoburcami? Chcąc wyrazić coś z tajemnicy oraz być „znakiem i sakramentem zbawienia”, Kościół powinien dać się widzieć i pozwolić innym widzieć to, co głosi tak dobitnie. Wyrazy czci, oddawane Najśw. Sakramentowi, i *a fortiori* procesje Bożego Ciała, niezależnie od tego, co się o nich sądzi, wynikają z tej właśnie troski. Czy brak obrazów stosownych do wyrażania wiary nie wpływa bezpośrednio z pewnych opcji i nastawień teologicznych oraz duszpasterskich, typowych dla ostatnich dziesięcioleci? Nie osądzając zasadności tych opcji, można by jednak postawić takie właśnie pytanie. Czyż nie podważa się bowiem duchowości pokornego pogrążenia się w codzienności? A przecież byłoby chyba absurdem osądzać jej znaczenie wyłącznie na podstawie jej apostołskiej skuteczności: Karol de Foucauld — ile nawróceń? Oszczędźmy sobie tej śmieszności. Ale gdy się stara wydobyć ze szczególnego powołania wzorzec dla wszystkich chrześcijan, to czy nie skazuje się wówczas Ewangelii na milczenie?

Ilustrowane katechizmy z końca ubiegłego wieku są obecnie nie do przyjęcia; odrzucamy jednak także, albo też nie chcemy zrozumieć czegoś innego. Pokusa racjonalizmu dochodzi tu wyraźnie do głosu. Skąd bowiem wynika ta trudność w odzwierciedlaniu, bądź w obrazowym wyrażaniu tajemnicy? I czy można zupełnie bezkarnie wymazywać każdy obraz „irracjonalny”, zawarty zresztą w jakiejś mierze w tradycyjnym przekazie wyobrażeń chrześcijańskich? Nie mówię, że trzeba się zbyt spieszyc z przywracaniem obrazów aniołów przyozdobionych piórami, szatanów z widłami i kopytami... Twierdzą jedynie, że takie ujęcia funkcjonują niemal powszechnie (reklama, wyobrażenia ludowa, sztuka świecka, itp.), a zakazuje się ich jedynie w życiu chrześcijańskim, pozostawiając tym samym jakąś próżnię, której — niestety — nie wypełnia się niczym nowym. Nasuwa się więc nieodparte pytanie: czy ta niezdolność tworzenia nowych obrazów nie jest w gruncie rzeczy tylko skutkiem kryzysu samej twórczości teologicznej? Jeżeli bowiem odrzuca się obecnie postacie czy figury uznane za karykaturalne, nie umiając zastąpić ich innymi, to czy nie dzieje się tak dlatego, że nie umiemy nazwać

tych innych, ani nawet pojąć tego, co miałyby one oznaczać? Aniołowie, cuda, piekło, diabeł — by ograniczyć się choćby do kilku przykładów. Zwiastowanie, Zmartwychwstanie, Pięćdziesiątnica, Wniebowstąpienie — o ile zechce się wniknąć nieco głębiej w samo sedno tajemnicy. I to są właśnie te sprawy, których nie chce się już przedstawiać obrazowo; ale czy tylko dlatego, że nie potrafi się wyrazić ich inaczej niż tylko przez metaforę lub za pomocą zwykłego i niemal dosłownego przytaczania wcześniejszych wypowiedzi? Innymi słowy: może właśnie dlatego, że nie potrafi się głębiej ich przemyśleć? Wyobraźnia religijna zostaje pozbawiona jakiegokolwiek treści z chwilą, gdy wysycha jej źródło teologiczne.

Brak obrazów religijnych w cywilizacji współczesnej, obfitującej tak bardzo w obrazy, ukazuje dobitnie to, iż nie umiemy wypowiadać swej wiary językiem, systemem pojęciowym i za pomocą tych środków komunikacji, jakimi się posługuje większość ludzi współczesnych. Sama istota rzeczy jest oczywiście niewidzialna i niewyraźna; niemniej, pozostaje nadal jako miarodajny imperatyw: „Idźcie i nauczajcie...”. Świadectwo praktykowanej wiary, nawet najbardziej wspaniałomyślne i wymowne, nie może usprawiedliwiać całkowitej inercji, albo raczej — by użyć słów kard. Marty<sup>2</sup> — afazji w zakresie samej treści tej wiary. Głoszenie ubogim Dobrej Nowiny, jeńcom wyzwolenia, utrapionym radości — to jest dla nas naczelne zadanie. Wypełnienie tej misji w cywilizacji, w której środki masowego przekazu mają w pierwszym rzędzie charakter wizualny, zobowiązuje nas z kolei do pojmowania i podawania obrazów.

Papież Jan Paweł II zrozumiał to znakomicie, posługując się osobiście w sposób posunięty aż do perfekcji gestem wiele mówiącym. A przecież zwykły obraz, właściwie pojęta ilustracja, o ile zostaną należycie wykorzystane, mogą same stać się przemową, orędziem, nośnikiem danej treści. Dowodzi tego reklama. Wiąże się to oczywiście z pewnym ryzykiem; będzie to ryzyko brania tego, co się jawi, za istotę, pozorów za samą prawdę, uśmiechu, jaki jawi się na wizji, za szczerość, bałamutnej miny jakiegoś ministra, którą zakrywa on pustką swoich wypowiedzi, za dobrą monetę. Jest to ryzyko, wobec którego sam mówca nie cieszy się żadnym immunitetem.

Niemniej istnieją obrazy wiele mówiące: Papież odwiedzający Ali Agcę w celi więziennej — czyż nie było to jedno z największych kazań o przebaczeniu? Któż zresztą mógł wątpić o szczerości tego, którego życie wsiąkało już na włosku? Chociaż więc sa-

<sup>2</sup> Konferencja prasowa z dn. 18 kwietnia 1973 r.



ma istota pozostaje nadal niewidoczna dla oka, to przecież takie obrazy mówią bardzo wiele!

Czy Kościołowi brakuje super gwiazd? Pytanie może się wydać zbyt proste i bałamutne; ale ono się nasuwa. Oczywiście, zastosowanie obrazu ma swoje granice, których naruszenie pociągałoby za sobą wspomniane wyżej niebezpieczeństwa. Istnieje więc tutaj godny zalecenia przedmiot etycznej refleksji dla chrześcijan. Nie może być to jednak refleksja niedojrzała lub przedwczesna: nie chodzi bowiem o jakiegokolwiek moralizatorstwo, lecz o wywołanie poprzez nią i dzięki niej ducha twórczego.

tłum. ks. Lucjan Balter SAC