

## MAŁE MYŚLI NA NIEDZIELĘ 29.12.2019R.

### HANDLOWE KATAKUMBY

Mówiąc o wojnie cywilizacyjnej między chrześcijańską wizją państwa, narodu i człowieka, a cywilizacją śmierci w wydaniu neomarksistowskim widać w Europie Zachodniej ogromną dominację tego drugiego nurtu. Współczesne systemy zachodniej demokracji wymusiły na wierzących w Boga zgodę na to, by swoją wiarę zamykali w murach – nierzadko ciasnego – mieszkania. Wiara ma być sferą prywatną. Powszechna ma być akceptacja egzystencji i życia w rozdwojonym schizofrenicznym świecie: państwo – Kościół. Rzeczywistości te jawią się jako sprzeczne i wykluczające się. A przecież, jak zauważył francuski teolog, jezuita, kardynał Henri de Lubac: „Katolickość” w samej swej istocie, nie jest sprawą cyfr czy geografii”, musi „rozwijać się przestrzennie i być widoczna dla oczu wszystkich”, choć jej natura jest „duchowa, nie materialna”. Bo jak tłumaczył dalej kardynał: „Kościół sięga aż do najgłębszych głębi w człowieku, może on dosięgać wszystkich ludzi i wydobywać z nich „zgodne akordy ducha”.

Josemaria Escriva de Balaguer z kolei powiadał, iż nie jest prawdą, że istnieje sprzeczność między tym, żeby być dobrym katolikiem i służyć wiernie społeczności obywatelskiej, gdyż „Kościół i państwo w świetle powierzonej im przez Boga misji nie mają powodu do konfliktu w praworządnym sprawowaniu władzy”. Kłamią – zdaniem de Balaguera – ci, którzy twierdzą coś przeciwnego. „To właśnie oni w imię fałszywej wolności chcieliby „łaskawie”, abyśmy jako katolicy powrócili do katakumb” – ostrzegał założyciel Opus Dei.

Do katakumb katolików prowadzi także tzw. kultura galerii handlowych. Daniel Bell, socjolog

amerykański, w kulturze marketów i galerii szybko dostrzegł pas transmisyjny materializmu, konsumeryzmu i w końcu ateizmu. Podkreślił, że masowa konsumpcja ma bardzo negatywny wpływ na stosunki społeczne, ale nie dlatego, że jest indywidualistyczna, tylko dlatego, że podważa tradycyjny ład społeczny. Hołdując konsumpcji, społeczeństwo traci potrzebę głębszego uzasadnienia swojej egzystencji. W efekcie redukuje własne istnienie do zaspokajania coraz to nowszych hedonistycznych pragnień. Codzienne bytowanie ogranicza wyłącznie do wysiłku, aby dorównać tym, którzy z różnych względów stoją „wyżej od nas”. W społeczeństwie poddanym ideologii konsumeryzmu obowiązuje jedna ogólna norma, której nie można łamać, a którą nieustannie propagują jej zwolennicy. Dążyć do tego, by zachować odpowiedni status i społeczne znaczenie. Posiadanie dóbr decyduje o zajmowanej pozycji społecznej. Posiadanie nie oznacza zwykłego gromadzenia obiektów konsumpcji. Chodzi o tzw. zestaw dóbr, które należy posiadać. Zmienia się on wraz z tym, jak zmienia się konsumencki trend. Czyli kreowanie nowych potrzeb, które trzeba spełnić dla zachowania posiadanego statusu. I tak koło się zamyka.

Handlowe kombinaty, które zdominowały centra naszych miast, coraz częściej pełnią funkcję obiektów konsumenckiego kultu. Miliony Polaków w całym kraju codziennie je odwiedzają i spędzają w nich całe godziny. Miejsca te pełnią liczne funkcje zastępcze. Socjologowie religii zauważają, że społeczny charakter samej konsumpcji odnajduje analogię w funkcji, jaką spełnia rytuał religijny. Galerie, jeśli przywołują symbole kultury chrześcijańskiej, to z powodów wyłącznie handlowych. Na co dzień w ich „liturgicznym” kalendarzu dominują święta i festiwale poszczególnych produktów. Jednak w grudniu niezmiennie zjawia się tam postać św. Mikołaja, śnieżynki z opłatkami, a na Wielkanoc są jajka i zajaczki w różnych odmianach.

Takie metafory oraz funkcje religii i świątyni wciąż w handlowym biznesie powracają. Właściciele centrów handlowych i ich menedżerowie, jak tłumaczył prof. W. Sitek, posiadają wiedzę o tym, że „konsumpcja uległa sakralizacji, a hipermarkety to katedry społeczeństwa konsumpcyjnego. Dotykanie towarów, przebywanie w ich świecie, możliwość wzięcia do ręki i odkładania z powrotem na półkę to sakralny rytuał”.

W następną niedzielę temu rytuałowi konsumpcji poświęcę jeszcze kilka słów.

***Wasz Przyjaciel***