Dorota Zdunkiewicz-Jedynak

Jak mówić o Bogu językiem współczesnego świata? : o dylematach inkulturacji w języku polskiego Kościoła

Studia Salvatoriana Polonica 4, 87-97

2010

Artykuł został opracowany do udostępnienia w internecie przez Muzeum Historii Polski w ramach prac podejmowanych na rzecz zapewnienia otwartego, powszechnego i trwałego dostępu do polskiego dorobku naukowego i kulturalnego. Artykuł jest umieszczony w kolekcji cyfrowej bazhum.muzhp.pl, gromadzącej zawartość polskich czasopism humanistycznych i społecznych.

Tekst jest udostępniony do wykorzystania w ramach dozwolonego użytku.

MUZEUM HISTORII POLSKI

Dorota Zdunkiewicz-Jedynak

Jak mówić o Bogu językiem współczesnego świata? O dylematach inkulturacji w języku polskiego Kościoła

Coraz częściej na różnych forach spotkać można opinię o postępującej degradacji polszczyzny – wielu dyskutantów wyraża niepokój, zauważając, jak we współczesnym świecie widoczne staje się zubożenie języka. Najważniejsza zdaje się jego funkcja instrumentalna, a inne – schodzą coraz częściej na plan drugi. Jesteśmy świadkami wprowadzania do przestrzeni publicznej języka nieakceptowanego dotąd w tym obszarze komunikacji, potocznego, nierzadko prymitywnego, obraźliwego, a nawet wulgarnego. Proces ten dotyka dzieci i młodzież, dziennikarzy i polityków. Jego skutki są widoczne na ulicy, w szkole, w mediach i literaturze, w teatrze i programach rozrywkowych. Taki jest właśnie język współczesnych Polaków. Byłoby zupełnie bezpodstawne uważać, że podobne zjawiska dotyczą wyłącznie języka w komunikacji świeckiej, a wolny od nich pozostaje język, jakim posługuje się Kościół jako wspólnota wierzących, w szczególności – język polskiej katechezy i kaznodziejstwa[1].

Przyczyna wielu językowych trudności w Kościele tkwi, jak się wydaje, w obsesji „inkulturacji" (oddziaływania i dopasowywania się religii do współ-

Prof. UW dr hab. Dorota Zdunkiewicz-Jedynak – kierownik Zakładu Leksykologii i Kultury Języka Polskiego na Wydziale Polonistyki Uniwersytetu Warszawskiego; e-mail: d.jedynak@uw.edu.pl.

[1] Już u schyłku XX wieku pisali o tych zjawiskach m.in. Irena Bajerowa w artykule *Szanse języka religijnego w świecie kultury masowej*, w: *Teologia – kultura – współczesność*, red. Z. Adamek, Tarnów 1995, s. 99-113, czy Jan Miodek w artykule, *Co słyszy językoznawca we współczesnych polskich kazaniach?* w: *Fenomen kazania*, red. W. Przyczyna, Kraków 1994, s. 160-161.

czesnej kultury)[2], która jak sądzą niektórzy, stanowi jedyną szansę ocalenia dla języka religijnego w świecie zdominowanym przez kulturę masową. Od początku lat 90. w polskim Kościele katolickim wiele się o inkulturacji mówi, chociaż nikt chyba dokładnie nie wie, jak miałaby ona w praktyce w sferze języka wyglądać. Początkowo polegała głównie – jak pisali u schyłku wieku XX ojciec Wiesław Przyczyna i ojciec Gerard Siwek[3] – na uwspółcześnianiu języka, choćby przez odejście w tekstach od archaizmów (np. w nowszych przekładach biblijnych dokonano zamiany *wszelki* na *każdy*, *ptaki niebieskie* na *ptaki powietrzne*, zrezygnowano z postpozycyjnego szyku przydawki przymiotnej *królestwa swego* na rzecz *swojego królestwa* itp.) oraz przez wykorzystanie w nich wyrazów odnoszących się pierwotnie do aktualnego życia społecznego (np. *ekonomia zbawienia*, *pedagogia Boża*).

Dziś inkulturacja w obszarze polszczyzny religijnej oznacza coraz częściej zgodę na przenikanie do niego kategorii kulturowych i językowych ze świata szeroko pojętej kultury masowej. Podobna praktyka wszak kryje w sobie niebezpieczeństwo uznania atrakcyjności jako podstawowej wartości przekazu religijnego, zwłaszcza w katechezie i w kaznodziejstwie, a w konsekwencji prowadzić to może do całkowitego podporządkowania języka przekazu ewangelizacyjnego oczekiwaniom odbiorców, przywykłych do takiej dbałości nadawcy o atrakcyjność. Sytuacja kaznodziei i katechety nie odbiega tu jakoś znacząco od sytuacji na przykład nauczyciela, którego podstawowym atutem staje się dziś coraz częściej nie autorytet czy wiedza, ale właśnie umiejętność posługiwania się atrakcyjnymi metodami przekazu, najlepiej takimi, które uczynią odbiór łatwym. Obserwuje się obecnie szczególną modę na atrakcyjność. Traktowana jest nie tylko jako powszechnie pożądana własność wszelkich i różnorodnych funkcjonalnie wypowiedzi (np. wykładów, podręczników, informacji dziennikarskich i reklamowych), lecz także jako wysoko wartościowany przymiot człowieka, zarówno w życiu prywatnym, jak i publicznym; bywa, że ceniony wyżej niż zalety moralne, jak uczciwość.

W takich okolicznościach rodzi się jednak zasadnicze pytanie o granice możliwych implantacji języka kultury masowej do języka, którym mówi się o doświadczeniu religijnym. Czy inkulturacja ma polegać na przenoszeniu do języka przekazu religijnego wszelkich i dowolnych elementów wszechobecnej

[2] Por. S. Janeczek, *Inkulturacja*, w: *Encyklopedia katolicka KUL*, Lublin 1997, t. VII, s. 234.

[3] W. Przyczyna, G. Siwek, *Język w Kościele*, w: *Polszczyzna 2000*, red. W. Pisarek, Kraków 1999, s. 130-148.

kultury masowej i jej języka, czy też ma być oparta w tym względzie na jakimś wyborze, a jeśli tak, to jakie kryteria wyboru winny być respektowane? Czy w akceptowalnych granicach mieści się jeszcze np. kazanie wygłoszone za pomocą PowerPointa? Czy rzeczywiście w dzisiejszym świecie zawsze niezbędne dla zrozumiałości przekazu ewangelizacyjnego są zabiegi stylistyczne nawiązujące do reklam komercyjnych, promujących dobra konsumpcyjne, jak środki czystości, kosmetyki, produkty techniki; odwołania do terminologii informatycznej czy stosowanie leksyki środowiskowej, gdy chcemy mówić o ludzkiej duszy i jej tajemnicach, a także o kontakcie człowieka z Bogiem (por. *resetowanie sumienia, czat z Bossem, nawijka bez ściemy*).

Odpowiedź na tak postawione pytanie jest trudna. Przede wszystkim z powodu braku odpowiednich badań trudno jest z jednej strony określić zakres występowania tendencji „inkulturacyjnych" w języku stosowanym dziś w Kościele, a także stopień ich rozpowszechnienia, a z drugiej – prognozować możliwe skutki takiej inkulturacji, zarówno w sferze samego języka, jak i w sferze wiary i religijności. Ze względu na ważność zagadnienia przeprowadzenie takich badań we współpracy teologów z językoznawcami byłoby wskazane.

Pojawienie się tendencji inkulturacyjnych jest odpowiedzią współczesnego Kościoła na stopniowy, na naszych oczach się dokonujący, proces społecznej utraty pamięci w zakresie języka religijnego. W dzisiejszym postnowoczesnym sposobie myślenia dla odbiorców przekazów religijnych, zanurzonych na co dzień w świecie komunikacji świeckiej – jak słusznie dowodził podczas konferencji poświęconej dyskursowi religijnemu w mediach ks. Jacek Grzybowski[4] – *apostołem* nie jest już „jeden z dwunastu uczniów Chrystusa, głosiciel jego nauki", ale po prostu „propagator jakiejś idei, nierzadko dalekiej od religii" (określenie *apostołowie nowoczesności* – jak dowodzi materiał zebrany przez Grzybowskiego – może określać z powodzeniem osoby, które są promotorami laicyzacji i nowoczesnego myślenia). *Ewangelia* nie jest już Słowem Bożym, Dobrą Nowiną, ale rozumiana jest po prostu jako autorytet dla idei, często odległych od inspiracji chrześcijańskich, a nawet w ogóle religijnych. *Papież* nie jest już głową Kościoła katolickiego, następcą św. Piotra, ale tylko „osobą reprezentującą daną grupę; przewodnikiem, ideologiem, a nawet popularyzatorem" (por. „Rzeczpospolita" – pokazuje J. Grzybowski – pisze

[4] J. Grzybowski, *Język religijny w dyskursie publicystycznym – świadectwo zmian językowych czy zawłaszczenie semantyczne?*, w: *Dyskurs religijny w mediach*, red. D. Zdunkiewicz-Jedynak, (w druku – komputeropis).

o Paulu Bocouse, autorze zupy z czarnych trufli, jako „papieżu francuskiej kuchni”[5], tygodnik „Newsweek” w artykule *Papież Doliny Krzemowej* opisuje amerykańskiego informatyka i menadżera, twórcy amerykańskiej firmy komputerowej *Apple*[6], a prezes koncernu Fiat to – jak pisze tygodnik „Wprost” – „papież motoryzacji”[7]).

Zjawisko zawłaszczania przez język świecki wyrazów, które w tradycji związane były ze sferą religijną, dostrzegała już w latach 80. Irena Bajerowa[8], a w latach 90. – Maria Kamińska[9]. Eliminacja komponentu sakralnego poszczególnych wyrazów – zauważały badaczki już ćwierć wieku temu – prowadzi dziś do całkowitej niezrozumiałości dla użytkowników polszczyzny słów pierwotnie obsługujących tę sferę komunikacji. W Kościele trudno lekceważyć zanik językowej kompetencji religijnej słuchaczy. Świadomość taka nie musi jednak i – zaznaczmy to z całą mocą – nie powinna w każdej sytuacji oznaczać rezygnacji z tradycyjnego języka religijnego, wykazującego silne związki z jego macierzą – z tekstami Pisma Świętego i tekstami liturgii.

Słuszna z założenia chęć nawiązania kontaktu z odbiorcą kusi ideą źle pojętego łatwego językowego utożsamiania się nadawcy z odbiorcą. Obserwujemy to zwłaszcza w kazaniach adresowanych do młodzieży, w których uprawomocnieniu podlegają swobodne, „koleżeńskie” zwyczaje językowe. Słyszymy wówczas o *megazajawce, jaką zapewnia Jezus* i o *megagwieździe Starego Testamentu,* gdy mowa o św. Janie, modlitwa – określona jest przymiotnikiem *cool*.

Kluczowe dla ustalenia stopnia inkulturacji jest przyjęcie, że obszar komunikacji religijnej nie jest jednorodny i zakres implantowania elementów kultury masowej oraz jej języka powinien być zróżnicowany. Kategoria „tekstu religijnego” ma wszak charakter rozmyty, ponieważ i religijna sfera życia nie jest pod względem granic klarowna: wymiar religijny i wymiar świecki ludzkiego życia stanowią pewne kontinuum; ważną sferą przeżywania wiary jest życie codzienne.

---

[5] M. Kucia (MQ), *Konkurs papieża francuskiej kuchni*, „Rzeczpospolita” 2008, (15.03.).

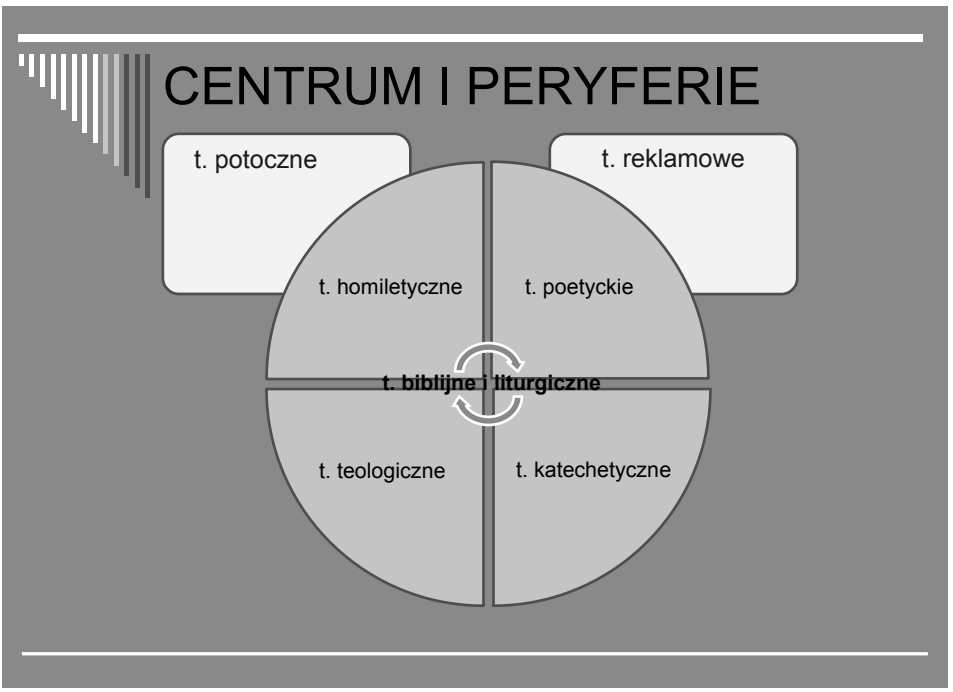
[6] M. Rabij, *Papież Doliny Krzemowej*, „Newsweek” 2007 (15.07.), s. 57.

[7] Por. A. Piński, *Zbawiciel Fiata,* „Wprost” 2008 (30.03.), s. 58.

[8] I. Bajerowa, *Kilka problemów stylistyczno-leksykalnych współczesnego języka religijnego*, w: *O języku religijnym. Zagadnienia wybrane*, red. M. Karpluk, J. Sambor, Lublin 1988, s. 9-20.

[9] M. Kamińska, *Z problemów funkcjonowania terminologii religijnej w świadomości wiernych*, w: *Język a chrześcijaństwo*, red. I. Bajerowa, Z. Leszczyński, Lublin 1993, s. 85-94.

Stąd w obrębie pojęcia *tekst religijny* dobrze jest mówić o obszarze prototypowym, centralnym oraz o obszarze peryferyjnym, w różnym stopniu odległym od centrum.



Do centrum przynależą wypowiedzi właściwe wyłączonym z codzienności chwilom dla Boga, a więc związane z kultem – to teksty biblijne liturgiczne i sakramentalne, teksty modlitw ustalonych, teksty uznawane za święte, pisane pod natchnieniem Bożym (biblijne).

Bliskie peryferie tworzone są przez:

• wypowiedzi homiletyczne – typowa dla nich intencja perswazyjna czyni je bliskimi innym wypowiedziom impresywnym, np. retorycznym;

• wypowiedzi katechetyczne – przedstawiają wiedzę teologiczną i moralną w aspekcie formacyjnym, wykazują przy tym wiele cech wspólnych z innymi tekstami dydaktycznymi;

• wypowiedzi poetyckie – zdają sprawę z przeżyć metafizycznych, nie oddzielają się jednak wyraźnie od poezji, mówiącej o podobnych doświadczeniach, nienazwanych jednak za pomocą pojęć religijnych (przykładowo trudno jednoznacznie określić, czy *Wielka Improwizacja* Adama Mickiewicza albo *Traktat moralny* Czesława Miłosza są tekstami religijnymi);

• wypowiedzi teologiczne – mówią o rzeczywistości wprawdzie wykraczającej poza ludzkie poznanie, wykazują przy tym jednak wiele cech wspólnych z tekstami będącymi zapisem ludzkiego poznania, a więc ze świeckimi tekstami naukowymi.

Dalej odsunięte od centrum religijnych zastosowań języka są użycia jego odmiany *potocznej* oraz *reklamowej*.

Uzasadnienie dla praktyk inkulturacyjnych rośnie wraz z oddaleniem danego gatunku wypowiedzi religijnej od stylowego centrum. Najmniej fortunne wydaje się w obszarze wypowiedzi religijnych bezpośrednio związanych z kultem.

Naturalnym następstwem inkulturacji językowej jest sięganie po potoczną odmianę języka. Traktuję przy tym potoczność jako kategorię, której nie wiążę wyłącznie z repertuarem form językowych jednorodnych funkcjonalnie. Formy językowe traktuję tu jako eksponenty naiwnego obrazu świata. Przyjmuję w duchu językoznawstwa kulturowego, że istnieją dwa rejestry stylu potocznego: neutralny i nacechowany. Do słów potocznych rejestru neutralnego należą na przykład rzeczowniki: *mama, tata, chleb, woda.* W terminologii stosowanej przez teoretyków sztuki kaznodziejskiej bliskie, jeśli nie zakresowo tożsame, jest tu pojęcie „języka egzystencjalnego". Rejestr emocjonalny z kolei jest stosowany głównie w sytuacji nieoficjalnej (w słownikach wyrazy należące do tego rejestru opatrzone są kwalifikatorami: rubaszny, wulgarny, pospolity, żartobliwy).

Styl potoczny w ujęciu antropologicznym jawi się jako podstawowy wariant języka narodowego, podstawa dla powstawania innych stylów. Stanowi centrum systemu stylowego języka: jest pierwszym w kolejności wariantem języka, którego uczymy się w procesie nabywania języka narodowego; utrwala podstawowe struktury myślenia i percepcji świata; związany jest z codziennymi potrzebami człowieka; w momentach kryzysu lub zagrożenia języka narodowego pełni funkcje weryfikującą i odnowicielską.

Tak rozumiany język potoczny może być z powodzeniem zastosowany w każdej sytuacji religijnej (od kazania po reklamę religijną), a więc z odniesieniem do rzeczywistości *sacrum*. Dobrą ilustracją takiego zastosowania języka potocznego mogą być teksty wielu piosenek śpiewanych przez Arkę Noego. Przytoczmy jedną z nich:

Nie wiem, jak to się stało.
Mleka pilnowałem, ono wykipiało.
Nie wiem, jak się to dzieje.
Im bardziej uważam, tym więcej rozleję.

Robić dobrze chciałem – robię źle – hej hej hej.
O ja, biedny człowiek – ratuj mnie – hej hej hej.
Robić dobrze chciałem – robię źle – hej hej hej.
A ty ciągle jeszcze kochasz mnie!
Nie wiem, jak to się stało.
Robię tak dużo, widać tak mało.
Nie wiem, jak to się dzieje.
Znów się nie udało, a ja mam nadzieję.
(*Chciałem dobrze*, tekst: Robert Friedrich)

Piosenka dotyka problemu grzeszności słabego człowieka, który głęboko wierzy jednak w Bożą miłość i w Nim pokłada nadzieję; tekst nie zdradza przy tym na poziomie formy (np. leksyki) żadnych związków z funkcją, jaką on spełnia, i z jego sensem religijnym. Odwołuje się do potocznej metafory rozlanego mleka, która tu odnosi się do ludzkich upadków moralnych w perspektywie religijnej.

Zastosowanie języka potocznego w obszarze komunikacji religijnej najbardziej naturalne jest zwłaszcza dla tych jej gatunków religijnych, dla których właściwe są bezpośrednie relacje nadawczo-odbiorcze (np. modlitwa prywatna, świadectwo religijne, piosenka religijna itp.).

Religijny brak kompetencji w czasach współczesnych wymusza w Kościele pojawianie się coraz większej liczby takich gatunków, które uprzystępniałyby treści religijne. Treści przekazywane przez teksty z religijnego tekstowego centrum jawią się współczesnemu człowiekowi jako rzeczywistość odległa. Kto dziś na przykład rozumie wezwania z maryjnej litanii loretańskiej: wiele z nich kryje w sobie archaizmy językowe (np. *możny* to „taki, który dużo może", a nie: „bogaty, zamożny") albo ma charakter metaforyczny, metafory zaś mają nie tylko pochodzenie biblijne (czytelne są w kontekście Biblii), część została także przejęta z tekstów Ojców Kościoła i mistyków, a także z dawnych formularzy mszalnych i brewiarzowych. Opierają się na średniowiecznej wyobraźni, a także wykorzystują nieznany sposób wyrazu; wszystko to dziś jest obce mentalności, a także pobożności człowieka XXI w.

Właśnie w podobnych sytuacjach z pomocą przychodzi język codziennego doświadczenia, czyli język potoczny. Dobry przykład stanowią tu współczesne chrześcijańskie świadectwa wiary: są one opisem przemiany życia – od czasu sprzed spotkania z Chrystusem, poprzez moment spotkania z Nim, aż po nawrócone i świadome życie w wierze. Naturalną konsekwencją osadzenia drogi nawrócenia w codzienności, opowiadania o relacji człowieka z Bogiem

na co dzień, jest używanie przez autorów słownictwa właściwego codziennemu językowi – słownictwa pozostającego w opozycji do języka oficjalnego.

Takim codziennym językiem, nierzadko środowiskowym, mówią na przykład o swoim doświadczeniu religijnym ci, którzy wyrośli z twardego życia, nie stroniącego od alkoholu i narkotyków, ci, którzy związani byli pierwotnie raczej z klimatami anarchistycznymi i kontestowali Kościół (por. Dariusz Malejonek czy Tomasz Budzyński). Po nawróceniu opisują swoje przeżycia religijne, to, co przeżyli w wymiarze religijnym i co jest dla nich po nawróceniu ważne, językiem zanurzonym w ich doświadczeniu i właśnie ten język stanowi rękojmię autentyzmu ich świadectwa: „Jezus nigdy nie przychodzi na siłę. On nam daje wolną wolę. On nigdy nie wchodzi do czyjegoś życia «na chama». Jeśli odrzucimy Jego miłość, może to być najgorszą rzeczą w naszym życiu" (ze świadectwa D. Malejonka)[10].

Sposób, w jaki mówimy o doświadczeniu religijnym, jest pochodną dwóch kompetencji: religijnej (wiary mówiącego) i sprawności językowej. Co więcej, obie te kompetencje nie muszą iść w parze: dojrzałe doświadczenie religijne – jak pokazuje przykład siostry Faustyny i jej *Dzienniczka* – nie musi łączyć się z bogactwem i sprawnością języka.

Kierunek ewangelizacyjny na zewnątrz, wychodzenie poza przestrzeń sakralną, wyznaczoną murami świątyni, na ulicę – oznacza współcześnie konfrontację z wartościami i językiem ulicy. Wśród wielu form nowej komunikacji religijnej jest więc obecna reklama religijna. Nie obawiam się nazwać jej religijną, ponieważ pełni funkcję z istoty religijną – jej celem jest promowanie chrześcijańskich wartości i wzorów zachowań. Nie jest więc dziwne, że posługuje się przy tym, jak komunikacja świecka, ulicznym bilboardem, a także gadżetami (kubki, koszulki, podkładki pod myszy komputerowe, bluzy z nadrukami). Dobrze w tym kontekście, że stałą praktyką reklamy religijnej jest naruszanie porządku komunikacji przez łączenie w jej obrębie stylów mówienia i gatunków dotąd odległych. Właśnie nietypowość połączenia słów z innych porządków: świeckiego i religijnego, dziwią w zestawieniu i pracuje to na końcowy efekt perswazyjny.

Komunikaty podobne do wyżej prezentowanych są połączeniem słów i układów kompozycyjnych tradycyjnie niewystępujących obok siebie, ze sfery zjawisk *sacrum* i *profanum*, wyrazów z odległych pól semantycznych. Posługują się technikami wpływu, zaczerpniętymi z reklamy komercyjnej – mówią jej językiem, wykorzystują te same rekwizyty. Są jednak ewidentnie

[10] http://www.muzyka.bosko.pl/?art=1583 [dostęp 5.01.2010].

próbą ewangelizowania, tyle że w sposób, który uwzględnia przyzwyczajenia społeczeństwa konsumpcyjnego, dla którego centralnym punktem odniesienia jest rzeczywistość komercyjna.

Dobrym miejscem, w którym może być realizowana idea inkulturacji, są te gatunki, w których podmiotem głoszenia wartości ewangelicznych – staje się nie tylko duchowieństwo, lecz także ludzie świeccy, stworzone przez nich wspólnoty i ruchy kościelne. Akcent pada tu na świadectwo życia, oparte na dzieleniu się osobistym doświadczeniem przeżywania wiary. Nie powinno więc dziwić, że razem z zaangażowaniem laikatu rozpowszechnia się w obszarze komunikacji religijnej język codziennego doświadczenia, przez który dokonuje

się inkulturacja wartości ewangelicznych w dzisiejszą sytuację egzystencjalną człowieka, podejmowana jest próba odpowiedzi na wyzwania współczesności. Spotykamy dziś na przykład rekolekcje prowadzone przez ludzi świeckich. To musi za sobą pociągać zmianę w postaci „zeświecczenia" języka. Szymon Hołownia podczas głoszonych przez niego konferencji rekolekcyjnych w parafii św. Benedykta w Warszawie, odwoływał się na przykład do takich obrazów i języka:

> Szatan nigdy nie mówi: Bóg jest do kitu;
> Łaski nie produkuje się w elektrowniach.
> Bóg czeka, kiedy w końcu skończę ten teatr, przestanę mówić i pozwolę mówić Jemu.
> Ludzi trzeba obstawić małymi grzejnikami, by ciepło ich zmieniało.
> Święty Józef to facet, który dowiedział się, że Jego dziewczyna jest w ciąży.
> Naatan trząsł portkami z obawy, że król go zabije.
> Judasz to facet, który próbował robić politykę.

Za takim współczesnym językiem ukrywa się przekonanie mówiącego, że Biblia nie będzie dla człowieka XXI w. tekstem żywym, a tylko lukrowanym, odległym, jeśli nie dostrzeżemy, że pełno w niej postaci, które borykają się z problemami, słabościami, które są też udziałem współczesnych: dziś chodzą po świecie ludzie przypominający Józefa, króla Dawida, Judasza i in.

Religia, rozwijając formy komunikacyjne poza budynkiem kościelnym (np. katecheza szkolna, imprezy ewangelizacyjne w rodzaju *Przystanku Jezus*, festiwal chrześcijańskiej muzyki hip-hopowej *Święte Ello*), adaptuje gatunki spoza tradycyjnego języka religijnego, wchłania gatunki tradycyjnie świeckie i w wyniku tego procesu powstają nowe formy wypowiedzi religijnej, takie jak: ewangelizacyjny bilboard czy ewangelizacyjny esemes.

W odniesieniu do tekstów świeckich językoznawcy mówią o pojęciu „błędu stylistycznego", a więc o „błędzie użycia". Z błędem stylistycznym mamy do czynienia wtedy, gdy mówiący, dobierając środki stylistyczne, zwłaszcza wyrazy, nie bierze pod uwagę okoliczności lub typu odbiorcy, a także nie jest świadomy swojej roli sytuacyjno-komunikacyjnej.

Jak się zdaje, praktyka inkulturacji może prowadzić do „błędów użycia" także w obrębie komunikacji religijnej. I tu, podobnie jak w komunikacji świeckiej, wymagana jest od mówiącego świadomość: w jakiej sytuacji mówi, do kogo, w jakiej roli występuje i w jakich okolicznościach. Ten sam kapłan może występować w różnych rolach religijnych: w roli celebransa podczas

nabożeństwa, katechety, kaznodziei, świadka wiary, autora traktatu teologicznego, ulicznego ewangelizatora, poety i in. Z każdą z tych ról i sytuacji religijnych wiąże się konieczność zastosowania innych środków językowych, choć w każdej z tych sytuacji stosowana będzie mowa religijna. Posługiwanie się środkami właściwymi poznaniu teologicznemu lub sytuacji liturgicznej w świadectwie wiary lub w katechezie jest tak samo stylistycznie niefortunne, jak posługiwanie się polszczyzną slangową czy polszczyzną potoczną nacechowaną w kazaniu. Powiedzmy przy tym jednak wyraźnie: nie każde zastosowanie elementu języka potocznego w odniesieniu do sfery *sacrum* jest przejawem stylistycznej niestosowności. To samo słowo odniesione do Boga w tekstach różnych gatunkowo i w różnych sytuacjach można akceptować lub odczuć jako stylistyczne nadużycie. Te same elementy: w ustach nastolatka brzmią prawdziwie i nie naruszają normy stylistycznej, kiedy przed rówieśnikami składa świadectwo i kiedy się modli, stosując właściwe jego językowi i jego doświadczeniu środki. Potoczność w sytuacjach religijnych może być akceptowana, jeśli wyrasta z doświadczeń i potrzeb człowieka, jeśli dopuszcza jej stosowanie sytuacja religijna i rola mówiącego oraz gatunek, którym się on posługuje.

HOW TO SPEAK OF GOD IN THE LANGUAGE OF THE MODERN WORLD? ON THE DILEMMAS OF INCULTURATION IN THE LANGUAGE OF THE POLISH CHURCH

Summary

What causes many difficulties with the language of the Church is an obsession with „inculturation". Within the Polish religious language that often means a consent to its penetration by cultural and linguistic categories from the world of mass culture. Such circumstances give rise to questions about the limits of inculturation of the language of mass culture to the language, which pertaining to religious experience. Is it really today always necessary for the intelligibility of evangelizing communication to use stylistic treatments inspired by commercial advertising, to make references to computer terminology and to employ environmental lexicon? The article is an attempt to answer such questions. In order to determine the extent of inculturation it is essential to assume that the area of religious communication is not uniform and so the scope of the implantation of elements of mass culture and its language should be differentiated. The category of „religious text" is fuzzy in nature, since the religious and secular dimensions of human life constitute a continuum.