ANTYKATOLICKIE KAMPANIE

Na naszych oczach rozgrywa się jeden z wielu rozdziałów długiej historii – tak długiej jak historia Kościoła – antykatolickiej propagandy zmierzającej zawsze do tego samego celu: zohydzenia Kościoła, przede wszystkim przez zohydzenie obrazu jego pasterzy („uderz w pasterza, a owce się rozproszą") i całego duchowieństwa.

Badacze istoty oraz dziejów komunikatów propagandowych jako takich wskazują na to, że ich skuteczność opiera się na stosowaniu przez autorów paru podstawowych zasad. Jedna z nich mówi, że najskuteczniejszy pod względem „siły rażenia" przekaz propagandowy polega na opieraniu się na prawdziwych faktach, ale tylko niektórych i dodatkowo wyrwanych z kontekstu, ujętych w niewłaściwych proporcjach. Celem propagandy nie jest mówienie prawdy, ale przekonywanie odbiorcy do komunikatu konstruowanego przez jego autora (autorów).

Z tego typu zjawiskiem i tego typu zasadami konstruowania przekazu propagandowego mamy do czynienia w przypadku historii wielowiekowej propagandy antykatolickiej. Zatrzymajmy się na chwilę na jej fragmencie, który rozpoczyna się wraz z reformacją protestancką. Jej twórcy, jako jedni z pierwszych wykorzystując rozwój sztuki drukarskiej (nie tyle za pomocą uczonych traktatów, co antykościelnej ikonografii), rozwinęli na szeroką skalę wymierzoną w katolickie duchowieństwo propagandę odwołującą się do prawdziwych faktów (zepsucie wśród części hierarchii i duchowieństwa), ale ukazując je w zakłamanym kontekście i zafałszowanych proporcjach („wszyscy księża i katoliccy biskupi są tacy" i „zawsze byli tacy").

Stereotypy i histeria

Na tak utrwalonych uprzedzeniach i stereotypach („chciwi, rozpustni, żądni władzy księża, biskupi i papieże") autorzy rodzącej się w czasach reformacji antykatolickiej propagandy budowali kolejne piętro wymierzonych w Kościół komunikatów, tym razem odwołujących się do tzw. faktoidów, czyli plotek. Historia propagandy zna tysiące przykładów, jak bardzo pogłoski i plotki okazały się skutecznym narzędziem oddziaływania propagandowego (np. pogłoska o chowaniu chleba przez królewskich piekarzy u progu rewolucji francuskiej). Jako pierwsi w dziejach nowożytnych na wielką skalę użytek z tego narzędzia zrobili protestanccy propagandyści. To oni bowiem byli autorami pierwszej w dziejach Europy wielkiej teorii spisku – spisku jezuitów.

Niemal trzysta lat przed „Tajnymi protokołami Mędrców Syjonu" pojawiły się na początku XVII wieku w kręgu protestanckim „Monita secreta" ze swoimi rewelacjami o „spisku jezuitów", którzy przez swoje wpływy na dworach królewskich i w tzw. warstwach uprzywilejowanych chcą zawładnąć światem. W kolejnych wiekach trwania antykatolickiej propagandy – czy to w epoce oświecenia, czy dziewiętnastowiecznych kulturkampfów oraz w okresie totalitarnych reżimów w Związku Sowieckim i Niemczech – „spisek jezuitów" należał do podstawowych słów kluczy. Piętnowany przez rozmaitych propagandystów „jezuityzm" był innym określeniem katolicyzmu. Zestaw stereotypowych oskarżeń był ciągle ten sam: pogoń za władzą i pieniądzem, wykorzystywanie konfesjonału dla niecnego wpływania na kobiety etc. Wystarczy dzisiaj wpisać w wyszukiwarkę internetową hasło „jesuit conspiracy", by dowiedzieć się, „kto tak naprawdę stał" za zatonięciem Titanica, krachem giełdowym w 1929 roku lub zabójstwem prezydenta Johna F. Kennedy'ego w 1963 roku.

Motyw „złota i dolarów" bardzo mocno eksploatowała nazistowska propaganda w ostatnich latach przed drugą wojną światową, podejmując wymierzoną w Kościół katolicki w Niemczech akcję propagandową

Antykatolicką kampanią kierował nazistowski minister propagandy **Joseph Goebbels**

FOT. BUNDESARCHIV

„Złoto i dolary" poprzez wieki

Szczególnym przedmiotem „troski" antykatolickich propagandystów poprzez wieki były katolickie zakony, bo ich istnienie i rozwój był zawsze miernikiem duchowego wigoru Kościoła, traktowania na serio przez wielu ludzi (głównie młodych) rad ewangelicznych: posłuszeństwa, ubóstwa i czystości, i – co ważniejsze – udowadniały, że jest możliwe życie tymi radami. Każdemu uderzeniu w zakony – czy to w okresie reformacji, oświecenia, czy wojującego pod hasłem „rozdziału Kościoła od państwa" laicyzmu w XIX wieku – towarzyszyła propaganda opisująca domy zakonne jako jaskinie rozpusty (najczęściej dewiacyjnej), próżniactwa (tutaj celowano przede wszystkim w zakony kontemplacyjne) i znęcania się psychicznego i fizycznego przełożonych nad podwładnymi.

Taki propagandowy komunikat obowiązywał od czasu „ustaleń" tzw. komisji Cromwella, która na polecenie Henryka VIII inwentaryzowała klasztorne majątki przeznaczone po 1535 roku do konfiskaty przez króla, poprzez powieść Denisa Diderota „Zakonnica" (matryca wymierzonej w zakony propagandy w dobie oświecenia) i antyzakonną histerię w okresie dziewiętnastowiecznych, liberalnych „wojen o kulturę". Ta ostatnia, jak przystało na wyrafinowaną propagandę, odwoływała się do prawdziwego wydarzenia, jakim było ujawnienie w 1869 roku tzw. sprawy Barbary Ubryk – krakowskiej karmelitanki cierpiącej na zaburzenia psychiczne i przebywającej przez długie lata w osobnej celi. W krótkim czasie liberalne pisma po obu stronach oceanu rozpisywały się o „znęcaniu się" i „perwersjach" panujących we wszystkich katolickich domach zakonnych.

Pojawiał się również motyw „złota i dolarów", czyli klasztorów jako sezamów ukrywających niezliczone bogactwa, rzekomo zdobyte w niecny sposób (domniemane wyłudzenia od pobożnych kobiet testamentalnych darowizn). Warto przypomnieć, że ten motyw „złota i dolarów" bardzo mocno eksploatowała hitlerowska propaganda w ostatnich latach przed drugą wojną światową, podejmując wymierzoną w Kościół katolicki w Niemczech akcję propagandową jako odwet za antyhitlerowską encyklikę „Mit brennender Sorge" Piusa XI z 1937 roku. Funkcjonariusze podlegli pod ministerstwo kierowane przez Josepha Goebbelsa opracowali strategię mającą zohydzić Kościół w oczach wiernych poprzez zarzucenie duchownym (głównie zakonnikom) „popełnianie przestępstw dewizowych". W ten sposób określano na przykład wysyłane przez niemiecki Kościół ofiary na misyjne cele Kościoła powszechnego.

Inną wyjątkowo perfidną prowokacją Hitlera po ogłoszeniu encykliki Piusa XI była nagonka zarzucająca kapłanom pedofilię. Z polecenia Goebbelsa ruszyła w prasie i w radiu ogromna kampania propagandowa, manipulowano faktami, liczbami, aresztowano 325 księży pod zarzutem przestępstw wobec dzieci. Zaledwie 21 dowiedziono winy, ale nie wiadomo, ilu z nich padło ofiarą sfingowanych zarzutów.

Filmowy suplement

„Złoto i dolary" – to niekończący się motyw wymierzonej w katolickie duchowieństwo propagandy. Jednym z ostatnich szkolnych przykładów zastosowania tego i innych motywów antykatolickiego przekazu propagandowego jest film Wojciecha Smarzowskiego „Kler".

Stosując metodę reżysera „Kleru", można zrobić na przykład serię filmów o większości apostołów, w których poprzez narrację w odpowiednim momencie przerwaną każdy z nich wyglądałby na zdrajcę lub człowieka goniącego za dobrami tego świata. Można więc zrobić film o św. Piotrze, kończąc go na trzykrotnym zaparciu się apostoła, pokazując w ten sposób „Skałę" jako zrozpaczonego zdrajcę, żałosnego nieudacznika. Fakty, które istotnie miały miejsce, ale pomijające to, co stało się z Księciem Apostołów potem. Zło materiału propagandowego nakręconego przez Smarzowskiego oprócz tego, że odgrzewa stare motywy ataku na duchowieństwo, polega także na tym, iż opiera swój komunikat wysłany do publiczności na przekazie: zło jest nieodwołalne, nie ma miejsca na nawrócenie, kto raz wyznaje wiarę „w złoto i dolary", zawsze będzie przed nimi klękać. •

Prof. Grzegorz Kucharczyk

interia.pl