

Pokochaj dziecko w sobie

Autor tekstu: **Marcin Punpur**

*"Zaprawdę, powiadam wam:
Kto nie przyjmie królestwa Bożego jak dziecko,
ten nie wejdzie do niego".*

Czas noworoczny to czas podsumowań. Jako sympatyk kina miałem okazję oglądać filmowe podsumowanie mijającego roku. Większość rankingów tworzy się w oparciu o kryterium popularności. Najwyżej znajduje się ten film, który widziało najwięcej osób, bądź, który zarobił najwięcej pieniędzy, co z reguły oznacza jedno i to samo. W 2009 roku najwyższe trofea zajęły kolejno: *Harry Potter*, *Epoka Lodowcowa* i *Transformers*. Na czwartym miejscu znalazł się nowy film J. Camerona- *Avatar*. Wiele wskazuje na to, że to właśnie film Camerona pobije rekord popularności i zyska palmę pierwszeństwa, stając się najbardziej kasowym filmem tego roku.

Nowy okrągły rok 2010 prowokuje do sięgnięcia dalej, do statystyk całej dekady. I tu na pierwszym miejscu, co nie powinno być niespodzianką, znajduje się *Władca pierścieni*, dalej *Piraci z Karaibów* i *Mroczny rycerz* (opowieść o facecie przebierającym się za nietoperza!). Na liście pięćdziesięciu filmów można znaleźć takie tytuły jak *Spider-man* (tym razem chodzi o pajaka), *Shrek*, *Epoka lodowcowa* i tym podobne. Wszystkie te filmy łączy jedno: są to obrazy zrobione dla dorosłych dzieci — nowe pokolenie konsumentów, którzy postanowili nigdy nie dorosnąć.

Kult dziecka

Współczesne kino rozrywkowe coraz bardziej przypomina Disneyland, gdzie obok Kaczora Donalda można spotkać wszystkie postaci kreskówek, komiksów i gier komputerowych. Coraz częściej inspirację czerpie się właśnie z tych nowych źródeł, a nie jak było dawniej z powieści lub z życia. Jeśli *Władca Pierścieni* stanowi tu wyjątek, to tylko z pozoru, bo dla każdego, kto widział ten film, musi być jasne, że ma on w sobie więcej z gry niż z książki.

Odkąd staliśmy się społeczeństwem obrazkowym, co tak błyskotliwie przedstawił N. Postman w książce *Zabawić się na śmierć*, telewizja i kino zrewolucjonizowały naszą kulturę. Autor, analizując rosnące znaczenie telewizji kosztem druku w Ameryce, doszedł do bardzo pesymistycznych wniosków. Jego zdaniem telewizja ma głównie ogłupiający wpływ na widzów, ucząc ich bezkrytycznego spojrzenia i spłaszczając ich potrzeby do niewybrednej rozrywki. Odbija się to, wedle niego, rykoszetem na demokracji, która bez refleksyjnych i odpowiedzialnych obywateli staje się czystą fasadą.

Postman napisał swoją książkę ćwierć wieku temu i dziś wydaje się ona odrobinę anachroniczna w tym sensie, że pomija przełom informatyczny, który wbrew technopesymizmowi autora rozwinął także obywatelski potencjał zachodniego społeczeństwa. Internet i wirtualna technologia zmieniają nasze życie równie drastycznie jak kiedyś telewizja. Bardziej niepokoi jednak inne zjawisko. Dziś, co już kiedyś było przecież widoczne, to infantylicyzacja stała się nowym paradygmatem w naszej kulturze. Wchodzimy w epokę, w której rodzice uczą się od dzieci jak być dorosłym.

Skąd ta tęsknota za utraconym dzieciństwem? Dawniej, w oparciu o religijną tradycję, w dziecku widziano przede wszystkim grzeszną naturę, którą dzięki surowej dyscyplinie i autorytarnym metodom wychowawczym, należało, nierzadko siłą, wykorzenić. Obecnie, kiedy mit o grzechu pierwotnym stracił swą moc, sytuacja się odwróciła. Dziecko dzięki coraz większemu znaczeniu psychologii w naszym życiu, wyniesiono na piedestał, dowodząc jego czystości i niewinności.

W rzeczywistości jest to mit równie fikcyjny jak ten o grzechu pierwotnym. Dzieci są zdolne do okrucieństwa nie mniej od rodziców, co pokazał świetnie M. Haneke w swym ostatnim filmie *Biała Wstążka*. Dziecko może być oczywiście niewinne dzięki naturalnej ignorancji. Udawanie jednak niewinnego w dorosłym wieku, kiedy zdobyło się podstawową wiedzę o świecie i stosunkach międzyludzkich, oznacza indolencję.

Mimo to, wielu dorosłych chce być dziś jak dziecko. Być jako ono wrażliwym, otwartym, spontanicznym, niczym nieskrępowanym i wolnym od społecznych konwenansów. Pisze się poradniki o tym „jak przebudzić dziecko w sobie”, „jak wyzwolić dziecięcą fantazję” i tym podobne. W porównaniu z represyjną przeszłością jest to niewątpliwie zmiana pozytywna. Z drugiej strony zapomina się o innych właściwościach stanu dziecięcego jak: niesamodzielność,

nieodpowiedzialność, naiwność, bezkrytycyzm, irracjonalizm itd.

Zdaniem B. R. Barbera — autora *Skonsumowani. Jak rynek psuje dzieci, infantyлізуje dorosłych i połyka obywateli* — sedno infantylizmu polega na przekładaniu tego co „łatwe nad trudne, proste nad złożone, szybkie nad powolne”. To co wymaga czasu, refleksji i wyętej pracy przegrywa z ofertą *instant*, dostępną od zaraz, tu i teraz. Młode pokolenie cierpi w związku z tym na chroniczną niezdolność do koncentracji i dłuższego skupienia uwagi na jednej rzeczy. Brakuje mu też umiejętności działania zgodnie z zasadą odroczonej gratyfikacji. W efekcie młodzież szybko się nudzi i popada w umysłowe lenistwo.

To wszystko sprawia, że dorosłość pojmuje się jako sztywną, poważną, nudną i w ogóle nie na czasie. W takiej kulturze ludzie starsi czują się bytem obcym i zbędnym. Są „ramolami”, „wapniakami”, „dinozaurami”, a przez to bez wartości dla reszty społeczeństwa. Niewątpliwie paradoks w społeczeństwach, które coraz bardziej się starzeją.

Kult dziecka ma zgubny wpływ również na same dzieci. Jeśli bowiem dzieciństwo jest wartością samą w sobie, swojego rodzaju świętością, to każda ingerencja w ten stan jest szkodliwa. W ten sposób nierozważnie schlebia się wszystkim zachciankom i pragnieniom dziecka, ucząc tym samym bezradności i niefrasobliwości. Przy okazji dziecko może nabrać przekonania, że rodzicom wcale nie zależy na jego dobru, bo zezwalać na wszystko, to dawać wyraz obojętności i ignorancji.

Rynek kocha dzieci

Wróćmy do świata rozrywki. Każdy kto bliżej przyjrzy się show-biznesowi stwierdzi, że przemysł rozrywkowy kocha dzieci. To przecież jego podstawowy *target*. Dzieci to idealni konsumenci: egoistyczni, naiwni, podatni na manipulację. Nie zadają zbyt wielu pytań, łatwo z nimi nawiązać emocjonalną więź, a co najważniejsze są w wieku, w którym powstają konsumenckie nawyki i gusta. Jedyne problem to brak własnych funduszy. Ale czego nie zrobi kochający rodzic, tym bardziej, że coraz mniej różni się od własnej pociechy.

Zmarły niedawno Michael Jackson stanowi świetny przykład na to jak funkcjonuje ten biznes. Jackson pozostał dzieckiem do końca swych dni. Nigdy nie dorósł. Nie wiadomo czy nie chciał, czy już nie potrafił. Niczym Piotruś Pan otaczał się dziećmi i kreował na wiecznego młodzieńca. Wielokrotnie powtarzał, że znacznie łatwiej mu komunikować się z dziećmi niż dorosłymi. Wybudował bajkową *Nibylandię* by ulżyć ich losowi. Kiedy Lary King spytał go dlaczego trzyma figury Batmana i Supermana w swoim domu, odpowiedział: „bo ja kocham te postacie”.

Co znaczy kochać bajkowych bohaterów, to wie tylko Jacko. Co znaczy kochać Jacko przekonaliśmy się kiedy umarł, a w mediach wybuchła żałobna gorączka, porównywalna u nas jedynie ze śmiercią papieża, który notabene sam stał się po śmierci ikoną popkultury.

Potrzeba posiadania idola, czy ojca świętego (jaka to różnica?) ściśle współgra z procesem infantylicacji naszej kultury. Dzieci, młodzież i wiecznie młodzi dorośli, wszyscy oni potrzebują kogoś, kto będzie ich chronił i się nimi opiekował. Odkąd Pan Bóg umarł jego funkcję przejął superbohater.

Dlaczego Michael Jackson większość tekstów swoich piosenek poświęcił ogólnemu i abstrakcyjnemu ratowaniu świata, a nie jak dojrzały piosenkarz bardziej przyziemnym problemom dnia codziennego? Dlatego, że Michael nie miał takich problemów i nie mógł ich mieć, bo do tego trzeba wyjść poza krąg własnego narcyzmu.

O wiele łatwiej nawiązać emocjonalną więź z fikcyjnym bohaterem czy idolem niż z drugą osobą. Druga osoba stawia wymagania, zobowiązania, prowokuje, zmusza do przemyślenia własnej pozycji i szukania kompromisu. Idol niczego nie wymaga, poza sławą i fortuną, a to paradoksalnie kosztuje niewiele.



Wróćmy na koniec do kina. James Cameron opowiadając o swoim najnowszym filmie, stwierdził, że zrobił go z myślą o urzeczywistnieniu marzenia o lataniu, jakie każdy z nas snuł w dzieciństwie. I rzeczywiście w filmie mamy niebieskich kosmitów latających na kolorowych smokach. Są też źli ludzie w szarych helikopterach. A wszystko to by pokazać, że nie szanujemy innych kultur i przyrody. Inteligentny widz mógłby dojść do wniosku, że lepszy efekt można by osiągnąć wydając te blisko 300 milionów dolarów, które kosztował film, bezpośrednio na te cele. Inteligentny widz jednak coraz częściej omija kino.

Marcin Punpur

Absolwent ekonomii i filozofii. Studiował w Olsztynie, Bremie i Bernie.
Zainteresowania: filozofia kultury, religii i polityki.

[Pokaż inne teksty autora](#)



(Publikacja: 04-01-2010)

[Oryginał.](http://www.racjonalista.pl/kk.php/s,7060) (<http://www.racjonalista.pl/kk.php/s,7060>)

Contents Copyright © 2000-2009 Mariusz Agnosiewicz
Programming Copyright © 2001-2009 Michał Przech

Autorem portalu Racjonalista.pl jest Michał Przech, zwany niżej Autorem.
Właścicielami portalu są Mariusz Agnosiewicz oraz Autor.

Żadna część niniejszych opracowań nie może być wykorzystywana w celach komercyjnych, bez uprzedniej pisemnej zgody Właściciela, który zastrzega sobie niniejszym wszelkie prawa, przewidziane w przepisach szczególnych, oraz zgodnie z prawem cywilnym i handlowym, w szczególności z tytułu praw autorskich, wynalazczych, znaków towarowych do tego portalu i jakiegokolwiek jego części.

Wszystkie strony tego portalu, wliczając w to strukturę katalogów, skrypty oraz inne programy komputerowe, zostały wytworzone i są administrowane przez Autora.

Stanowią one wyłączną własność Właściciela. Właściciel zastrzega sobie prawo do
Racjonalista.pl

okresowych modyfikacji zawartości tego portalu oraz opisu niniejszych Praw Autorskich bez uprzedniego powiadomienia. Jeżeli nie akceptujesz tej polityki możesz nie odwiedzać tego portalu i nie korzystać z jego zasobów.

Informacje zawarte na tym portalu przeznaczone są do użytku prywatnego osób odwiedzających te strony. Można je pobierać, drukować i przeglądać jedynie w celach informacyjnych, bez czerpania z tego tytułu korzyści finansowych lub pobierania wynagrodzenia w dowolnej formie. Modyfikacja zawartości stron oraz skryptów jest zabroniona. Niniejszym udziela się zgody na swobodne kopiowanie dokumentów portalu Racjonalista.pl tak w formie elektronicznej, jak i drukowanej, w celach innych niż handlowe, z zachowaniem tej informacji.

Plik PDF, który czytasz, może być rozpowszechniany jedynie w formie oryginalnej, w jakiej występuje na portalu. **Plik ten nie może być traktowany jako oficjalna lub oryginalna wersja tekstu, jaki zawiera.**

Treść tego zapisu stosuje się do wersji zarówno polsko jak i angielskojęzycznych portalu pod domenami Racjonalista.pl, TheRationalist.eu.org oraz Neutrum.eu.org.

Wszelkie pytania prosimy kierować do redakcja@racjonalista.pl