



**You have downloaded a document from
RE-BUŚ
repository of the University of Silesia in Katowice**

Title: Shockvertising, skandalizacja i komunikacja wirusowa w walce dyskursów : Nergal w "The Voice of Poland"

Author: Adam Warzecha

Citation style: Warzecha Adam. (2019). Shockvertising, skandalizacja i komunikacja wirusowa w walce dyskursów : Nergal w "The Voice of Poland". W: E. Biłaś-Pleszak, A. Kalisz, E. Tyc (red.), "Autopromocja, autoprezentacja, wizerunek w komunikowaniu masowym : błąd, kryzys, skandal. T. 5" (S. 197-219). Katowice : Wydawnictwo Uniwersytetu Śląskiego



Uznanie autorstwa - Na tych samych warunkach - Licencja ta pozwala na kopiowanie, zmienianie, rozprowadzanie, przedstawianie i wykonywanie utworu tak długo, jak tylko na utwory zależne będzie udzielana taka sama licencja.



UNIwersytet ŚLĄSKI
W KATOWICACH



Biblioteka
Uniwersytetu Śląskiego



Ministerstwo Nauki
i Szkolnictwa Wyższego

Adam Warzecha

Uniwersytet Śląski w Katowicach

Shockvertising, skandalizacja i komunikacja wirusowa w walce dyskursów: Nergal w „The Voice of Poland”

Udział Adama „Nergala” Darskiego, lidera deathmetalowego zespołu Behemoth, w telewizyjnym *talent show* pt. *The Voice of Poland* jesienią 2011 wywołał medialną burzę i ożywioną debatę publiczną¹. Sprawa ta skupiła jak w soczewce polskie życie społeczne, polityczne i religijne. Skrzyżowały się w niej heavy metal z popularnymi mediami i kulturą, kontrowersyjny wizerunek sceniczny z sądowymi procesami, walka Nergala z białaczką z reklamą, satanizm i jego symbole z chrześcijaństwem, zmagania polityczne w toku parlamentarnej kampanii wyborczej z życiem religijnym, wolność słowa i wypowiedzi artystycznej z wolnością religijną. Analiza ma na celu uzyskanie odpowiedzi na dwa zasadnicze pytania: (1) W jaki sposób w toku tych wydarzeń oddziaływały na siebie tak różne dyskursy? (2) Jakie procesy i mechanizmy komunikacyjne uruchomiono?

Tłó

Nergal to sceniczny pseudonim Adama Michała Darskiego (ur. 1977), lidera deathmetalowego zespołu Behemoth (zał. 1991). Pseudonim ten odnosi się do mezopotamskiego chtonicznego boga-władcy podziemnego świata (JORDAN, 2004: 218). Utwory Behemotha dotyczą wprost topiki i symboliki satanistycznej, szczególnie antychrześcijańskiej i neopogańskiej (BEHEMOTH, 2014; DARSKI,

¹ Tekst stanowi przejrany przekład tekstu: WARZECHA, 2017. Nieco inaczej sprawę tę analizowałem także tutaj: WARZECHA, 2013: 234–348.

2002). Przez kilka lat zespół działał głównie w heavymetalowej niszy, aż do roku 2007—2008, kiedy ustabilizował swoją pozycję na rynku muzycznym. Stał się najbardziej znanym za granicą polskim zespołem koncertującym na wszystkich kontynentach, który sprzedał kilka milionów płyt i był pierwszym polskim artystą na liście Billboard 200 (BILLBOARD, 2018). Uważany jest za prekursora black/deathmetal i jeden z najlepszych zespołów tego gatunku. Behemoth grał jako support na trasach koncertowych takich legend rocka i metalu, jak Anthrax, Marilyn Manson, Metallica czy Slayer (BEHEMOTH, 2009). Był także nagradzany przez takie magazyny muzyczne, jak „Metal Hammer”, „Mystic Art, Decibel Magazine”, „Terrorizer” czy „metalstorm.net” (METAL STORM, 2004; CMU, 2009). Kluczowy dla popularności Nergala i Behemotha był rok 2009 (PRZEKRÓJ, 2009). W maju Nergal związał się z popularną piosenkarką Dodą (Dorotą Rabczewską), stając się celem paparazzich i serwisów plotkarskich. Śledzono ich zaręczyny w Nowy Rok 2010 roku, wygraną przez Nergala walkę z białaczką i jego udział w kampanii promującej dawstwo szpiku kostnego (sierpień 2010 — styczeń 2011), aż do ich rozstania w marcu 2011 roku (FAKT, 2011).

Przez kolejne prowokacje Nergal ściągał uwagę opinii publicznej i budował swój kontrowersyjny wizerunek. Jak zostanie to przedstawione dalej, jego działania w tym zakresie obejmowały *tworzenie rozgłosu (publicity)* (GRUNIG, HUNT, 1984), co realizowane było głównie przez *shockvertising* (DAHL et al., 2003), a także — całkiem nieoczekiwanie — przez pewne elementy modelu *informacji publicznej (public information model)* (GRUNIG, HUNT, 1984), szczególnie w trakcie leczenia białaczki, kiedy wziął udział w kampanii promującej rejestrację komórek macierzystych. W wyniku tego Darski zaczął się pojawiać nie tylko w mediach muzycznych czy plotkarskich, ale także w mainstreamowych i opiniotwórczych, przekształcając się stopniowo z mrocznej gwiazdy rocka w ikonę popkultury. Ta taktyka polegająca na wysyłaniu sprzecznych sygnałów — szokujący artysta i społecznie odpowiedzialny obywatel — okazała się skuteczna. W listopadzie 2011 roku, tygodnik „Wprost” zaliczył Darskiego do grona 100 najbardziej wpływowych Polaków (WPROST, 2011).

Podarcie Biblii

13 września 2007 roku podczas koncertu w gdyńskim klubie „Ucho” w trakcie zapowiedzi utworu *Christgrinding Avenue* Nergal podarł Biblię (00:45—01:00):

To piosenka z nowego albumu... z albumu „The Apostasy”, która opowiada o naszej wizycie w tak zwanym Świętym Mieście, Jerozolimie. Pojechalśmy

tam, żeby osobiście rozprawić się z mitem, który pokutuje już od dwóch tysięcy pieprzonych lat. Mitem, którego głównym bohaterem jest człowiek ukrzyżowany między dwoma zbrodniarzami. Mitem, którego bohaterem jest największa, najbardziej zbrodnicza sekta, jaka istniała na Ziemi. To jest Pismo Święte, jak mówią... Ja mówię, to jest księga kłamstw. Pieprzyć to gówno. Pieprzyć tą hipokryzję. Żryjcie z tego gówna. Ten kawałek jest naszym komentarzem na temat tego właśnie gówna.

GAZETA ŚWIĘTOJAŃSKA, 2007a, 2007b

Na nagraniu widać, jak publiczność pali i depcze Biblię (02:41). Akt ten został starannie zaplanowany i zainscenizowany. Dowodzi tego m.in. odręczny dopisek na setliście (liście utworów) znalezionej przez dziennikarzy po koncercie (GAZETA ŚWIĘTOJAŃSKA, 2007c). Co więcej, Nergal powtarzał tę zapowiedź podczas innych koncertów, dodając m.in. *Fuck Jesus Christ!* (18 listopada 2007 r. w Nowym Jorku) czy *Fuck it! Burn it! Piss on it!* (17 lutego 2008 r. w Paryżu) (LIQUIDALLOY, 2007; EZKHYPOCRITE, 2009; ZIĘBA, 2013). Nagranie z paryskiego klubu La Locomotive, na którym Nergal podarł Biblię, znalazło się też na DVD *Behemoth: Evangelia Heretika* (BEHEMOTH, 2010; KANIAK, 2010).

Poza nielicznymi wzmiankami prasowymi zdarzenia te nie wywołały wówczas żadnej publicznej reakcji. Podobnie było też pięć miesięcy później, kiedy 4 lutego 2008 roku Ryszard Nowak, przewodniczący Ogólnopolskiego Komitetu Obrony przed Sektami, złożył do Prokuratora Generalnego doniesienie, że przez podarcie Biblii Darski naruszył jego uczucia religijne (DzU z 1997 r. nr 88, poz. 553 ze zm., art. 196; TRÓJMIASTO.PL, 2008). 18 sierpnia 2011 roku Sąd Rejonowy w Gdyni uwolnił Darskiego od tych zarzutów (TVN24, 2011). Złożono apelację i sprawę wniesiono do Sądu Najwyższego, który 5 marca 2015 roku ostatecznie stwierdził, że w tym przypadku nie doszło „do wyczerpania znamion przestępstwa, albowiem przekaz artysty był skierowany do określonej grupy osób, które podzielały jego przekonania. [...] nie oznacza to, że zachowanie Adama D. jest akceptowane” (MICHAŁOWSKI, 2015).

Sprawa ta stała się głośna dopiero jesienią 2011 roku, kiedy Darski został jurorem-trenerem *The Voice of Poland*, telewizyjnego *talent show* nadawanego przez TVP2. *The Voice* to format telewizyjny opracowany przez Talpa Media Group w Holandii w roku 2010. W kwietniu 2011 amerykańską wersję tego widowiska zaczęło nadawać NBC i właśnie ona stała się wzorcem dla wersji polskiej (INTERIA, 2011). Reakcje nie pojawiły się jednak natychmiast. Pierwsze doniesienia medialne o udziale Nergala w tym show opublikowano 16 maja 2011 roku, a pierwsze protesty miały miejsca na początku lipca, tj. po pierwszym przesłuchaniu w sprawie Nowak vs. Darski, która była dotąd odraczana z powodu jego złego stanu zdrowia muzyka (KOWALIK, 2011). Jeszcze wówczas sprawa ta nie wywołała zainteresowania żadnej instytucji kościelnej ani też żadnej organizacji religijnej czy politycznej. *Skandalizacja* (KEPPLINGER, 2008) zaczęła się dopiero w połowie sierpnia 2011 roku, na początku kampanii wyborczej do

parlamentu, po uniewinnieniu Darskiego przez Sąd Rejonowy w Gdyni, tuż przed emisją pierwszego odcinka telewizyjnego *show* (PALLUS, 2011a). Dopiero wówczas reprezentanci partii politycznych i różnych organizacji religijnych, a także niektórzy biskupi zaczęli się na ten temat wypowiadać. Osobą najbardziej zaangażowaną w tę sprawę był ordynariusz wrocławski ks. bp Wiesław Mering. Pod koniec sierpnia Katolickie Stowarzyszenie Dziennikarzy opublikowało petycję przeciwko promowaniu satanizmu w TVP, którą w ciągu paru tygodni podpisało ponad 42 tysiące osób (KARCZ i in., 2011; KARCZ, 2011). Co ciekawe, protesty te wygasły tuż po wyborczej niedzieli 9 października 2011 roku.

Metodologia

W niniejszym studium stosuję krytyczną analizę dyskursu (*Critical Discourse Analysis*, KAD, CDA) w wersji zaproponowanej przez Normana FAIRCLOUGHA (2003, 2005), którą przedstawiłem we wcześniejszych tekstach (WARZECHA, 2012, 2013, 2014). Wykorzystuję także metodę studium przypadku, którą za Johnem GERRINGIEM (2007: 20) „można rozumieć jako intensywne badanie pojedynczej sprawy, którego celem jest — przynajmniej w części — rzucenie światła na większą klasę przypadków (populację)”. Korzystam też z procesowo zorientowanego podejścia do studium przypadku (*proces-oriented case study*), zaproponowanego przez Don STACKSA (2011, 2013). Odwołuję się również do *mechanizmów skandalizacji* opisanych przez Hansa M. KEPPLINGERA (2008), *mechanizmów perswazyjnych* Stanisława BARAŃCZAKA (1975) oraz do *pojęcia polityczności* Carla SCHMITTA (2000).

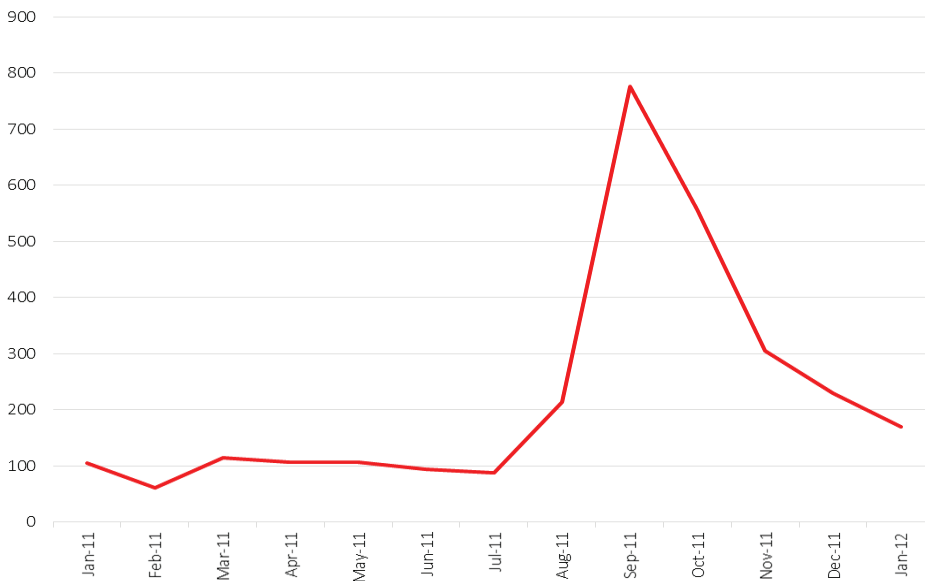
Zastosowany model badawczy pozwolił na identyfikację trzech przenikających się i oddziałujących na siebie procesów komunikacyjnych: (1) *shockvertising/tworzenie rozgłosu* przez Nergala w deathmetalowej niszy; (2) *shockvertising/tworzenie rozgłosu* przez Nergala wobec masowej widowni w TVP w trakcie promocji *The Voice of Poland*; (3) *polityczna i religijna skandalizacja* dokonywanej przez poszczególnych aktywistów (różne organizacje polityczne, kościelne i religijne, biskupi etc.).

Studium przypadku

Kwerenda tekstów prasowych opublikowanych w latach 2008—2011 w 1100 gazetach i czasopismach wykazała gwałtowny wzrost zainteresowania mediów

osobą Adama Darskiego w roku 2011. Zapytanie dotyczyło wyrażenia „Adam Darski OR Nergal” (we wszystkich przypadkach deklinacyjnych; dane uzyskaniem dzięki uprzejmości PRESS-SERVICE).

W roku 2008 wymieniono go zaledwie w 61 tekstach prasowych, w 2009 — w 543, w 2010 — w 1259, natomiast w 2011 — w 2755. Ponad 2/3 z nich pojawiło się w 4 ostatnich miesiącach 2011 roku, kiedy *The Voice of Poland* był na antenie (wrzesień — 776, październik — 557, listopad — 305, grudzień — 230). Z hasłami „Adam Darski / Nergal” najczęściej współwystępującymi w roku 2011 były „Kościół” (725 wystąpień), „Voice of Poland” (680), „Doda / Dorota Rabczewska” (608) i „białaczka” (213). W roku 2010 najczęściej występowały hasła „Doda / Dorota Rabczewska” (693), „białaczka” (322) i „Kościół” (111), a w 2009 — „Doda / Dorota Rabczewska” (338). Wyniki dla „Kościół”, „The Voice of Poland”, „Doda / Dorota Rabczewska” i „białaczka” w kolejnych latach przedstawiały się następująco: w 2008 — 25, 0, 0, 0; w 2009 — 69, 0, 338, 0, a w 2010 — 111, 0, 693, 322.



Wykres 1. Liczba tekstów prasowych dotyczących Nergala w roku 2011

Źródło: Opracowanie własne na podstawie danych uzyskanych dzięki uprzejmości PRESS-SERVICE.

Widoczny na wykresie 1 szczyt zainteresowania w miesiącach sierpień—październik jest zbieżny z trwającą wówczas kampanią wyborczą do parlamentu (5 sierpnia 2011 — 7 października 2011 roku), drugą fazą kampanii promocyjnej *The Voice of Poland* (15 sierpnia 2011 — 30 września 2011 roku), a także z emisją pierwszych pięciu odcinków programu, z których pierwszy nadano w sobotę 3 września 2011 roku o 20:00, tzn. w najlepszym czasie antenowym (PALUS, 2011b).

Shockvertising

Pierwszym z procesów komunikacji medialnej prowadzonej przez Nergala w analizowanym okresie była *autoskandalizacja* (*self-scandalization*) skierowana do fanów z deathmetalowej niszy. Można to postrzegać jako *shockvertising*, tzn. „szokującą treść reklamową” (*shocking advertising content*; DAHL et al., 2003), która

usiłuje zaskoczyć odbiorców przez rozmyślne naruszanie norm wartości społecznych i ideałów osobowych. W przekazie szokowym to aspekt naruszenia norm leży u podstaw jego zdolności do przebicia się przez reklamowy nieład i zwrócenia uwagi publiczności docelowej, która następnie słucha związanej z nim wiadomości i w związku z nią działa.

DAHL et al., 2003: 269

Jak dodają PARRY, JONES, STERN i ROBINSON (2013: 212—213), „przykładami reklamy szokowej mogą być wizualna prezentacja nieprzyzwoitych treści seksualnych, profanacja czy nieuzasadniona przemoc”.

Shockvertising pozwolił Nergalowi zwrócić uwagę jego grupy docelowej, tj. aktualnych i potencjalnych odbiorców: fanów, publiczności koncertowej i nabywców CD, DVD oraz innych publikacji i towarów. W kategoriach zaproponowanych przez DAHLA i in. (2003: 269) Nergal zaskoczył *publiczność* (ogólną) w celu „zwrócenia uwagi *publiczności docelowej*”, ustawiając w tym samym momencie wysoki próg (szok), który pozwala mu oddzielić publiczność docelową od nieprzygotowanej (zob. także PARRY et al., 2013: 112—113).

Według Darskiego żadna z setek osób obecnych w 2007 roku na koncercie nie poczuła się obrażona przez podarcie przez niego Biblii. I rzeczywiście, uczestnicy koncertu deklarujący wiarę chrześcijańską, którzy zeznawali w procesie jako świadkowie, stwierdzili, że jego zachowanie nie obraziło ich uczuć: „Obrażone zostały natomiast osoby, które nie były na koncercie, które nie rozumieją kontekstu i przekazu” (TVP INFO, 2011; TVN24, 2011). Chodzi przede wszystkim o Ryszarda Nowaka, który uznał Darskiego za „osobę niebezpieczną”: „Na jego koncerty w większości chodzi niepełnoletnia młodzież, a on w czasie koncertów propaguje satanizm — ideologię śmierci” (TVP INFO, 2011). Ze względu na ograniczony komunikacyjny potencjał Nowaka i jego zwolenników jego opinie nie wywołały jednak dużego rezonansu.

Amplifikacja

Po *autoskandalizacji/shockvertisingu* nastąpiła *amplifikacja*, której funkcją było nagłośnienie poprzedniego procesu i jego wzmocnienie, co nastąpiło w trakcie kampanii promującej *The Voice of Poland*. Szok wywołało wówczas głównie „wyciągnięcie” Nergala z jego ekstremalnej, deathmetalowej, obrazoburczej niszy i „umieszczenie” go w popularnej produkcji telewizyjnej przeznaczonej dla masowego odbiorcy. Szok i jego wzmocnienie miały kluczowe znaczenie w kampanii reklamowej *The Voice of Poland*, która poza tym była raczej skromna i składała się głównie z autopromocji w programach własnych TVP, reklamach w radiu i Internecie, a także spotów wideo wyświetlanych w miejscowościach nadmorskich. Darski był niezadowolony z tego, że TVP nie zorganizowała kampanii zewnętrznej, a główny nacisk położyła na tworzenie rozgłosu i wykorzystywanie wywoływanych przez niego kontrowersji:

Piotr Najsztub: Z tego, co wiem, nie było pieniędzy na promocję tego programu, ty swoją osobą załatwiłeś promocję.

Adam Darski (Nergal): Jesteś dobrze zorientowany. Mam żal do Dwójki, że nie zdecydowała się na porządną kampanię billboardową. My daliśmy z siebie wszystko, ale skrzydła podcinała nam telewizja, nie robiąc nic, żeby „Voice” wypromować z klasą i rozmachem. Sam biskup Mering promocyjnie nie pociągnie programu. „Voice” potrzebował dużo więcej wsparcia niż tabloidowe kłamstwa i ujadanie moich nawiedzonych adwersarzy

DARSKI, 2011b: 41

Pomimo gwałtownej reakcji społecznej program nie miał dużej widowni. *The Voice of Poland* oglądało średnio 2,27 miliona widzów, którzy dali TVP2 15,69% udziału w grupie widzów w wieku powyżej 4 r.ż. i 14,85% w grupie 16—49 r.ż. (PALLUS, 2011c). W efekcie program ten zajął dopiero trzecie miejsce po *Mam talent!* w TVN i filmach fabularnych nadawanych przez TVP1 w tym samym czasie. *The Voice of Poland* w TVP2 był oglądany głównie przez w mieszkanki wsi średnim wieku i starsze.

Skandalizacja

Po *autoskandalizacji/shockvertisingu* i *amplifikacji* kolejnym procesem komunikacyjnym występującym w omawianej sprawie jest *skandalizacja*, która zaangażowała różne otoczenia (*publics*) protestujące przeciwko udziałowi Ner-

gala w programie telewizji publicznej. W tym przypadku skandalizacja może być widziana jako (1) reakcja na szok wywołany przez wcześniejsze kampanie promocyjne; jednakże odsłoniła ona również (2) złożone relacje między różnymi dyskursami — religijnymi, politycznymi, medialnymi i rozrywkowymi. Zmiana kontekstu komunikacyjnego z heavymetalowej niszy na sferę publiczną z jednej strony i ich amplifikacja z drugiej wywołały rezonans wśród grup społecznych i osób, które dotąd Nergala nie znały. Protestujący i aktywiści wywierali presję na TVP bardziej za pośrednictwem mediów społecznościowych (*social media Internet activism*) niż mediów tradycyjnych (*legacy media activism*) (COOMBS, HOLLADAY, 2014: 74, 85—86). Stosowali oni również: petycje, przemówienia, listy, gazetki parafialne, katechezy, radio i telewizję czy listy poparcia, lecz przede wszystkim do swoich celów wykorzystywali strony internetowe, fora, komentarze, Facebooka, Twittera itp. (MERING, 2011a). Według Antti VILPPONENA, Susanny WINTER i Sanny SUNDQVIST (2006: 66) takie formy protestu można widzieć jako wielopoziomową komunikację szeptaną/wirusową (*multilevel word-of-mouth/viral communication*) z aktywnymi liderami opinii i pozytywnym rezonansem ich „sieci”.

W procesie skandalizacji komunikacja miała trzy funkcje: (1) protest religijny przeciwko podarciu Biblii, którego celem było usunięcie bluźniercy ze sfery publicznej; związany z nim (2) protest polityczny, którego celem była zmiana zarządu TVP i uzyskanie przez prawicę dobrych wyników w wyborach parlamentarnych; (3) tworzenie rozgłosu i pozycjonowanie aktorów społecznych uczestniczących w tym dyskursywnym zmaganiu — przede wszystkim Darskiego i bp. Meringa — uzyskiwane przez komunikację wirusową. Te trzy aspekty skandalizacji omówię szczegółowo w kolejnych częściach.

Protesty religijne

Początkowo protesty miały charakter religijny. Protestujący twierdzili, że przez podarcie Biblii Darski „obraził ich uczucia religijne”. Akt ten nazwano „brakiem kultury” (ks. Boniecki, bp Tomasiak, bp Mering) i „przejawem niesłychanego intelektualnego barbarzyństwa” (Marcin Przeciszewski, redaktor naczelny Katolickiej Agencji Informacyjnej) (zob. BONIECKI, 2011a; PRZECISZEWSKI, 2011; TOMASIAK, 2011). Według bp. Meringa „zatrudnienie wyznawcy satanizmu, bluźniercy, człowieka bez podstawowej kultury w TV publicznej bije wszelkie granice przyzwoitości” (MERING, 2011b).

Gwałtowny wybuch protestów niemal cztery lata po koncercie w klubie „Ucho” może wskazywać na to, że Darski jest jakoś tolerowany, o ile tylko tkwi w swojej subkulturowej niszy: „Przespaliśmy tamten moment, zło poczuło

się mocne, więc dzisiaj dają temu wyznawcy Szatana z jego poglądami czas na antenie telewizyjnej” (KASZAK, 2011). Do występu Darskiego odniósł się także kard. Dziwisz: „Nie możemy milczeć, gdy na scenie rwie się na strzępy Pismo Święte. Nie możemy milczeć, gdy promuje się w publicznych mediach osoby, które znak krzyża włączyły w satanistyczne widowiska” (Dziwisz, 2011). TVP utrzymywała, że Darski „w tym programie ma wypowiadać się — i jest to wyraźnie ustalone — w sprawach muzyki, a nie w innych. Gdyby wypowiadał się w innych sprawach, byłoby to naruszeniem umowy, jaka z nim została zawarta” (BRAUN, 2011: 16). Jak się później okazało, muzyk w programie zachowywał się kulturalnie, na co zwrócił uwagę ks. Boniecki: „Zachowuje się kulturalnie i delikatnie. Jeśli czymś zaszokował, to właśnie tym, że nie szokuje” (BONIECKI, 2011b).

Protestujący przyjęli całkiem odmienny punkt widzenia. Na przykład bp Mering napisał do ks. Bonieckiego: „Nie widzi Ksiądz związku między Nergalem jako satanistą i jako jurorem? Proszę zatem zafundować sobie badania okulistyczne” (MERING, 2011c). Protestujący postrzegali udział Darskiego w *show* jako manifestację satanizmu, jak gdyby istniał hipertekstowy link łączący „Darskiego jurora” i „Darskiego Nergala” z jego kontrowersyjnym wizerunkiem scenicznym. I to właśnie ten wizerunek stał się dla nich ważnym „antychrześcijańskim” kontekstem, w którym „neutralny” udział Darskiego w telewizyjnym programie rozrywkowym zyskiwał inne, tj. w pewien sposób „religijne” znaczenie. Nawet jeśli „Darski juror” ma tylko oceniać jakość głosu i zdolności wokalne uczestników i nie będzie w ogóle mówił o sprawach religijnych czy światopoglądowych, to wciąż dla protestujących pozostanie „Darskim Nergalem”.

Jest to także przykład tego, jak media masowe mogą stać się dla opinii publicznej *systemem hipertekstowym* czy też — w ujęciu Henry’ego Jenkinsa — przykładem konwergencji mediów, co oznacza

przepływ treści przez różne medialne platformy, współpracę między różnymi medialnymi branżami, a także zachowania migracyjne odbiorców mediów, którzy w poszukiwaniu pożądanych przez nich rodzajów rozrywki podążą niemal wszędzie.

[...] Konwergencja nie dokonuje się za pomocą urządzeń medialnych, jakkolwiek wymyślne mogą się jeszcze pojawić. Konwergencja dokonuje się w mózgach indywidualnych odbiorców i przez ich społeczne interakcje z innymi. Każdy z nas tworzy swoją własną osobistą mitologię z odłamków i ułamków informacji wyłowionych z medialnego prądu i przetwarzanych w zasoby, przez które nadajemy sens naszemu codziennemu życiu.

JENKINS, 2006: 2—4

Zjawisko to można postrzegać jako „cyrkulację medialnej treści — przez różne medialne systemy” (JENKINS, 2006: 3) lub „medium informacyjne, które łączy informację werbalną i niewerbalną” (LANDOW, 2006: 3), kiedy wiadomości

telewizyjne i dyskusje w studio nadawane w roku 2011 były ilustrowane ujęciami nagranyymi w klubie „Ucho” z roku 2007. W konsekwencji podarcie Biblii stało się nagle zdarzeniem teraźniejszym, a występ Darskiego w show zrównany z bluźnierstwem.

Protesty polityczne

Protesty religijne miały także wymiar polityczny, który uwydatniono przez skandalizację, mechanizmy perswazyjne i wykorzystane w tych ramach elementy języka politycznego.

Według KEPLINGERA (2008: 59—60) jedną z cech skandali jest to, że występują w nich „winowajcy, których można pociągnąć do odpowiedzialności”, ludzie, których wina wymaga pokuty i „bolesnych konsekwencji natury osobistej”, tj. dymisji, zwolnienia czy rezygnacji. Skandal jest zatem wynikiem „postępowania osób działających z niskich pobudek i świadomych negatywnych skutków własnego postępowania” (KEPLINGER, 2008: 59).

W omawianej sprawie protestujący domagali się usunięcia Darskiego z programu, co, jeśliby się udało, miało dowieść niekompetencji prezesa TVP i z kolei pociągnąć za sobą jego ewentualną rezygnację lub dymisję. Protestujący uwydatniali nie tylko błędy w zarządzaniu, ale także negatywne cechy charakteru prezesa Brauna. Na przykład Anna Sobecka (PiS) twierdziła, że traktuje on publiczne przedsiębiorstwo jak „prywatny folwark” („traktujecie państwo media publiczne jak prywatny folwark”), nad którym nie ma kontroli („pan nad tym nie panuje”) i płaci sataniście honorarium z abonamentu płaconego co miesiąc przez Polaków, tj. katolików (SOBECKA, 2011: 9). Utrzymywano też, że zatrudniając Darskiego, Braun łamie prawo („prawo narusza [...] kierownictwo”; JUREK, 2011). Zarzucano Juliuszowi Braunowi także działanie w złej wierze. Według bp. Meringa „nie ma woli wysłuchania tysięcy ludzi” (MERING, 2011d). Wszystkie te zarzuty miały zdyskredytować Brauna i przekonać opinię publiczną o jego winie. Chociaż kilkakrotnie zapewniał on, że zaangażowanie Darskiego było błędem i współpraca z nim nie będzie kontynuowana, niektórzy z protestujących przyznali nawet, że protest zakończył się porażką: „Tę bitwę z Nergalem przegraliśmy...”, co wskazuje ich rzeczywistą motywację i cel protestu (WASIUKIEWICZ, 2011).

Strategie perswazyjne w protestach religijnych i politycznych

W dyskursach ujawnionych w protestach religijnych i politycznych zastosowano zróżnicowane mechanizmy perswazyjne, takie jak (1) *emocjonalizacja odbioru*, (2) *odbiór bezalternatywny*, (3) *symplifikacja rozkładu wartości* i wreszcie (4) *wspólnota świata i języka* (BARAŃCZAK, 1975). Zostaną one teraz krótko omówione.

Emocjonalizacja odbioru została zrealizowana w dyskursie protestujących głównie przez wykorzystanie nacechowanych afektywnie leksemów, które m.in. dobitnie demonizowały Darskiego (MOORE, 2014). Nazywano go np. „praktykującym satanistą” (Katolickie Stowarzyszenie Dziennikarzy, abp. Głódź), „zdeklarowanym satanistą” (Akcja Katolicka Archidiecezji Częstochowskiej), „wrogiem chrześcijańskich wartości” (Katolickie Stowarzyszenie Dziennikarzy) czy też twierdzono, że jest „znany [...] z [...] krzewienia nienawiści wobec Kościoła katolickiego” (Polska Federacja Ruchów Obrony Życia) (KWIATKOWSKA, 2011; GŁÓDŹ, 2011; KARCZ i in., 2011; WOSICKI, SZYMAŃSKI, 2011).

Wykorzystano mechanizm odbioru bezalternatywnego, w którym

na każdym z poszczególnych etapów procesu odbioru i na każdym „piętrze” tego odbioru — od warstwy językowej po światopoglądowe uogólnienia — chwyt perswazyjne tak sterują odbiorcą, aby w każdym momencie miał on przed sobą tylko jedno w istocie wyjście: bez alternatywy i bez konieczności wyboru.

BARAŃCZAK, 1975: 53

Tego rodzaju bezalternatywny odbiór został osiągnięty przez protestujących przez użycie różnych par binarnych i zmiany kontekstu. Nergal jest np. szatanem a protagoniści są (z) Bogiem: „zobaczymy, czy Szatan zwycięży w drugiej instancji” (Ryszard Nowak), Nergal jest „wyznawcą Szatana”, a my jesteśmy „wyznawcami Chrystusa” (bp Kaszak), „to nie Nergal jest dzisiaj zagrożony, to Chrystus w naszych sercach jest zagrożony, Bóg to jest Bóg, a Szatan to jest Szatan. My nie możemy wybierać tych, którzy będą sztydzić z Chrystusa” (bp Mering) (GÓRLIKOWSKI, 2011; KASZAK, 2011; MERING, 2011e). Nawet jeśli wygląda to jak logiczna alternatywa, odbiorca nie ma w rzeczywistości żadnego wyboru i w ten sposób zostaje zwolniony z podejmowania decyzji.

Symplifikacja rozkładu wartości może być postrzegana jako zbieżna z tabloidyzacją. Drugi z tych terminów rozumiem tutaj jako trend w dziennikarstwie „w kierunku wartości charakterystycznych dla prasy brukowej, (który) można utożsamić z personalizacją i pogonią za sensacją, a także z cechami językowymi, poprzez które te wartości są reprezentowane” (LEFKOWITZ, 2016: 2), „uproszczeniem” i „urozrywkowaniem” (*entertainization*) dyskursu prasowego (ÖRNEBRING, JÖNSSON: 2004: 284; RANTANEN, 2012: 146—147; VAN DEN BULCK et al., 2016: 4).

Cechą wspólną tych mechanizmów jest to, że zostały użyte do eliminacji informacji niespójnych z zamierzonym obrazem. W analizowanym przypadku przykładami tego rodzaju eliminowanych przekazów są: „Nergal [...] nie jest satanistą, [...] odgrywa szatana [...] moim zdaniem to jest jasełkowy szatan” (BONIECKI, 2011b, 2011c) czy „nawet jeśli w dużej mierze jest to plastikowy pseudosatanizm, sceniczna poza” (BRZEZIŃSKA, 2011). Innym przykładem symplifikacji rozkładu wartości może być nieprzyjmowanie pewnych faktów, na przykład tego, że Darski jako osoba ochrzczona jest członkiem Kościoła, tego, że dopuszczono go do roli ojca chrzestnego jego bratanka czy wreszcie tego, że wyrok Sądu Rejonowego w Gdyni z 18 sierpnia 2011 roku uwolnił Darskiego od zarzutu obrazy uczuć religijnych (DARSKI, 2011a; TVN24, 2011). Apostazja Darskiego miała miejsce dopiero kilka miesięcy po przedstawianych tu wydarzeniach, 18 czerwca 2012 roku (DARSKI i in., 2012).

Inne środki retoryczne zastosowane do symplifikacji rozkładu wartości to metonimie, przesunięcia znaczeniowe i zmiana kontekstu. Na przykład w jednym z wywiadów polityk Sławomir Nowak (Platforma Obywatelska) określił Darskiego slangowym słowem *ziomal*, które, w zależności od kontekstu, może mieć znaczenie pozytywne lub pejoratywne (oznaczając mniej więcej „rodaka”, „pobratymca” „krajana”, ale także „kolesia”, „kumpla”, „kolegę” czy „bracha”), w znaczeniu osoby pochodzącej z tych samej miejscowości lub stron albo kogoś, kogo znamy albo lubimy (NOWAK, 2011). Nieco później, odnosząc się do tego oświadczenia, inny polityk, Tomasz Nałęcz (Socjaldemokracja Polska), użył podobnego słowa *krajan* (NAŁĘCZ, 2011). Słowa polityków zostały zinterpretowane jako „przyjaciół”, co wywołało wobec nich obiekcje; oponenci przedstawiali ich jako „flirtujących z satanistami” (TERLIKOWSKI, 2011). Media prawicowe zaczęły publikować teksty o sojuszu liberałów, lewicy i satanizmu, co akcentowało zasadniczą polityczną opozycję *my vs. oni* (PUSTKOWIAK, 2011). Innymi przykładami podobnych opozycji są: chrześcijaństwo vs. satanizm, prawica vs. lewica, Prawo i Sprawiedliwość vs. Platforma Obywatelska, Telewizja Polska vs. Telewizja Trwam, „chrześcijanie moherowi” vs. „chrześcijanie zacządzeni” czy większość vs. mniejszość.

Po czwarte, mechanizm wspólnoty świata i języka w analizowanych wydarzeniach przejawiał się w zastosowanych mechanizmach wykluczenia z dyskursu. Darski, ks. Boniecki i oponenci polityczni zostali wykluczeni z dyskursu publicznego i religijnego. W tym dyskursywnym zmaganiu użyto rozpowszechnionej, chociaż potocznej interpretacji słów Jezusa z Kazania na Górze: „Niech wasza mowa będzie: Tak, tak; nie, nie. A co nadto jest, od Złego pochodzi” (JANKOWSKI, 1987: Mt 5,37). Werset ten jest przywoływany w pompatycznych, silnie nacechowanych afektywnie tekstach religijnych. Słowa „tak—tak” i „nie—nie” są często interpretowane jako wezwanie do uproszczenia dyskursu chrześcijańskiego, potwierdzenie materializacji zabsolutyzowanej opozycji Dobro vs. Zło, wezwanie do przejrzystości, jednoznaczności i radykalizmu (np. RYDZYK,

2002; STOPKA, 2010; czy przebój dziecięcego zespołu Arka Noego — *Tak to tak a nie to nie*: ARKA NOEGO, 2009). W związku z tym podejścia bardziej zrównoważone i złożone utożsamiane są z nieakceptowalnym relatywizmem moralnym. W tym właśnie znaczeniu słowa te zostały użyte przez bp. Meringa, który skrytykował opinię ks. Bonieckiego w sprawie udziału Darskiego w *The Voice of Poland*: „Trzeba nam zatem trzymać się pouczenia Jezusa: wasza mowa niech będzie «tak — tak, nie — nie», a co nadto jest, od złego pochodzi. Nie możemy rozmyślać prawdy” (MERING, 2011f). Albo w innym miejscu: „«Ani jedna Jota» nie może być zmieniona w Ewangelii, a nasze wypowiedzi powinny być: «Tak, tak — nie, nie!»” (MERING, 2011c).

Interpretacja ta pomija jednak właściwy kontekst tego wersetu, tj. Mt 5,33—5,37, i w ten sposób zmienia jego właściwe znaczenie. W istocie ustęp ten odnosi się do drugiego przykazania, które zabrania nadużywania imienia Bożego, a także do ósmego, które zabrania fałszywego świadectwa. *Biblia Tysiąclecia* (JANKOWSKI, 1987: 1129, 1375), zarówno Mt 5,33—37, jak i Jk 5,12, odnosi do Wj 20,7; Kpł 19,12; Lb 30,3 i Pwt 5,11. Aparat krytyczny *The Greek New Testament* (ALAND et al., 1988: 15, 789) wymienia także Pwt 23,22; Iz 66,11; Mt 23,22; Dz 7,40 i Ps 48,2, które dotyczą przysięgi (ślubu). Do Mt 5,37 odnoszą ponadto 2 Kor 1,17 i Jk 5,12, zestawiane z „*vaì vaì, oũ oũ*” („tak tak, nie nie”). Drugie i ósme przykazanie stanowią także odniesienie dla *Katechizmu Kościoła katolickiego* (JAN PAWEŁ II, 1994 = KKK) nr 518—522, 591—601. KKK, 2142—2167 i KKK, 2464—2513 zalecają „powściągliwość w powoływaniu się na Boga” (KKK, 2153).

Według abp. Życińskiego popularność „radykalnej” i „czarno-białej” interpretacji tego fragmentu pochodzi z jednej strony z odrzuconego przez chrześcijaństwo manichejskiego dualizmu, a z drugiej z radykalnych antytez marksizmu:

Można obawiać się, że nauczanie Chalcedonu zostało dziś zarzucone przez środowiska, które widzą we współczesnej kulturze przede wszystkim walkę absolutnego dobra z absolutnym złem. Po co wysilać się, by poszukiwać ukrytej jedności, gdy wystarczy przyjąć, że istnieje tylko jeden rodzaj dobra, rozdzielanego w dodatku z klucza partyjnego.

ŻYCIŃSKI, 2010

Z biegiem czasu uproszczona interpretacja tego wersetu została zaadoptowana jako kryterium ewaluacyjne dyskursu religijnego, którego zaczęto używać do wykluczania z tej wspólnoty dyskursu ludzi, którzy prezentują odmienne opinie. Dlatego też traktowani są jako przeciwnicy w dyskursie. Tego rodzaju praktyka stoi jednak w wyraźnej sprzeczności zarówno z przyjętymi przez Kościół zasadami komunikacji społecznej „uważanej przede wszystkim za dialog, wymianę i solidarność oraz tworzenie pozytywnych relacji” i chrześcijańskim

stylem komunikowania, który przyjmuje „formę komunikacji szczerzej i otwartej, odpowiedzialnej i szanującej innych”, a także przejawia się „w sposobie przekazywania, wyborów, preferencji i osądów, które powinny być w pełni zgodne z Ewangelią, nawet jeśli wprost o niej nie mówią” (BENEDYKT, XVI 2011).

W kategoriach sytuacyjnej teorii otoczeń (*situational theory of publics*) GRUNIGA (1997, 2013) omówiony wyżej proces można postrzegać jako aktywowanie otoczenia *ukrytego* (*latent public*), tak by stało się *świadome* (*aware public*); w kategoriach HALLAHANA (2000) — *aktywowaniem* (*activating*) vs. *pobudzeniem* (*arousal*) otoczeń; w kategoriach SMITHA (2017) — *aktywowaniem otoczeń ukrytych* (*latent*) vs. *apatycznych* (*apathetic*) vs. *świadomych* (*aware*). Ujmując rzecz ogólnie, koncepcje te korespondują z podstawową antytezą *przyjaciół* vs. *wróg* albo bardziej złożoną rozróżniającą *innego*, *nieznajomego*, *odmiennego* i *obcego*, tak jak ujął to Carl SCHMITT (2000: 199—209). Zgodnie z tym modelem:

Psychologicznie wróg łatwo utożsamiany jest z tym, co złe i odpychające, każda bowiem różnica i każda jedność (przede wszystkim różnica i jedność polityczna jako najsilniejsze i najbardziej intensywne formy odrębności i związku) opiera się między innymi na użytecznym wykorzystaniu przeciwieństw o zasadniczym znaczeniu dla innych dziedzin życia. Nie narusza to w niczym ich autonomii. Dlatego to, co jest moralnie złe, estetycznie odpychające lub ekonomicznie szkodliwe, wcale nie musi być wrogiem w sensie politycznym.

SCHMITT, 2000: 19

Pierwszy element tego modelu (traktowanie wroga jako zła) widoczny jest w dyskursie demonizującym Darskiego i innych politycznych oponentów, podczas gdy drugi element (kto jest przyjacielem?) widać w sposobie użycia kategorii politycznej jako nadrzędnego kryterium włączającego lub wykluczającego innych z grona przyjaciół. W tym przypadku „przyjaciel” nie musi być współwyznawcą (np. ks. Boniecki, „zaczadzeni chrześcijanie” etc.).

Analizowany przypadek odsłonił także zmaganie między politycznym i religijnym dyskursem w ogólności. Dyskurs religijny stał się funkcją dyskursu politycznego: pierwszy z nich uzasadnia i ugruntowuje drugi, a w rezultacie przekonuje społeczeństwo do głosowania na sugerowaną partię. Przykład tego rodzaju podporządkowania daje konserwatywny portal Fronda.pl, który własną inicjatywę modlitwy za Nergala określił jako „alternatywną”, w odróżnieniu od podejmowanych przez aktywistów „głównego nurtu” działań o charakterze politycznym (BRZEZIŃSKA, 2011). Również niektóre wystąpienia biskupów (np. bp. Meringa, abp. Głodzia, abp. Michalika) ze względu na jurysdykcję kanoniczną nie mogą być rozpatrywane jako oficjalne stanowisko Kościoła rzymskokatolickiego w Polsce. Wyjątek stanowią powściągliwe wypowiedzi Konferencji Episkopatu Polski i oględne uwagi jej rzecznika, ks. dr. Józefa Klocha (MICHALIK, 2011; KLOCH, 2011). O ile niektóre z tych komunikatów mogą być rozpatrywane jako

przekazy skierowane w komunikacji religijnej do „własnych” diecezjan, o tyle w większości miały one charakter polityczny.

Opisane napięcie i zmaganie pomiędzy polityką i religią mogą być także rozpatrywane jako formowanie nowego *dyskursu węzłowego* (*nodal discourse*; FAIRCLOUGH, 2005: 81). Termin ten odnosi się do szczególnego rodzaju dyskursu, który wyobraża, operacjonalizuje i aktualizuje nowy polityczno-społeczno-religijny porządek/ustawienie. Innymi słowy, jest to proces skupiania, wyrażania, upraszczania i zagęszczania innych dyskursów. W wyniku tego procesu pewne dyskursy zostają zdominowane albo zhegemonizowane przez inne.

Tworzenie rozgłosu i komunikacja wirusowa

Trzeci proces komunikacyjny występujący w omawianych wydarzeniach jest natury wirusowej i w tym przypadku służył do pozycjonowania aktorów społecznych (szczególnie Darskiego i bp. Meringa) w ich otoczeniach. W przypadku Nergala, tak jak w trakcie *skandalizacji/shockvertisingu* i ich *amplifikacji* w ramach kampanii promującej *The Voice of Poland*, rozgłos przyczynił się do przyciągnięcia jego docelowej publiczności z publiczności ogólnej, a także wzmocnienia tego pozycji wśród fanów. W przypadku bp. Meringa rozgłos pozycjonował go w ramach jednej z grup w łonie polskiego episkopatu. Potwierdzają to podobne oświadczenia innych hierarchów (np. abp. Głódzia). Zamierzoną odpowiedzią ich sieci społecznych była wirusowa replikacja (np. cytowanie nazwisk protagonistów). Sama tylko liczba związanych z tym medialnych publikacji dowodzi skuteczności tej taktyki. Jak się wydaje, aktorzy społeczni zdawali sobie z tego sprawę. Na przykład, bp Mering komentował później:

Doniesiono mi, że sam Nergal dziękował za reklamę, jaką mu zrobiłem. Uważam jednak, że ta „reklama” zawsze działa w obie strony. Być może dzięki mojej reakcji bardzo wielu ludzi dowiedziało się o Nergalu, ale też wielu zorientowało się, kim on jest. Wszyscy już wiedzą, że ogromna część społeczeństwa katolickiego nie życzy sobie w sferze publicznej takich zachowań, jak zachowania Nergala. Można zatem powiedzieć, że i Nergal zrobił katolikom reklamę.

MERING, 2011g

Nergal także uważał, że „tabloidowe kłamstwa i ujadanie [...] nawiedzonych adwersarzy” przyczyniły się do jego promocji. Na przykład, we właściwy sobie sposób, słowami „Kościół znuff mnie wspiera, za co dziękuję bardzo” Nergal skomentował wydanie nowej książki ks. Aleksandra Posackiego SJ pt. *Jak prze-*

ciwstawiać się złu? *Demonologia na dzisiejsze czasy*, której część poświęcona jest właśnie jego osobie (DARSKI, 2011b: 41; POSACKI, 2011). Co ciekawe, podobnie widziała to też Fronda: Jesteśmy „również świadomi, że kolejne bojkoty to darmowa reklama dla Nergala i jego poglądów” (BRZEZIŃSKA, 2011). Również zdaniem ks. Bonieckiego to Darski jest jedyną osobą, która z tej sytuacji odnosi korzyści: „Rozdmuchiwanie tej sprawy może przynieść protestującym skutek odwrotny od zamierzonego” (BONIECKI, 2011d, 2011e).

Wnioski

Studium skandalu wywołanego udziałem Nergala w *The Voice of Poland* pokazało, w jaki sposób dyskurs polityczny hegemonizuje dyskurs religijny. Dostrzeżone napięcia i zmagania pomiędzy różnymi aktorami społecznymi ukazały proces formowania nowego dyskursu węzłowego, który w nowym porządku wyraża, zagęszcza, skupia i upraszcza rozmaite wątki polityczne, społeczne i religijne. Skandalizacja i różnorodne mechanizmy perswazyjne, jak również polityczna kategoria *wroga* były w tym procesie intensywnie wykorzystywane. Okazało się, że stosowanie rozgłosu, aktywizmu i propagandy na styku polityki, religii i mediów masowych może wywołać w Polsce duże reperkusje społeczne. Metonimie, przesunięcia znaczeniowe, zmiany kontekstu, hiperbolizacja i uogólnienia również wykorzystywano do wyparcia religijnej kategorii *blźniego* przez polityczną kategorię *wroga*. Zidentyfikowane przemieszczenia języka religijnego w kierunku języka politycznego mogą oddziaływać na przesłanie i misję Kościoła, prowadząc do ich zakłócenia i uproszczenia (tabloidyacji).

Literatura

Opracowania naukowe

- BARAŃCZAK S., 1975: *Słowo — perswazja — kultura masowa*. „Twórczość”, nr 7, s. 44—59.
- COOMBS W.T., HOLLADAY S.J., 2014: *It's not just PR: public relations in society*. Chichester.
- DAHL D.W., FRANKENBERGER K.D., MANCHANDA R.V., 2003: *Does it pay to shock? Reactions to shocking and nonshocking advertising content among university students*. „Journal of Advertising Research”. Vol. 43(3), s. 268—280.

- FAIRCLOUGH N., 2005: *Critical discourse analysis*. „Marges Linguistiques”, no. 9, s. 76—94.
- FAIRCLOUGH N., 2003: *Analysing Discourse: Textual analysis for social research*. London.
- GERRING J., 2007: *Case Study Research: Principles and Practices*. Cambridge.
- GRUNIG J.E., 2013: *Situational theory of publics*. In: *Encyclopedia of public relations*. Vol. 2. Ed. R.L. HEATH. Los Angeles—London—New Delhi—Singapore—Washington DC, s. 834—836.
- GRUNIG J.E., 1997: *A situational theory of publics: Conceptual history, recent challenges, and new research*. In: *Public relations research: An international perspective*. Eds. D. MOSS, T. MCMANUS, D. VERČIČ. London—Boston, s. 3—46.
- GRUNIG J.E., HUNT T., 1984: *Managing public relations*. New York.
- HALLAHAN K., 2000: *Inactive Publics: The Forgotten Publics in Public Relations*. „Public Relations Review”, no. 26(4), s. 499—515.
- JENKINS H., 2006: *Convergence culture: where old and new media collide*. New York—London.
- JORDAN M., 2004: *Dictionary of Gods and Goddesses*. New York.
- KEPPLINGER H.M., 2008: *Mechanizmy skandalizacji w mediach*. Tłum. A. KOŻUCH. Kraków.
- LANDOW G.P., 2006: *Hypertext 3.0: Critical theory and new media in an era of globalization*. Baltimore.
- LEFKOWITZ J., 2016: „Tabloidization” or Dual-Convergence. „Journalism Studies”, no. 19(3), s. 353—375; DOI: 10.1080/1461670X.2016.1190662 [dostęp: 17.04.2018].
- MOORE R.L., 2014: *Affect-marked Lexemes and Their Relational Model Correlates*. „Language and Communication Quarterly”, no. 3(2), s. 1—19.
- ÖRNEBRING H., JÖNSSON A.M., 2004: *Tabloid Journalism and the Public Sphere: A Historical Perspective on Tabloid Journalism*. „Journalism Studies”, no. 5(3), s. 283—295.
- PARRY S., JONES R., STERN P., ROBINSON M., 2013: „Shockvertising”: *An exploratory investigation into attitudinal variations and emotional reactions to shock advertising*. „Journal of Consumer Behaviour”, no. 12(2), s. 112—121.
- RANTANEN T., 2012: *In nationalism we trust? In: Aftermath: The cultures of the economic crisis*. Eds. M. CASTELLS, J. CARAÇA, G. CARDUSO. Oxford, s. 132—153.
- SCHMITT C., 2000: *Pojęcie polityczności*. W: C. SCHMITT: *Teologia polityczna i inne pisma*. Tłum. M.A. CICHOCKI. Kraków, s. 191—250.
- SMITH R.D., 2017: *Strategic planning for public relations*. New York.
- STACKS D.W., 2013: *Case study*. In: *Encyclopedia of public relations*. Vol. 2. Ed. R.L. HEATH. Los Angeles—London—New Delhi—Singapore—Washington DC, s. 98—100.
- STACKS D.W., 2011: *Primer of public relations research*. New York—London.
- VAN DEN BULCK H., PAULUSSEN S., BELS A., 2017: *Celebrity news as hybrid journalism: An assessment of celebrity coverage in Flemish newspapers and magazines*. „Journalism”, no. 18 (1), s. 44—63.
- VILPPONEN A., WINTER S., SUNDQVIST S., 2006: *Electronic word-of-mouth in online environments: exploring referral network structure and adoption behavior*. „Journal of Interactive Advertising”, no. 6(2), s. 63—77.
- WARZECHA A., 2017: *Shockvertising, scandalization and viral communication in discursive struggle: Nergal in The Voice of Poland*. In: *Discourse Studies: ways and crossroads*.

- Insights into cultural, diachronic and generic issues in the discipline.* Eds. K. BROŚ, G. KOWALSKI. Berlin, s. 323—345.
- WARZECHA A., 2014: *Krytyczna Analiza Dyskursu (KAD) w ujęciu Normana Fairclougha. Zarys problematyki.* „Konteksty Kultury”, nr 11(2), 164—189.
- WARZECHA A., 2013: *Działania public relations Kościoła katolickiego w Polsce z perspektywy Krytycznej Analizy Dyskursu.* Rozprawa doktorska napisana pod kierunkiem prof. dr. hab. UŚ Jacka Warchali, Katowice.
- WARZECHA A., 2012: *Krytyczna Analiza Dyskursu w public relations (koncepcja badania).* „Konteksty Kultury”, nr 9, s. 189—205.

Źródła

- ALAND K., BLACK M., MARTINI C.M., METZGER B.M., WIKGREN A., eds., 1988: *The Greek New Testament.* Stuttgart.
- ARKA NOEGO, 2009: *Tak to tak!* https://www.youtube.com/watch?v=_c0aLoNskO0&feature=youtu.be [dostęp: 18.04.2018].
- BEHEMOTH, 2014: www.behemoth.pl [dostęp: 17.04.2018].
- BEHEMOTH, 2010: *Nergal Bible Bash. Evangelia Heretika DVD;* <https://www.youtube.com/watch?v=y1ly0WK-qqs> [dostęp: 17.04.2018].
- BEHEMOTH, 2009: *Behemoth na wspólnej trasie z Marilyn Manson i Slayer!* http://www.behemoth.pl/site/index.php/pol#archiwum_news2009 [dostęp: 17.04.2018].
- BENEDYKT XVI, 2011: *Prawda, przepowiadanie i autentyczność. Orędzie na 45. Światowy Dzień Środków Społecznego Przekazu.* Watykan; <https://ekai.pl/dokumenty/oredzie-ojca-swietego-na-45-dzien-srodkow-spolecznego-przekazu-24-stycznia-2011> [dostęp: 17.04.2018].
- BILLBOARD, 2018: <https://www.billboard.com/music/behemoth> [dostęp: 17.04.2018].
- CMU, 2009: *Metal Hammer Golden Gods nominations announced;* <http://www.completemusicupdate.com/article/metal-hammer-golden-gods-nominations-announced> [dostęp: 17.04.2018].
- BONIECKI A., 2011a: *Czy protest to najlepsza forma wyrażania poglądów.* „Rozmównica” Religia.tv; <http://wideo.onet.pl/religia-czy-protest-to-najlepsza-forma-wyrazania-pogladow,26468,w.html> [dostęp: 17.11.2016].
- BONIECKI A., 2011b: *Z ks. Adamem Bonieckim rozmawia Beata Tadla.* „Fakty po Faktach”. TVN24, 17.09.2011; <http://fakty.tvn24.pl/ogladaj-online,60/fakty-po-faktach,184613.html> [dostęp: 17.04.2018].
- BONIECKI A., 2011c: *gazeta_boniecki_nergal_17_12_11;* http://video.gazeta.pl/9/10834/187667_gazeta_boniecki_nergal_17_12_11.mp4 [dostęp: 17.04.2018].
- BONIECKI A., 2011d: *Ks. Adam Boniecki odpowiada bp. Wiesławowi Meringowi;* <https://www.tygodnikpowszechny.pl/ks-adam-boniecki-odpowiada-bp-wieslawowi-meringowi-140374> [dostęp: 18.04.2018].
- BONIECKI A., 2011e: *Kraków: kardynał Dziwisz piętnuje Nergala;* <http://www.gazeta-krakowska.pl/artykul/451199,krakow-kardynal-dziwisz-pietnuje-nergala,id,t.html> [dostęp: 17.04.2018].

- BRAUN J., 2011: *Niezatytułowana wypowiedź*. W: *Biuletyn z posiedzenia Komisji Kultury Środków Przekazu*. Nr 180. 5472 18.08.2011. Kancelaria Sejmu. Warszawa, s. 3—22; [http://orka.sejm.gov.pl/Biuletyn.nsf/0/A6CF8E08AFBD3C4CC12578F8004C27D9/\\$file/0547206.pdf](http://orka.sejm.gov.pl/Biuletyn.nsf/0/A6CF8E08AFBD3C4CC12578F8004C27D9/$file/0547206.pdf) [dostęp: 17.04.2018].
- BRZEZIŃSKA M., 2011: *Fronda modli się za Nergala i jego fanów*; <http://www.fronda.pl/a/fronda-modli-sie-za-nergala-i-jego-fanow,14491.html> [dostęp: 17.04.2018].
- DARSKI A., 2011a: *Nergal: „Polacy to waleczni głupcy”*. *Rozmawiała Magdalena Rigmonti*; <http://www.newsweek.pl/polska/nergal--polacy-to-waleczni-glupcy,81912,1,1.html> [dostęp: 17.04.2018].
- DARSKI A., 2011b: *Nergal dziękuje Kościołowi*. Rozmowę przeprowadził P. Najsztub. „Wprost”, nr 50(1505), s. 38—42.
- DARSKI A., WELTROWSKI P., AZAREWICZ K., 2012: *Spowiedź heretyka. Sacrum profanum*. Warszawa.
- DARSKI A., 2002: *Interview by AnneMarie Bowman*; <http://www.behemoth.pl/site/interviews/metalmaniacs.html> [dostęp: 17.04.2018].
- DZIWIŚ S., 2011: *Nie możemy milczeć, gdy rwie się Pismo Święte*; <https://ekai.pl/nie-mozemy-milczec-gdy-rwie-sie-pismo-swiete> [dostęp: 17.04.2018].
- EZKHYPOCRITE, 2009: *Behemoth — Christgrinding Avenue_Live. 7. Behemoth — Christgrinding Avenue — Live at Hovefestivalen, Norway 26-06-2008*; https://www.youtube.com/watch?v=S21-0F_KpqQ [dostęp: 17.04.2018].
- FAKT, 2011: *Nergal nie jest już z Dodą. To koniec!* <http://www.fakt.pl/kobieta/plotki/nergal-nie-jest-juz-z-doda-to-koniec/pd50vpn> [dostęp: 17.04.2018].
- GAZETA ŚWIĘTOJAŃSKA, 2007a: *Piekło w Gdyni — pełna relacja*; <http://www.gazetaswietojańska.org/index.php?id=2&t=1&page=913> [dostęp: 17.04.2018].
- GAZETA ŚWIĘTOJAŃSKA, 2007b: *Behemoth w Gdyni, Ucho 13 września 2007 HQ Lepsza jakość*; https://www.youtube.com/watch?v=i2t9NWbai_k [dostęp: 17.04.2018].
- GAZETA ŚWIĘTOJAŃSKA, 2007c: *Piekło w Gdyni — suplement „bluźnierczy”*; <http://www.gazetaswietojańska.org/index.php?id=2&t=1&page=919> [dostęp: 17.04.2018].
- GŁÓDŹ S., 2011: *List abp. Sławoja Leszka Głódzia, Przewodniczącego Rady ds. Środków Społecznego Przekazu Konferencji Episkopatu Polski do Juliusza Brauna, Prezesa Zarządu Spółki Telewizja Polska*; <https://ekai.pl/abp-glodz-oburzony-promowaniem-nergala-w-tvp> [dostęp: 17.04.2018].
- GÓRLIKOWSKI M., 2011: *Sprawa Nergala, czyli czy szatan zwycięży w II instancji*; http://trojmiasto.wyborcza.pl/trojmiasto/1,35612,10375418,Sprawa_Nergala_czy_li_czy_szatan_zwyciezy_w_II_instancji.html [dostęp: 17.04.2018].
- INTERIA, 2011: *W nowym show oceniają uczestników, nie widząc ich!* <http://muzyka.interia.pl/pop/news-w-nowym-show-oceniaja-uczestnikow-nie-widzac-ich,nId,1652080> [dostęp: 17.04.2018].
- JANKOWSKI A., red. 1987: *Biblia Tysiąclecia. Pismo Święte Starego i Nowego Testamentu w przekładzie z języków oryginalnych*. Poznań—Warszawa.
- JAN PAWEŁ II, 1994: *Katechizm Kościoła katolickiego*. Poznań (KKK).
- JUREK M., 2011: *Oświadczenie Prawicy Rzeczypospolitej. 12 września 2011*; <https://ekai.pl/prawica-rp-dziekuje-biskupom> [dostęp: 17.04.2018].
- KANIAK M., 2010: *Behemoth: Evangelia Heretyka*; http://kinoplay.pl/behemoth_evangelia_heretyka,72,390.html [dostęp: 17.04.2018].

- KARCZ B., PIETRASZEK A., WYROSTKIEWICZ R.W., PIWAR A., WASIUKIEWICZ J., 2011: *KSD przeciwko promocji satanizmu w TVP*; <http://ksd.media.pl/component/content/article/1-news/393-ksd-protestuje-wobec-promocji-satanizmu-w-tvp> [dostęp: 17.04.2018].
- KARCZ B., 2011: *Prezes KSD odpowiada prezesowi TVP!* <http://ksd.media.pl/aktualnosci/403prezes-ksd-odpowiada-prezesowi-tvp> [dostęp: 17.04.2018].
- KASZAK G., 2011: *Bp Kaszak do księży: nie wolno nam milczeć, gdy atakuje Zło*; <https://ekai.pl/bp-kaszak-do-ksiezy-nie-wolno-nam-milczec-gdy-atakuje-zlo> [dostęp: 17.04.2018].
- KLOCH J., 2011: *Reakcja biskupów nie jest przesadzona*; <https://ekai.pl/reakcja-biskupow-nie-jest-przesadzona> [dostęp: 17.04.2018].
- KOWALIK H., 2011: *W sprawie Adama Darskiego*; http://www.radaetykimediow.pl/index.php?option=com_content&view=article&id=207:w-sprawie-adama-darskiego-&catid=33:nasze-stanowisko&Itemid=40 [dostęp: 17.04.2018].
- KWIATKOWSKA A., 2011: *List Rady Diecezjalnego Instytutu Akcji Katolickiej Archidiecezji Częstochowskiej do Prezesa TVP Juliusza Brauna*; <https://ekai.pl/akcja-katolicka-archidiecezji-czestochowskiej-protestuje-przeciw-obecnosci-nergala-w-tvp> [dostęp: 17.04.2018].
- LIQUIDALLOY, 2007: *Behemoth — Bible Ripping. Behemoth @ Irving Plaza 11-18-07 Ripping a bible apart*; <https://www.youtube.com/watch?v=WCDtrGL76jo> [dostęp: 17.04.2018].
- MERING W., 2011a: *Odezwa do Braci Prezbiterów i Wiernych Świeckich diecezji wrocławskiej w sprawie sprzeciwu wobec promocji satanizmu w Telewizji Polskiej*; <http://ksd.media.pl/component/content/article/1-news/397-bp-mering-popar-petycj-ksd> [dostęp: 17.04.2018].
- MERING W., 2011b: *List bp. Wiesława A. Meringa, Przewodniczącego Rady KEP ds. Kultury i Ochrony Dziedzictwa Kulturowego do Prezesa TVP Juliusza Brauna*; <http://gosc.pl/doc/941995.Bp-Mering-To-bije-granice-przyzwoitosci> [dostęp: 17.04.2018].
- MERING W., 2011c: *List otwarty bp. Wiesława Meringa do ks. Adama Bonieckiego redaktora—seniora „Tygodnika Powszechnego”*; <http://www.diecezja.wloclawek.pl/pl/news/20,aktualnosci/265,list-otwarty-bp-wieslawa-meringa-do-ks-adama-span-style-background-fff000-boniecki-span-ego-redaktora-seniora-tygodnika-powszechnego> [dostęp: 17.11.2016].
- MERING W., 2011d: *List bp. ordynariusza Wiesława Meringa do kapłanów i wiernych Kościoła Włocławskiego w sprawie wycofania Nergala z 2 programu TVP*; <http://www.diecezja.wloclawek.pl/pl/news/20,aktualnosci/263,list-bp-ordynariusza-wieslawa-meringa-do-kaplanow-i-wiernych-swieckich-kosciola-wloclawskiego-w-sprawie-wycofania-nergala-z-2-programu-tvp> [dostęp: 17.11.2016].
- MERING W., 2011e: *Bp Mering do gimnazjalistów*; <http://www.diecezja.wloclawek.pl/pl/news/20,aktualnosci/270,bp-mering-do-gimnazjalistow-nie-bronmy-nergala-botto-nie-on-jest-dzisiaj-zagrozony-to-chrystus-w-naszych-sercach-jest-zagrozony> [dostęp: 17.11.2016].
- MERING W., 2011f: *Milczenie oznaczałoby zgodę. Z JE ks. bp. Wiesławem Meringiem, ordynariuszem wrocławskim, rozmawia Sławomir Jagodziński*; <http://www.diecezja.wloclawek.pl/pl/news/20,aktualnosci/253,milczenie-oznaczaloby-zgode-wywiad-zks-bp-wieslawem-meringiem-dla-naszego-dziennika-> [dostęp: 17.11.2016].

- MERING W., 2011g: *Nergal dziękował mi za reklamę. Z ks. bp. Wiesławem Meringiem rozmawiają Artur Sporniak i Michał Olszewski*; <https://www.tygodnikpowszechny.pl/nergal-dziekowal-mi-za-reklame-141785> [dostęp: 17.11.2016].
- METAL STORM, 2004: *Metal Storm Awards 2004*; <http://www.metalstorm.net/awards/archive.php?year=2004> [dostęp: 17.04.2018].
- MICHALIK J., 2011: *Komunikat z 356. Zebrania Plenarnego Konferencji Episkopatu Polski*; <http://episkopat.pl/komunikat-z-356-zebrania-plenarnego-konferencji-episkopatu-polski> [dostęp: 17.04.2018].
- MICHAŁOWSKI K., 2015: *SN: kasacje w sprawie „Nergala” oczywiście bezzasadne. III KK 274/14*; http://www.sn.pl/aktualnosci/SitePages/Komunikaty_o_sprawach.aspx?ItemSID=47-271e0911-7542-42c1-ba34-d1e945caefb2&ListName=Komunikaty_o_sprawach&rok=2015 [dostęp: 17.04.2018].
- NAŁĘCZ T., 2011: *Nergal to mój kraj. Nie możemy go eliminować z TVP*; http://wiadomosci.wp.pl/kat,1342,title,Nergal-to-moj-krajan-Nie-mozemy-go-eliminowac-z-TVP,wid,13794130,wiadomosc.html?ticaid=116bbe&_tictsrn=3 [dostęp: 17.11.2016].
- NOWAK S., 2011: *Nowak: Nergal mi nie przeszkadza, to mój ziomal*; <http://wiadomosci.onet.pl/tylko-w-onecie/novak-nergal-mi-nie-przeszkadza-to-moj-ziomal/mpsm6> [dostęp: 17.11.2016].
- PALLUS P., 2011a: *Show „The Voice” jesienią w TVP 2? Trwają prace (wideo)*; <http://www.wirtualnemedial.pl/artykul/show-the-voice-jesienia-w-tvp-2-trwaja-prace-wideo> [dostęp: 17.04.2018].
- PALLUS P., 2011b: *„The Voice of Poland” jesienią w TVP 2, emisja w soboty (wideo)*; <http://www.wirtualnemedial.pl/artykul/the-voice-of-poland-jesienia-w-tvp-2-emisja-w-soboty-wideo> [dostęp: 17.04.2018].
- PALLUS P., 2011c: *„The Voice of Poland” przegrał z TVN i TVP 1, 27 mln zł z reklam*; <http://www.wirtualnemedial.pl/artykul/the-voice-of-poland-przegral-z-tvn-i-tvp-1-27-mln-zl-z-reklam> [dostęp: 17.04.2018].
- POSACKI A., 2011: *Jak przeciwstawiać się złu? Demonologia na dzisiejsze czasy*. Kraków. Postanowienie Prezydenta Rzeczypospolitej Polskiej z dnia 4 sierpnia 2011 r. w sprawie zarządzenia wyborów do Sejmu Rzeczypospolitej Polskiej i do Senatu Rzeczypospolitej Polskiej. DzU z 2011, nr 162, poz. 978.
- PRZECISZEWSKI M., 2011: *List Marcina Przeciszewskiego, Prezesa Katolickiej Agencji Informacyjnej do Juliusza Brauna, Prezesa TVP*; <https://ekai.pl/apeluje-o-rezygnacje-z-uslug-nergala> [dostęp: 17.04.2018].
- PRZEKRÓJ, 2009: *„To nie fenomen, to cud!”*; <http://muzyka.interia.pl/metal/news-to-nie-fenomen-to-cud,nId,1640974> [dostęp: 17.04.2018].
- PUSTKOWIAK G., 2011: *Sojusz liberalizmu, lewicy, ks. Bonieckiego i satanizmu*; <http://www.fronda.pl/blogi/na-szancach-sw-trojcy/sojusz-liberalizmu-lewicy-ks-bonieckiego-i-satanizmu,22714.html> [dostęp: 17.04.2018].
- RYDZYK T., 2002: *Tak — tak. nie — nie*. Warszawa.
- SOBECKA A., 2011: *Niezatytułowana wypowiedź*. W: *Biuletyn z posiedzenia Komisji Kultury i Środków Przekazu*. Nr 180. 5472 18.08.2011. Kancelaria Sejmu. Warszawa, 8—22; [http://orka.sejm.gov.pl/Biuletyn.nsf/0/A6CF8E08AFBD3C4CC12578F8004C27D9/\\$file/0547206.pdf](http://orka.sejm.gov.pl/Biuletyn.nsf/0/A6CF8E08AFBD3C4CC12578F8004C27D9/$file/0547206.pdf) [dostęp: 17.04.2018].
- STOPKA A., 2010: *Tak, tak, nie, nie*; <http://info.wiara.pl/doc/555920.tak-tak-nie-nie> [dostęp: 17.04.2018].

- TERLIKOWSKI T., 2011: *Terlikowski: Czy prezydent Komorowski chce mieć takich ziomali?* <http://www.fronda.pl/a/terlikowski-czy-prezydent-komorowski-chce-miec-takich-ziomali,14465.html> [dostęp: 17.04.2018].
- TOMASIK H., 2011: *Bp Tomasiak: mocniej reagujmy na profanację symboli chrześcijaństwa*; <https://ekai.pl/bp-tomasik-mocniej-reagujmy-na-profanacje-symboli-chrzes-cijanstwa> [dostęp: 17.04.2018].
- TRÓJMIASTO.PL, 2008: *Czy Behemoth obraził uczucia religijne?* <https://www.trojmiasto.pl/wiadomosci/Czy-Behemoth-obrazil-uczucia-religijne-n26713.html> [dostęp: 17.04.2018].
- TVN24, 2011: *„Nergal” niewinny. Darcie Biblii „formą sztuki”*; <https://www.tvn24.pl/wiadomosci-z-kraju,3/nergal-niewinny-darcie-biblii-forma-sztuki,181508.html> [dostęp: 17.04.2018].
- TVP INFO, 2011: *Nergal stanął przed sądem*; <http://www.tvp.info/4791511/nergal-stanal-przed-sadem> [dostęp: 17.04.2018].
- Ustawa z dnia 6 czerwca 1997 r. — Kodeks karny. DzU z 1997, nr 88, poz. 553 ze zm.
- WASIUKIEWICZ J., 2011: *Tę bitwę z Nergalem przegraliśmy...*; <http://ksd.media.pl/aktualnosci/481-wasiukiewicz-t-bitwe-z-nergalem-przeegralim> [dostęp: 17.04.2018].
- WOSICKI P., SZYMAŃSKI A., 2011: *List Polskiej Federacji Ruchów Obrony Życia do Juliusza Brauna, Prezesa Telewizji Polskiej*; http://federacjazycia.pl/pg/pl/wiadomosci/sprzeciw_wobec_promocji_nergala.html [dostęp: 17.04.2018].
- WPROST, 2011: *100 najbardziej wpływowych Polaków*. „Wprost”, nr 45(1500), 7.11.2011, s. 16—75.
- ZIĘBA S., 2013: *Nowak ponownie oskarża Nergala. Muzyk zniszczył Biblię kilkanaście razy?* <http://www.dziennikbaltycki.pl/artukul/798069,nowak-ponownie-oskarza-nergala-muzyk-zniszczył-bible-kilkanascie-razy,id,t.html> [dostęp: 17.04.2018].
- ŻYCIŃSKI J., 2010: *Chalcedon zapomniany*; <https://www.tygodnikpowszechny.pl/chalcedonzapomniany-143352> [dostęp: 17.04.2018].

Adam Warzecha

*Shockvertising, scandalization and viral communication in discursive struggle:
Nergal in The Voice of Poland*

Summary

Participation of Adam „Nergal” Darski, the leader of the death metal band Behemoth, in the television talent show *The Voice of Poland* in autumn 2011 caused a media storm and fierce public debate in Poland. This story has focused as in a lens Polish social, political and religious life. Here heavy metal intersects with the popular media and culture, controversial stage image with court trials, Nergal’s fight against leukemia with advertising, Satanism and its symbols with Christianity, political struggle during the parliamentary election campaign with religious life, freedom of speech and artistic expression with religious freedom. This paper aims to answer two fundamental questions about those events: (1) How various discourses involved

influenced each other? (2) Which communication mechanisms have been used? Methodologically I use the Critical Discourse Analysis approach of Norman FAIRCLOUGH (2003, 2005) and the case study method (GERRING, 2007; STACKS, 2011, 2013) to identify three intertwining and interacting processes of communication: (1) Nergal's *shockvertising/publicity* in the death metal niche; (2) Nergal's *shockvertising/publicity* in TVP when promoting *The Voice of Poland* to mass audience; (3) *political and religious scandalization* performed by specific activists (various political, church and religious organizations, bishops etc.).