

## **Biblia do żucia, czyli nowy sposób mówienia o religii i wierze na przykładzie tzw. designu religijnego**

W XXI wieku Kościół staje przed nowymi wyzwaniami, m.in. przed zadaniem dotarcia ze Słowem Bożym do młodej grupy odbiorców, która zdaje się zasadniczo różnić od poprzednich pokoleń wiernych. Współcześnie młodzi ludzie, dorastający w dobie wszechobecnego Internetu i innych massmediów, nastawieni są raczej na szybkie, jasne i proste przekazy, cenią też poczucie humoru w kierowanych do nich komunikatach, chcą być modni i wyróżniać się wśród swoich rówieśników. Jaki więc jest język, którym mówi się młodemu pokoleniu o Bogu? Czy jest to język sacrum czy profanum i w jakim stosunku pozostaje do tzw. języka religijnego? Rozważania na ten temat przeprowadzę na przykładzie tzw. designu religijnego.

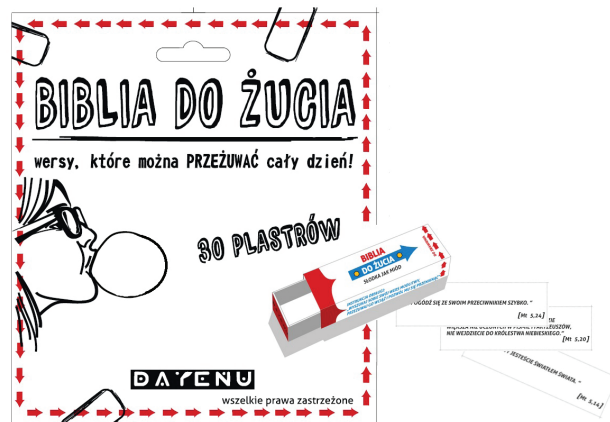
Aby odpowiedzieć na postawione pytania, przeanalizuję pod względem językowym teksty znajdujące się na tzw. designie religijnym, sprawdzę, do jakich skojarzeń i wartości się odwołują, a także jak korespondują z przedmiotem, na którym są umieszczone, a przede wszystkim w jakiej odmianie stylistycznej sytuuje się takie „mówienie o religii”.

Według Ireny Bajerowej „język religijny jest jedną z odmian języka ogólnego (...), którą wyróżniamy apriorycznie nie na zasadzie formy, lecz na zasadzie funkcji. Funkcją tę stanowi służenie tej kategorii życia społecznego, którą określamy jako życie religijne” (Bajerowa 1994: 11). Wykorzystywany jest więc (por. Bajerowa 1995: 102) do tworzenia wypowiedzi, dzięki którym człowiek może kontaktować się ze światem nadprzyrodzonym, opisu ludzkiej wizji tego świata oraz sformułowania systemu wartości i nakazów moralnych związanych z wyznawaną religią.

Język religijny nie jest wewnętrznie jednolity. Jego centrum stanowi styl ksiąg uznanych za święte, czyli styl biblijny, charakteryzujący się podniosłym, archaicznym słownictwem i frazeologią, rozbudowaną, często archaiczną składnią, paralelizmem składniowym, bogatą metaforą i symboliką. Wyróżniamy także kanoniczny język religijny, który obsługuje publiczne językowe zachowania

związane z kultem i jest właściwy np. modlitwie liturgicznej. Odmiana retoryczna języka religijnego służy głównie do nauczania (głoszenia kazań, homilii, katechez, listów pasterskich), odmianę naukową spotykamy w tekstach teologicznych, urzędową – w kościelnych dokumentach prawnych i administracyjnych, publicystyczną – w mediach, gdy mówimy o religii, a artystyczną w tekstach artystycznych takich jak np. wiersze. Tradycyjnie najbardziej oddalona od stylowego centrum języka religijnego była jego odmiana potoczna (nazywana też egzystencjalną), charakterystyczna dla tych gatunków komunikacji religijnej, dla których właściwe są bezpośrednie, prywatne relacje nadawczo-odbiorcze (np. modlitwa prywatna, świadectwo religijne, piosenka religijna, itp.). Dziś jednak – jak słusznie zauważa prof. Zdunkiewicz-Jedynak w książce *Wykłady ze stylistyki* – ta odmiana zdaje się przesuwać w kierunku centrum (por. Zdunkiewicz-Jedynak 2008: 109). Zobaczymy więc, gdzie sytuuje się sposób mówienia o religii i wierze, jaki możemy zaobserwować na tzw. designie religijnym.

Przez pojęcie tzw. designu religijnego będę rozumiała przedmioty związane w jakiś sposób z kultem, jednak niesłużące wyłącznie modlitwie. Przykładem może być Biblia do żucia<sup>1</sup>, czyli 30 wybranych wersetów z *Kazania na górze*, umieszczonych na pojedynczych, wąskich paskach papieru, przypominających listki gumy do żucia. Całość zapakowana jest w pudełeczko, które również wygląda jak opakowanie gumy do żucia.



Na nim znajduje się napis „Wersy, które można przeżuwać cały dzień”. Autorka tego hasła wykorzystała tu przenośne znaczenie leksemu *przeżuwać*, czyli ‘rozmyślać o czymś nieustannie, rozważać coś wiele razy, wracać w myślach wciąż do tego samego’ (USJP 2003, t. 3: 764). Wierny ma więc wykorzystywać

<sup>1</sup> <http://dayenu.pl/sklep/biblia-do-zucia/> (dostęp: 7.12.2015).

*lectio divina*, czyli formę modlitwy opartą na pogłębionej lekturze Pisma Świętego, znaną już w okresie patrystycznym (IV-V w.). Jeden z Ojców Pustyni, św. Jan Kasjan radził bowiem: „Wyszukaj sobie swój wers modlitwy, który został ci wpisany w serce i który będzie z niego wyrastał. Pozwól mu się przeniknąć. Powtarzaj go wciąż, by mógł się w tobie rozwinąć, jak drzewo ze swych korzeni. Przeżywaj go wciąż i zbieraj węń swoje życie”. Ponieważ Biblia do żucia podobnie jak guma do żucia jest zamknięta w poręcznym, małym opakowaniu, można ją więc mieć zawsze przy sobie – w torebce, plecaku, kieszeni. Jest idealnym towarzyszem podróży (tak ostatnio swój produkt reklamował jeden ze znanych producentów gum do żucia). Guma do żucia ma też jednak takie konotacje jak jednorazowość, krótkoterminowość, wszak jeden listek gumy żujemy tylko raz i przez krótki czas, po czym wyrzucamy. Z Biblią do żucia jest inaczej. Każdy listek można przeżywać wielokrotnie.

Ciekawą korespondencję między słowem i formą oraz interesujący sposób wykorzystania biblijnego cytatu można dostrzec także w zestawach ceramiki kuchennej<sup>2</sup>. Znajdziemy tam cytaty z Ewangelii wg św. Marka – na solniczce: „Miejsce sól w sobie”<sup>3</sup> (Mk 9,50), a na pieprzniczce: „Przyprawia was o śmierć” (Mk 13,12), gdzie wykorzystano dwa znaczenia leksemu przyprawiać: ‘dodać jakiejś przyprawy do potraw, napojów, zaprawiać je czymś’ oraz ‘stać się przyczyną czegoś, doprowadzić kogoś do jakiegoś stanu, zwykle niepożądanego’ (USJP 2003, t. 3: 807). Pierwsze znaczenie doskonale koresponduje z przeznaczeniem produktu, na którym się znajduje; drugie – prowadzi do głębszego sensu fragmentu Ewangelii o przesładowaniu uczniów. Trzecim elementem zestawu jest dzbanuszek na mleko, na którym znajdujemy cytat z 1 Listu św. Piotra: „Pragnijcie duchowego



DAYENU

<sup>2</sup> <http://dayenu.pl/sklep/zestaw-solniczka-pieprzniczka-dzbanuszek-na-mleko-promocja/> (dostęp: 7.12.2015).

<sup>3</sup> Wszystkie cytaty z Biblii za: Biblia Tysiąclecia.

mleka jak niedawno narodzone niemowlaki” (1 P 2). Słowa apostoła odnoszące się do „mleka duchowego”, którym są słowo Boże i Boża łaska, także dobrze pasują do przeznaczenia przedmiotu, na którym zostały umieszczone, czyli dzbanka do przechowywania mleka do kawy.

Zaskakuje też połączenie Angry Birds, popularnych i znanych z popkultury postaci z kreskówek dla dzieci – tu w funkcji ocieplaczy na ugotowane jajka<sup>4</sup> – ze słowami Jana Pawła II „Nie lękajcie się”, pochodzącymi z inauguracji jego pontyfikatu w 1978 r., przerebionymi na gwarowe: „Nie bójta się”.



Poza głębokim sensem zawierzenia Chrystusowi napis na omawianym przedmiocie może też po prostu zapewniać nas, że nie musimy martwić się o... temperaturę jajek, bo te z pewnością nie ostygną dzięki ocieplaczowi.

Kolejnymi gadżetami zaskakującymi pomysłowością i połączeniem cytatu biblijnego ze skojarzeniami z popkultury są magnesy na lodówkę. Na jednym z nich znajdziemy wizerunek Maryi z napisem „Zmieszana niewstrząśnięta”<sup>5</sup>,

który odnosi się do sceny zwiastowania, kiedy to Archanioł Gabriel przybył oznajmić Maryi Dobrą Nowinę: „Anioł wszedł do Niej i rzekł: »Bądź pozdrowiona, pełna łaski. Pan z Tobą«. Ona zmieszała się na te słowa i rozważała, co miałoby znaczyć to pozdrowienie” (Łk 1, 28-29). Współczesnemu odbiorcy jednak napis ten przywodzi na myśl także,



a może przede wszystkim, skojarzenia z Jamesem Bondem, którego ulubionym drinkiem było martini zmieszane, niewstrząśnięte.

Na kolejnym magnesie<sup>6</sup> znajdujemy wizerunek nowo narodzonego Jezusa i podpis: „Come on, Baby, light my fire”, który jest incipitem piosenki zespołu The Doors. Te same słowa, będące jednak prośbą do Boga, by rozpalili w nas ogień swojej miłości, znajdziemy w wielu pieśniach religijnych, np. z Taizé.

<sup>4</sup> <http://dayenu.pl/sklep/pacynkowe-ocieplacze-na-jajka-nie-bojta-sie-czerwony/> (dostęp: 7.12.2015).

<sup>5</sup> <http://dayenu.pl/sklep/zmieszana-niewstrzasnieta-gadzety/> (dostęp: 7.12.2015).

<sup>6</sup> <http://dayenu.pl/sklep/come-on-baby-light-my-fire-magnes/> (dostęp: 7.12.2015).



Do porannej modlitwy ma zachęcać podkładka śniadaniowa<sup>7</sup> utrzymana w stylu amerykańskiego pop-artu, na którym piękna kobieta rodem z reklam z lat 50. trzyma tacę z jedzeniem i mówi słowami Psalmu 34: „Skosztujcie, jak dobry jest Pan” (Ps 34,9). W podobnym klimacie utrzymana jest podkładka śniadaniowa<sup>8</sup>, na której widnieje młoda dziewczyna z butelką Coca-Coli i cytata: „Pijcie napoje słodkie” (Ne 8,10), pochodzący z księgi Nehemiasza, w której namiestnik króla Persji w Judei zachęca lud do odpowiedniego czczenia dnia poświęconego Panu.

Intrygującą grę słowną można zaobserwować także na projekcie



<sup>7</sup> <http://dayenu.pl/sklep/skosztujcie-inspirujaca-podkladka-sniadaniowa/> (dostęp: 7.12.2015).

<sup>8</sup> <http://dayenu.pl/sklep/pijcie-inspirujaca-podkladka-sniadaniowa/> (dostęp: 7.12.2015).

magnesu, na którym scenę zwiastowania oglądają z góry małe aniołki<sup>9</sup>. Grupa po lewej stronie pyta anioły po prawej: „Co tam? Czekacie na zbawienie?”. „Nie, oglądamy zwiastun” – odpowiadają tamte. Autor użył tu popularnego frazeologizmu: ‘Czekać na zbawienie’ oznaczającego długie i niecierpliwe czekanie na coś oraz leksemu *zwiastun*, który – jak podaje USJP – ma dwa znaczenia: ‘oznaka, zapowiedź, wróżba czegoś’, a także ‘krótkometrażowy film reklamowy, zmontowany z najciekawszych scen zapowiadanego filmu’ (USJP 2003, t. 4: 1090). Anioły oglądają więc krótką zapowiedź przyszłego zbawienia.

Do słuchania Słowa Bożego zachęca magnes z wizerunkiem Żyda<sup>10</sup>, który słucha muzyki przez słuchawki, i słowami: *Shema, Israel* (*Słuchaj, Izraelu*), pochodzącymi z pieśni religijnej.

Na kolejnym magnesie<sup>11</sup> znajdziemy dzieci, prawdopodobnie uczniów, które pilnie studiują chemię i próbują przypomnieć sobie wzór na święconą wodę. Jak on brzmi? H<sub>2</sub>OMG. Do O, które we wzorze chemicznym oznacza tlen, dopisano MG. Te trzy litery są skrótowcem od słów *Oh, my God*, często stosowanym wśród młodych osób do wyrażenia przestrawienia, irytacji lub dezaprobaty.



<sup>9</sup> <http://dayenu.pl/sklep/zwiastun-magnes-na-lodowke/> (dostęp: 7.12.2015).

<sup>10</sup> <http://dayenu.pl/sklep/shema-israel-magnes-na-lodowke/> (dostęp: 7.12.2015).

<sup>11</sup> <http://dayenu.pl/sklep/wzor-na-wode-swiecona/> (dostęp: 7.12.2015).

Domowe pyszności lub też Słowo Boże wychwalają aniołki z dzieła Rafaela *Madonna Sykstyńska*. Zamiast aureolek nad ich głowami widzimy dwa nadgryzione donaty oraz frazeologizm *niebo w gębie*.

Piękno boskiego stworzenia wychwała magnes, na którym przedstawiono stworzenie świata opatrzone cytatem z Księgi Rodzaju: „Na początku Bóg stworzył niebo i ziemię” (Rdz 1,1) oraz złośliwym komentarzem: „Resztę zrobiono w Chinach”.

Przypinka do ubrania<sup>12</sup> z mogącym uchodzić za wulgarny tekstem: „Everything is shit” ma być odwołaniem do Listu św. Pawła do Filipian: „I owszem, nawet wszystko uznaję za stratę ze względu na najwyższą wartość poznania Chrystusa Jezusa, Pana mego. Dla Niego wyzułem się ze wszystkiego i uznaję to za śmieci [podkr. A.P.], bylebym pozyskał Chrystusa” (Flp 3,8). Znakowi, który zazwyczaj ostrzega przed śliską podłogą<sup>13</sup>, towarzyszy napis: „Uwaga rozlana łaska”.

Warto tu podkreślić, że ostrzeżenie przed śliską podłogą jest ostrzeżeniem przez jakimś zagrożeniem, które może narazić człowieka na utratę zdrowia, np. na złamanie nogi, tymczasem znak „rozlana łaska” ostrzega, a raczej należałoby powiedzieć: informuje o czymś pozytywnym i pożądanym.

Napis na poduszce<sup>14</sup>, która jest reklamowana jako doskonały prezent dla nowożeńców, głosi „Make love”, co może odnosić się zarówno do miłości fizycznej



<sup>12</sup> <http://dayenu.pl/sklep/shit-przypinkabutton-56mm/> (dostęp: 7.12.2015).

<sup>13</sup> <http://dayenu.pl/sklep/laska/> (dostęp: 7.12.2015).

<sup>14</sup> <http://dayenu.pl/sklep/poduszka-malzenska-make-love-1-j-47/> (dostęp: 7.12.2015).

(wszak sam przedmiot jest wyposażeniem sypialni), jak i duchowej, nawiązując np. do 1 Listu św. Jana: „Umiłowani, miłujmy się wzajemnie, ponieważ miłość jest z Boga, a każdy, kto miłuje, narodził się z Boga i zna Boga” (1 J 4,7).

Dwuznacznością intrygują także naklejki na przetwory<sup>15</sup>. Na tej, którą możemy przykleić na dżem pomarańczowy, znajdziemy cytaty z Ewangelii wg św. Łukasza: „Obrala najlepszą cząstkę” (Łk 10,42). Są to słowa Jezusa o Marii skierowane do jej siostry Marty, a leksem *obrać* ma tu znaczenie ‘wybrać coś dla siebie, upatrzeć sobie coś najodpowiedniejszego z różnych możliwości’. W kontekście przedmiotu, na którym ma się pojawić, ten sam leksem można jednak zrozumieć jako ‘usunąć z czegoś wierzchnią warstwę, zwykle łupiny, skórę lub skorupę’ (USJP 2003, t. 2: 1071-1072) i potraktować jako reklamę przetworu. Podobny mechanizm został zastosowany na naklejce na mus jabłkowy, gdzie znajdujemy cytaty z Listu św. Pawła do Filemona: „Niech dobry twój czyn nie będzie z musu [ale z dobrej woli]” (Flm 1,14). Tu wykorzystano zjawisko homonimii pochodzącego z języka niemieckiego wyrazu *mus*, oznaczającego ‘konieczność zmuszającą do działania, przymus, potrzebę’ oraz zapożyczonego z języka francuskiego tak samo brzmiącego słowa o znaczeniu ‘przecier owocowy, zwykle z dodatkiem cukru i piany z białek’ (USJP 2003, t. 2: 745).



<sup>15</sup> <http://dayenu.pl/sklep/niech-dobry-twoj-czyn-nie-bedzie-z-musu-flm-114-naklejka-na-mus-jablkowy/>; <http://dayenu.pl/sklep/obrala-najlepsza-czastke/> (dostęp: 7.12.2015).



Kolejnym połączeniem religii i skojarzeń z popkulturą jest projekt koszulki<sup>16</sup>, na którym widnieje kontur Czarnej Madonny z Częstochowy oraz napis „Mała Czarna”, który przywołuje na myśl słowa Coco Chanel, która twierdziła, że mała czarna, czyli krótka, czarna sukienka, powinna znaleźć się w szafie każdej kobiety. Jak widać, Matka Boska też może zagościć w każdej szafie. Do kultu maryjnego nawiązuje także projekt czarnego T-shirtu<sup>17</sup>, na którym widać dwie czerwone rysy, dokładnie takie jak na obliczu Czarnej Madonny, o której śpiewamy: „Jest zakątek na tej ziemi,/ Gdzie powracać każdy chce,/ Gdzie króluje Jej Oblicze,/ Na Nim cięte rysy dwie”. Znaczenie tych dwóch czerwonych linii na koszulce jest jasne właściwie tylko dla katolików, równie łatwo bowiem mogłyby zostać zinterpretowane po prostu jako designerski wzór.



Koszulka z rysunkiem winogron<sup>18</sup> i dobrze wyeksponowanym napisem „dobre wino” tak naprawdę jest odwołaniem do cudu w Kanie Galilejskiej, jeśli bowiem przyjrzymy się lepiej, mniejszą czcionką odczytamy także słowa: „Kana Galilejska ’30. Dobre wino, 100% świeżej wody”.

<sup>16</sup> <http://dayenu.pl/mala-czarna/> (dostęp: 7.12.2015).

<sup>17</sup> <http://koszulkowo.com/produkt/czarna-madonna> (dostęp: 7.12.2015).

<sup>18</sup> <http://koszulkowo.com/produkt/dobre-wino> (dostęp: 7.12.2015).



Na kolejnym projekcie<sup>19</sup> Jezus został nazwany „Deweloperem roku”, który buduje „domy na skale” i daje „dożywotnią gwarancję przetrwania każdej burzy”, co jest oczywistym dla katolików odwołaniem do Ewangelii wg św. Mateusza, w której Jezus wyjaśnia w przypowieści różnicę między człowiekiem roztropnym, który swój dom, czyli życie, pobudował na skale, czyli na Chrystusie i Jego nauce, i człowiekiem nieroztropnym, któremu brakowało wiary i swój dom wybudował na piasku.

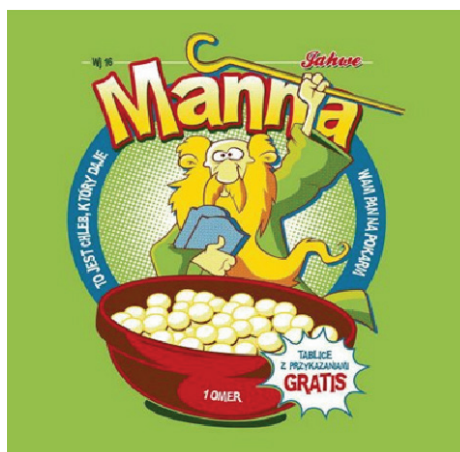


<sup>19</sup> <http://koszulkowo.com/produkt/deweloper-roku> (dostęp: 7.12.2015).

Osoby, które nie czytają Pisma Świętego, prawdopodobnie nie odgadną też, dlaczego na jednej z koszulek<sup>20</sup> widnieje napis: „Klub biegacza im. Świętego Pawła”. Św. Paweł bowiem w 2 Liście do Tymoteusza porównał życie chrześcijańskie do zawodów sportowych: „W dobrych zawodach wystąpiłem, bieg ukończyłem, wiarę ustrzegłem” (2 Tm 4,7).



Odwołaniem do Księgi Wyjścia i zesłania manny na pustynię dla Izraelitów (Wj 16,1-36) jest projekt t-shitru<sup>21</sup>, który równie dobrze mógłby być reklamą płatków śniadaniowych. Widnieje na nim bowiem Mojżesz przed ogromną miską manny, a napis, będący cytatem z Księgi Wyjścia, głosi: „To jest chleb, który daje wam Pan na pokarm”. Do opakowania płatków, jak przystało na dobrą promocję, dołączony jest gratis w postaci... tablic z przykazaniami, o czym dowiadujemy się z napisu umieszczonego w charakterystycznej gwiazdce, którą z pewnością nie raz każdy widział podczas obniżek cen w sklepach.



<sup>20</sup> <http://koszulkowo.com/produkt/klub-biegacza> (dostęp: 7.12.2015).

<sup>21</sup> <http://koszulkowo.com/produkt/manna> (dostęp: 7.12.2015).

Koszulka<sup>22</sup> z napisem „Ratownik morski. Odwagi! Ja jestem, nie bójcie się” (Mt 14,27) może być noszona przez dobrego pływaka np. podczas wakacji nad morzem, lecz także przez osobę, która – tak jak Jezus chodzący po wodzie – będzie ratować innych, gdy zwątpią.



Fanom gier z pewnością przypadnie do gustu koszulka<sup>23</sup>, na której walka Dawida z Goliatem została przedstawiona w graficzny sposób znany z gier komputerowych. Za pomocą rysunków i skali na koszulce pokazano, jaką broń miał każdy z walczących, ile wzrostu, siły, rozumu i pomocy Boga. Katolik odczyta z niej głębszy sens mówiący o tym, że dla Boga nie ma rzeczy niemożliwych, a wiara w Niego pomoże nam wygrać z każdym, nawet dużo silniejszym przeciwnikiem.



<sup>22</sup> <http://koszulkowo.com/produkt/ratownik-morski> (dostęp: 7.12.2015).

<sup>23</sup> <http://koszulkowo.com/produkt/dawid-i-goliat> (dostęp: 7.12.2015).

Dla jednych damska koszulka<sup>24</sup> z napisem: „Chora jestem z miłości” będzie tylko wyznaniem zakochanej dziewczyny; ci, którzy znają Pismo Święte, od razu rozpoznają cytat z Pieśni nad Pieśniami: „Zaklinam was, córki jerozolimskie: jeśli umiłowanego mego znajdziecie, cóż mu oznajmicie? Że chora jestem z miłości” (Pnp 5,8).

Podsumowując, przeanalizowane przykłady tzw. designu religijnego w doskonały sposób łączą cytaty z Pisma Świętego z funkcjonalnością przedmiotów, na których są umieszczone. Przekaz nie zawsze jest oczywisty. Projektanci bardzo często wykorzystują homonimię, aby wybranym fragmentom Biblii nadać podwójny sens – ten właściwy, wypływający z Pisma Świętego, oraz potoczny, związany z życiem codziennym, przedmiotem, na którym się znajduje, czy popkulturą. Nie zawsze też biblijna proveniencja cytatu jest widoczna na pierwszy rzut oka. Często aby we właściwy sposób odczytać słowa na przedmiocie, trzeba dobrze znać Pismo Święte.

Czy zatem język, którym „mówią” do nas przedstawione przedmioty, to język religijny? Trudno odpowiedzieć na to pytanie. Z jednej strony, na designie religijnym znajdujemy bowiem cytaty zaczerpnięte wprost z Biblii, a więc księgi, która stanowi centrum i podstawę derywacyjną języka religijnego, oraz z pieśni religijnych, noszące cechy charakterystyczne dla stylu biblijnego. Z drugiej jednak strony, fragmenty Pisma Świętego zostały osadzone w takim kontekście, że na pierwszy plan często wysuwają się skojarzenia związane z popkulturą i codziennym życiem, nie zaś z głębszym sensem związanym z wiarą. Umieszczenie cytatów pochodzących z Biblii na różnych przedmiotach codziennego użytku niejednokrotnie uruchamia liczne skojarzenia spowodowane np. wykorzystaniem homonimii. Nawiązania do popkultury, silne połączenie tekstu z obrazem oraz wykorzystanie gry słów wywołują zabawny, komiczny efekt, a sam komunikat jest bardzo krótki. Wydaje się zatem, że mimo bezpośredniego czerpania z Biblii język, którym posługują się autorzy designu religijnego, odbiega jednak od stylu biblijnego. Co więcej, można nawet pokusić się o stwierdzenie, że nie jest tożsamy również z odmianą potoczną, w której wygłaszane są np. tzw. świadectwa, w odmianie potocznej bowiem komunikat nie jest aż tak krótkokrótki. Unika się



<sup>24</sup> <http://koszulkowo.com/produkt/chora-z-milosci> (dostęp: 7.12.2015).

w nim także wykorzystania homonimii, bo celem komunikatu jest jednoznaczność i zrozumienie przez odbiorcę, nie doszukamy się tam też zamierzonej gry słownej czy komizmu.

Czy zatem jest to kolejna odmiana języka religijnego, czy może ewolucja jego formy potocznej? Sama skłaniałabym się raczej ku drugiej odpowiedzi. Przy okazji analizy designu religijnego nasuwa się także pytanie, czy takie połączenie sacrum i profanum nie wpłynie negatywnie na przekaz duchowy i czy odwołania do życia codziennego czy popkultury nie odbiorą powagi Słowu Bożemu. Z pewnością jest takie ryzyko, jeśli jednak użytkownicy gadżetów religijnych będą je traktować nie tylko jak designerski produkt, którym można się pochwalić, ale jako świadectwo swojej wiary i przyczynek do głoszenia jej innym, a tekst umieszczony na przedmiotach będzie dla nich miał przede wszystkim pierwotne znaczenie, które odnaleźć można w Piśmie Świętym, wydaje się, że tzw. design religijny może być całkiem dobrym sposobem mówienia o wierze do młodego pokolenia w myśl słów ks. prof. Andrzeja Draguły, że „sferą przeżywania wiary jest życie codzienne, a nie wypreparowana z codzienności chwila dla Boga” (Draguła 2005).

### Bibliografia

- Bajerowa I., 1994, *Swoistość języka religijnego i niektóre problemy jego skuteczności*, „Łódzkie Studia Teologiczne”, nr 3.
- Bajerowa I., 1995, *Szanse języka religijnego w świecie kultury masowej [w:] Teologia-kultura-współczesność*, red. Z. Adamek, Tarnów.
- Biblia Tysiąclecia, wyd. IV.
- Draguła A., 2005, *Biblia pierwszego kontaktu. Ewangelia hip-hopowa? Spór o nowe przekłady Pisma Św.*, „Tygodnik Powszechny”, nr 47.
- Dubisz S. (red.), *Uniwersalny słownik języka polskiego*, 2003, t. 1-4, Warszawa.
- Zdunkiewicz-Jedynak D., 2008, *Wykłady ze stylistyki*, Warszawa.

### Netografia

- <http://dayenu.pl>  
<http://koszulkowo.com>

## **Chewing Bible – the new way of speaking about religion on the example of religious design**

### Summary

In XXI century the Catholic Church has new challenges, e.g. how to talk about religion with the youngest group of believers, who seems to differ from the previous generations. Nowadays young people, growing up in the times of omnipresent Internet and other types of massmedia, prefer fast, clear messages, they also appreciate sense of humour, they like to be stylish and to step out from the group of their friends. So what characteristic features has the language which is used to talk to young people about the God and religion? Is it still sacrum or maybe rather profanym language and what is its relation to religious language? I try to answer this questions using the examples of so called religious design – everyday items which refer to The Bible.

**Key words:** religious design, religious language, religion

**Słowa kluczowe:** gadżety religijne, język religijny, religia