

Mikołaj vs. Jezus: Komercjalizacja Świąt:

Dominacja wizerunku Świętego Mikołaja nad religijnym wymiarem Bożego Narodzenia

gru 20, 2025

Polecenie

Dziwny zwyczaj: w Boże Narodzenie katolicy szukają Świętego Mikołaja; wszystkie reklamy są mu poświęcone, jest wszędzie. I z jakiegoś powodu zapominają, że to Boże Narodzenie (Jezusa). Dlaczego?

Zjawisko, o którym piszesz – dominacja wizerunku Świętego Mikołaja nad religijnym wymiarem Bożego Narodzenia

To bardzo trafne spostrzeżenie, które dotyka sedna tego, jak współczesna kultura przekształciła tradycyjne święta. Zjawisko, o którym piszesz – dominacja wizerunku Świętego Mikołaja nad religijnym wymiarem Bożego Narodzenia – wynika z kilku nakładających się na siebie procesów społecznych i historycznych.

Oto główne powody, dla których tak się dzieje:

1. Komercjalizacja i "neutralność" handlowa

Boże Narodzenie to dla handlu najważniejszy okres w roku. Z punktu widzenia korporacji i reklamodawców, **postać radosnego staruszka z brodą jest "bezpieczniejsza" marketingowo** niż postać nowonarodzonego Boga.

- **Uniwersalność:** Mikołaj jest postacią świecką w swoim popkulturowym wydaniu. Może go polubić każdy, niezależnie od wiary czy jej braku.
- **Konsumpcjonizm:** Mikołaj kojarzy się bezpośrednio z prezentami, zakupami i wydawaniem pieniędzy. Trudniej jest powiązać głęboką sferę sacrum (narodziny Jezusa) z agresywną wyprzedażą telewizorów czy perfum.

2. Ewolucja wizerunku (Efekt Coca-Coli)

Warto pamiętać, że dzisiejszy wizerunek Mikołaja (czerwony strój, pas, renifery) to w dużej mierze twór amerykańskiej popkultury z lat 30. XX wieku, spopularyzowany przez kampanie marki Coca-Cola.

Historyczny **Święty Mikołaj był biskupem z Miry**, postacią głęboko zakorzenioną w chrześcijaństwie. Współczesny "Santa Claus" został odcięty od tych korzeni, stając się ikoną popu, która wizualnie wypełnia każdą wolną przestrzeń w mediach i na witrynach sklepowych.

3. Laicyzacja społeczeństwa

W wielu krajach (również coraz częściej w Polsce) Boże Narodzenie staje się **"świętem rodzinnym i zimowym"** zamiast ściśle religijnym.

- Ludzie szukają w tym czasie ciepła, bliskości i magii, ale niekoniecznie chcą odnosić się do dogmatów wiary.
- Mikołaj idealnie wypełnia tę potrzebę – dostarcza emocji, legendy i rytuału, który nie wymaga zaangażowania religijnego.

4. Polskie zamieszanie tradycyjne

W Polsce mamy dodatkową specyfikę. Tradycyjnie Święty Mikołaj odwiedza nas **6 grudnia**. Jednak pod wpływem filmów z USA i globalnych marek, postać ta "złała się" z Bożym Narodzeniem (Wigilią).

Warto jednak zauważyć, że w wielu polskich domach to wcale nie Mikołaj przynosi prezenty w Wigilię! Zależnie od regionu robi to:

- **Aniołek** (Małopolska, Śląsk Cieszyński)
- **Gwiazdor** (Wielkopolska, Kujawy)
- **Dzieciątko** (Śląsk)
- **Gwiazdka** (Dolny Śląsk)

Media jednak promują jeden, uniwersalny wzorzec, bo tak jest prościej i taniej.

Podsumowanie: Czy katolicy zapominają?

Dla osób głęboko wierzących Boże Narodzenie wciąż pozostaje świętem narodzin Jezusa – widać to w kościołach, na roratach czy podczas łamania się opłatkiem. Jednak **przestrzeń publiczna (ulice, internet, telewizja) rządzi się prawami rynku**, a rynek woli Mikołaja, bo ten po prostu lepiej się sprzedaje.

To tworzy swoisty dualizm: wewnątrz domu/kościół świętujemy *sacrum* (Boże Narodzenie), a na zewnątrz uczestniczymy w *profanum* (festiwal Mikołaja).

Czy chciałbyś, abym sprawdził, jak w różnych regionach Polski nazywają się postacie przynoszące prezenty i skąd wzięły się te tradycje?

Polecenie

Opisz tę samą rzecz, ale prostym językiem, z sugestywnymi metaforami, przeznaczonymi dla osób niezbyt inteligentnych.

Wszyscy zajmowaliby się tylko klaunem, który przyszedł rozśmieszać gości

To prawda, to może się wydawać pomieszanе. Wyobraź sobie to w ten sposób – to trochę tak, jakbyś poszedł na czyjeś urodziny, ale wszyscy zajmowaliby się tylko klaunem, który przyszedł rozśmieszać gości.

Oto dlaczego tak się dzieje, opisane na prostych przykładach:

1. Jak kolorowe opakowanie od cukierka

Wyobraź sobie, że Boże Narodzenie to pyszny cukierek.

- **Jezus** jest tym, co jest w środku – to sens całego święta.
- **Mikołaj** jest jak kolorowy, błyszczący papiererek.

Ludzkie oko zawsze najpierw leci do tego, co się świeci i jest kolorowe. Sklepy chcą, żebyśmy kupowali dużo rzeczy, a Mikołaj z workiem prezentów idealnie pasuje do robienia zakupów. Papiererek (Mikołaj) jest tak duży i jasny, że czasem trudno dostrzec samego cukierka.

2. Impreza niespodzianka

Pomyśl o tym jak o wielkiej imprezie urodzinowej. Solenizantem (tym, kto ma urodziny) jest Jezus. Ale na imprezę wpada też Mikołaj – wesoły gość, który przynosi darmowe prezenty.

Większość ludzi ustawia się w kolejce do gościa z prezentami, bo to jest łatwe i przyjemne. Mikołaj nie prosi o modlitwę ani o bycie lepszym człowiekiem – on po prostu daje paczki. Dlatego łatwiej o nim pamiętać w biegu, między zakupami a jedzeniem.

3. Mikołaj jest jak reklama w telewizji

Mikołaj stał się kimś w rodzaju "maskotki" zimy.

- Jest w każdej bajce, na każdej ciężarówce z napojami i na każdej wystawie.
- Widzimy go tak często, że nasz mózg się do niego przyzwyczaja, tak jak do piosenki, którą ciągle grają w radiu.

Jezus i wiara to rzeczy ciche, które dzieją się w sercu albo w kościele. A Mikołaj jest głośny, dzwoni dzwonkiem i krzyczy "ho ho ho!". Dlatego wydaje się, że jest go wszędzie pełno.

Podsumowując: Ludzie kochają prezenty i kolory, a Mikołaj im to daje "od ręki". O Jezusie pamięta się w ciszy, a w dzisiejszym świecie jest bardzo dużo hałasu.

Czy chcesz, żebym opowiedział Ci, jak rozpoznać "prawdziwego" świętego Mikołaja (tego od kościoła) od tego z reklamy?

Polecenie

nie. to bardzo prymitywne

To klasyczny przykład wypierania sacrum przez profanum (czyli sacrum – tego, co święte, przez profanum – to, co codzienne i rynkowe)

Masz rację – poprzednie porównania były celowo uproszczone, co mogło sprawić, że brzmiały infantylnie. Spróbujmy zatem podejść do tematu w sposób bardziej konkretny i analityczny, ale nadal przystępny.

Problem, o którym piszesz, to klasyczny przykład **wypierania sacrum przez profanum** (czyli sacrum – tego, co święte, przez profanum – to, co codzienne i rynkowe).

Oto dlaczego ten „dziwny zwyczaj” stał się normą:

1. Mechanizm „pustego symbolu”

Postać dzisiejszego Mikołaja (Santa Clausa) jest z punktu widzenia psychologii **symbolem pustym**. Oznacza to, że nie niesie on ze sobą trudnych wymagań moralnych.

- **Jezus** w Boże Narodzenie przypomina o pokorze, ubóstwie i trudnej miłości do bliźniego. To są wyzwania.
- Mikołaj przypomina tylko o jednym: o dawaniu i braniu prezentów.

Dla przeciętnego człowieka, a tym bardziej dla maszyny marketingowej, Mikołaj jest po prostu „łatwiejszy w obsłudze”.

2. Przebudźcowanie wizualne

Żyjemy w kulturze obrazkowej. Marketing potrzebuje czegoś, co natychmiast przyciąga wzrok i kojarzy się z nagrodą.

- **Czerwień i biel** stroju Mikołaja to jedne z najsilniejszych barw w reklamie.
- Wizerunek starszego, uśmiechniętego mężczyzny buduje fałszywe, ale skuteczne poczucie bezpieczeństwa i obfitości.

W starciu z tak agresywną estetyką, skromna stajenka i noworodek – symbole ciche i wymagające refleksji – po prostu giną w szumie wizualnym.

3. Zmiana narracji: Od „Daru” do „Produktu”

W chrześcijaństwie Boże Narodzenie to święto Wcielenia (Bóg staje się człowiekiem). To abstrakcyjna i głęboka idea.

Współczesny świat woli narrację o konsumpcji. Mikołaj stał się idealnym „ambasadorem marki” Bożego Narodzenia, ponieważ pozwala zamienić duchowe świętowanie w listę zakupów. Katolicy (i nie tylko oni) ulegają temu mechanizmowi, bo jest on wszechobecny – od ekranu telefonu po witrynę w osiedlowym sklepie.

4. Komfort psychiczny

Ludzie podświadomie unikają tematów trudnych. Narodziny Chrystusa wiążą się z całym kontekstem religijnym, który bywa niewygodny lub zmusza do rachunku sumienia. Mikołaj oferuje „**magię**” bez **odpowiedzialności**. To rodzaj zbiorowej ucieczki w bajkowość, która pozwala zapomnieć o religijnym fundamencie tych świąt.

Można więc powiedzieć, że Mikołaj nie „zastąpił” Jezusa w sensie teologicznym, ale stał się **parawanem**, który zasłania istotę święta, bo tak jest wygodniej dla gospodarki i dla naszego spokoju ducha.

Czy chciałbyś, abym przybliżył Ci, jak niektóre wspólnoty religijne próbują dzisiaj „odczarować” ten trend i przywrócić właściwe proporcje?

Choć obecnie Święty Mikołaj zdominował wyobraźnię niemal w całej Polsce, tradycje regionalne na Mazurach (a także na sąsiedniej Warmii) są znacznie bogatsze i nieco inne od tych, które znamy z telewizji.

Jeśli szukamy tradycyjnej postaci, która na Mazurach obdarowywała dzieci w Wigilię, jest to przede wszystkim:

Szemel (Biały Koń)

To najbardziej unikalna i rdzenna postać dla tego regionu. **Szemel** (lub czasami nazywany „siwym koniem”) to postać maszkarady wigilijnej.

- **Jak wyglądał?** Był to mężczyzna przebrany za białego konia (często konstrukcja z sita, rzeszota i białego prześcieradła).
 - **Co robił?** Szemel nie przychodził sam – towarzyszył mu zazwyczaj orszak kołędników (m.in. niedźwiedź, bocian, koza, kominiarz i diabeł).
 - **Zasady:** Szemel sprawdzał, czy dzieci potrafią odmawiać pacierz i czy były grzeczne. Grzecznym dzieciom dawał drobne upominki (orzechy, jabłka, ciastka), a te niegrzeczne smagał batem lub różgą.
-

Gwiazdor

Na Mazurach, ze względu na historyczne wpływy z sąsiedniej Wielkopolski i Pomorza, bardzo popularną postacią był (i w wielu domach nadal jest) **Gwiazdor**.

- W przeciwieństwie do dobrotliwego Mikołaja, tradycyjny Gwiazdor nosił wywrócony na lewą stronę kożuch, czapkę-uszatkę, a jego twarz była często umazana sadzą lub ukryta pod maską.
 - Nosił ze sobą worek z prezentami oraz **różgę**. Podobnie jak Szemel, przed wręczeniem podarku przepytywał dzieci z modlitw i piosenek.
-

Dlaczego nie Mikołaj?

W dawnej tradycji ludowej na tych terenach Święty Mikołaj był postacią czczoną **6 grudnia**. Wigilia była natomiast czasem „odwiedzin” istot z pogranicza świata ludzi i duchów (stąd maszkarady i dziwne postacie jak Szemel). Dopiero po II wojnie światowej i wraz z upowszechnieniem kultury masowej, postać uśmiechniętego staruszka w czerwonym stroju wyparła lokalnych darczyńców.

Ciekawostka: Na Warmii (region sąsiadujący z Mazurami) tradycja Szemla była jeszcze silniejsza, a orszaki kolędnicze nazywano tam „szemelami” lub „rogalami”.

Czy chciałbyś, abym przygotował dla Ciebie zestawienie postaci przynoszących prezenty w innych regionach Polski (np. na Śląsku czy w Małopolsce)?