

Več kot besede

»Tegobe našega sveta - in tegobe Cerkve – nam nikdar ne bi smele biti opravičilo za zmanjševanje naše zavzetosti in gorečnosti. Glejmo nanje kot na izzive, da rastemo.«

Papež Frančišek, VE 84.

Cerkev je v zgodovini večkrat spremenila način in govorico svojega oznanjevanja. Tako sta apostola Peter in Pavel pisala pisma, medtem ko je Jezus Kristus samo govoril. V srednjeveških samostanih so prepisovali knjige, Tridentinski koncil pa je predpisal izdajo več tiskanih knjig (Katekizem, Misal, Brevir, določil je kanon Svetega pisma), ki so jih potem tiskali skozi stoletja. V 19. stoletju je Cerkev ustanavljala časopise, zlasti škofijske tednike, v začetku prejšnjega stoletja je ustanovila Radio Vatikan (v Sloveniji Radio Ljubljana leta 1928), po televiziji je ob koncu stoletja svoje oznanjevanje razširila na internet, v začetku tega stoletja pa še na socialna omrežja. Ti prehodi niso vedno potekali brez težav. Večkrat je bila Cerkev sumničava do novih medijev, naj omenim samo njeno začetno zadržanost do tiskanih knjig. Včasih je z uvajanjem ali vključevanjem v nove medije zamujala, a jo danes najdemo navzočo v raznovrstnih medijih.

Uporaba različnih medijev je zahtevala tudi različne pristope, saj vemo, da vsak

medij zahteva različne načine sporočanja. Na to je opozoril sveti papež Janez Pavel II., ki je v okrožnici *Odrešenikovo poslanstvo* leta 1990 zapisal, da »ni dovolj uporabljati teh sredstev za širjenje krščanskega poslanstva in nauka Cerkve, ampak je treba samo sporočilo združiti s to ‚novo kulturo‘, ki so jo ustvarila moderna občila« (OP 37c). Ne samo v javnih glasilih, ampak povsod mora Cerkev »vedno oznanjati evangelij v govorici, ki je primerna času in kulturam narodov in ljudstev. Dandanes mora še posebej paziti, da to dela v kulturi in za kulturo novih sredstev družbenega obveščanja« (NČ 8; prim tudi O 3 in OE 20).

Tudi dokumenti in navodila, ki so namenjeni pridigarjem, poudarjajo podobno. Drugi vatikanski cerkveni zbor je naročil pridigarjem, naj resno vzamejo tako svetopisemsko besedilo kot kulturno okolje (kontekst), v katerem bodo oznanjali evangelij. V Dogmatični konstituciji o Božjem razodetju je koncil zahteval, da »mora vse krščansko oznanjevanje nahranjati in usmerjati Sveto pismo« (BR 21). Homilija naj se »ozira tako na skrivnost

praznika, kakor na posebne potrebe poslušalcev.«¹ Dekret o življenju duhovnikov pravi, da mora pridigar »razlagati božjo besedo ne samo na splošno in abstraktno, ampak mora neminljivo evangelijsko resnico obračati na dejanske življenjske okoliščine« (D4).

Že iz teh navedkov lahko vidimo, da se Cerkev zaveda pomembnosti govorice, s katero nagovarja današnjega človeka in da se je tudi v zgodovini tega zavedala. V svojih dokumentih poudarja tudi, da so današnje prevladujočo kulturo ustvarili mediji (prim NČ 1).

JAVNA GLASILA SO USTVARJALCI KULTURE

Množična glasila so ustvarjalci današnje kulture.² Vlogo medijev kot ustvarjalcev kulture poudarja tudi Posinodalna spodbuda o krščanskih laikih, ko pravi, da so danes javna glasila privilegirana pot za ustvarjanje in posredovanje kulture.³ To »poudarja važno dejstvo: na to, kar ljudje našega časa vedo o življenju, delno vplivajo mediji. Človeško izkustvo je postalo medijsko izkustvo« (NČ 2).

Zaradi poudarka na novi vlogi medijev se spreminja tudi njihova vloga pri oznanjevanju. Omenil sem, da je na to dejstvo opozoril papež Janez Pavel II. v okrožnici *Odrešenikovo poslanstvo*.⁴ Dokument *Etika oglaševanja* tako povzema novo vlogo medijev: »Bolj kakor da uporablja medije za evangeliziranje, je Cerkev potrebno, da doume daljnosežnost besed Janeza Pavla II., da so sredstva družbenega obveščanja osrednji del velikega modernega, *areopaga*, kjer se izmenjujejo ideje ter oblikujejo navade in vrednote. To poudarja, *globljo stvar*‘ (resničnost) glede na preprosto – čeprav pomembno uporabo sredstev obveščanja za širjenje evangelijskega sporočila. Treba je samo sporočilo združiti s to, »novo kulturo‘, ki so jo ustvarila moderna občila ... z novim jezikom, z novimi tehnikami in novimi psihološkimi držami.«⁵

Navedeni stavek je nekakšno cerkveno, »priznanje«, da komunikacija ne pomeni le prenosa informacij, ampak da je to proces, v katerem ustvarjamo skupni pomen (*shared*

meaning)⁶ in skupno slavimo.⁷ Čedalje več definicij namreč predstavlja kulturo kot komunikacijo. Kultura v najširšem pomenu besede pomeni »vrednote in pomene, ki si jih deli neka skupina.«⁸

NOVA KULTURA

Oglejmo si sedaj nekatere prvine nove kulture, ki so jo bistveno pomagali sooblikovati mediji. V današnji kulturi je svet trg, na katerem prodajamo svoje ideje. Ta pojav nekateri imenujejo moderni politeizem, ki ni enak, »klasičnemu« mnogoboštvu.⁹ Moderni politeizem meni, da ima vsakdo pravico do svojega, »boga«, ki si ga sam ustvari. In ker je ustvarjalcev, »bogcev« veliko, je tudi božanstev mnogo in tako pridemo do politeizma. Za medije to pomeni, da je svet nekakšen trg idej (*agora*),¹⁰ kjer moramo, »prodajati« tudi evangelij in ideje, ki izhajajo iz evangelija.¹¹ Naš čas je podoben apostolskemu času, kristjani živimo v okolju novega poganstva in v njem nismo več večina.¹² Zgled in pogum apostola Pavla pri njegovem nastopu na Areopagu je za nas zelo pomemben. Ne gre zato, da bi nas dejstvo, da smo kristjani manjšina, delalo pesimiste, ampak nam lahko pomaga, da bomo to mirno in v veri sprejeli kot dejstvo in se z isto vero soočili z areopagi, cestami in trgi, da bi ponesli besedo in odrešenje tja, kjer ljudje dejansko živijo, se srečujejo in se sprašujejo po smislu bivanja.¹³

Seveda pa dejstvo, da problematiko nove kulture in nove govorice obravnavajo cerkveni dokumenti, še ne pomeni, da verniki ne občutijo te težave in da se z njo ne spopadajo oznanjevalci. Ironično lahko zapišemo, da večina vernikov, ki se pritožuje nad nerazumljivostjo (današnje) cerkvene govorice, ne razume niti dokumentov, ki jim pritrjujejo. Vse več je ljudi, ki odkrito povedo, da ne razumejo tega, kar je v cerkvenih dokumentih, velikokrat pa ne razumejo tudi tega, kar govorijo duhovniki pri pridigah. Še več. Jezikoslovec in pisec priljubljenih slovnice za otroke in mladino dr. Kozma Ahačič celo meni, da tudi nekateri laiki, ki več nastopajo

v okviru Cerkve, prevzemajo nerazumljivo govorico in z njo nagovarjajo ljudi.

»Potreba, da bi že z načinom, kako oblikujemo stavke, kako izbiramo besede, izrazili svojo vero, spominja na farizejstvo, proti kateremu se je boril Jezus. Če takšen način še nekako deluje znotraj razmeroma zaprtih katoliških skupin, morda celo katoliških šol, pa je ob soočenju s širšo javnostjo za sporočilo o tem, kdo verniki smo, lahko zelo škodljiv. Čeprav smo iskreni, lahko preveč cerkveno ali versko obarvan jezik celo znotraj Cerkve nekomu, ki nanj ni navajen, poda nevarno sporočilo: da govorimo naučeno in ne iz srca ... Jezus je uporabljal sila preprost jezik, podobe je jemal iz vsakdanjega življenja, tako da so jih razumeli tudi neuki. Temu so sledili tudi apostoli. Ena najpogostejših napak, ki jih delamo na tem področju, je uporaba svetopisemskega načina izražanja, ko opisujemo povsem običajne stvari.

Namesto, da bi rekli *»Sem oče dveh otrok, lepo družino imam,*« rečemo *»V našem družinskem občestvu živim poslanstvo očeta dveh otrok.*« ... Namesto da bi človeka z družinskimi težavami potolažili in mu rekli *»Glej, skupnost smo in ti bomo stali ob strani,*« rečemo *»Naše občestvo ti bo pomagalo nositi tvoj križ.*« Če bi bili vsi verniki visoko izobraženi teologi, bi to morda še šlo. A večinoma smo vsi precej običajni ljudje, ki si želimo jasnost, ko delujemo znotraj krščanske skupnosti. Osnova za jasnost pa je jasen jezik. Ali kot pravi Jezus: *»Vaš da naj bo da in ne naj bo ne.*« (Mt 5,37, Jak 5,12)

Ahačič nato opozarja, da uporabljamo nerazumljiv jezik v okoljih, kjer ga ne razumejo: *»Na priprave na zakon na primer ne hodijo sami teologi in poznavalci Svetega pisma, pa vendar tako pogosto slišimo na njih nasvete, kot so, Vajina družina bo ikona Kristusa, če se bosta zavedala, da sta uda Kristusovega telesa,*‘ namesto da bi povedali *»Kot srečna in duhovno izpolnjena zakonca bosta živela samo, če bo vsak od vaju sledil Kristusu in izhajal iz nesebične ljubezni.*‘ Ali pa svetujemo: *»Podarjajte se drug drugemu, da bosta v polnosti živela blagoslov družinskega občestva,*‘ namesto da

bi povedali *»Če želite živeti srečno družinsko življenje, vama bo pomagalo, če bosta manj osredotočena nase in bolj drug na drugega.*‘«

Jezikoslovec opozarja na še eno zelo perečo plat tega problema, da se tisti, ki te govorice ne razumejo, čutijo izločeni iz cerkvene skupnosti: *»Nekateri ljudje se takšne govorice prestrašijo in se, še preden bi zaslišali vsebino povedanega, čutijo izločene. S takšno govorico jim lahko nevede sporočimo, da ne spadajo med nas. Spet drugi ljudje dobijo občutek, da se bodo lahko v skupnost vključili le, če bodo ponavljali jezikovne obrazce, besede, metafore in simbole, ki so jim sicer tuji. Bojijo se govoriti preprosto. In potem težko govorijo povsem iz srca.*«¹⁴

Opisane težave nam ne smejo jemati poguma. Cerkev se ni prvič znašla pred ovirami in težavami. V zgodovini se je že velikokrat soočila z njimi. Sedaj smo na vrsti mi. Težave ne pomenijo, da ne bomo več oznanjali, ampak da bomo spremenili naš način oznanjevanja in našo govorico. Ali kot bi rekel papež Frančišek: *»Tegobe našega sveta - in tegobe Cerkve - nam nikdar ne bi smele biti opravičilo za zmanjševanje naše zavzetosti in gorečnosti. Glejmo nanje kot na izzive, da rastemo*« (VE 84).

NOVA INKULTURACIJA

Zato bomo zaradi sprememb v kulturi tudi naše oznanilo morali drugače oblikovati. Potrebujemo nekakšno ,ponovno inkulturacijo‘ evangelija v naš čas.

1. V naši kulturi, ki jo bistveno sooblikujejo mediji, je zato izredno pomembno, *kako* neko stvar povemo (*know how*), in ne samo, *kaj* povemo (*know what*). Naj omenim, da sem temu, kako danes sporočati, namenil več poglavij v knjigi *Sporočam veselo novico*, v kateri sem zbral precej napotkov za pastoralnega delavca in za vsakega kristjana, ki mora nastopati v medijih in drugod ter oznanjati v kulturi, ki so jo bistveno zaznamovali mediji.¹⁵ Nikakor ni več dovolj samo poznavanje vsebine Svetega pisma, teologije, filozofije, zgodovine ... Tema dvema bomo morali dodati še tretji element, razlog, *kakaj* nekaj povedati (*know*

why). Pri pastoralnem delavcu ta izvira tudi iz dobre duhovne formacije.

2. Svet medijev je po svoji naravi nezaupljiv do avtoritet, vključno s Cerkvijo. V Sloveniji moramo reči predvsem s Cerkvijo. Zato so do nje tako kritični, včasih celo krivični in komaj čakajo na kakšen škandal. »Neki prelat me je nekoč vprašal: ‚Kakšna je najboljša obramba proti novicam o škandalih v Cerkvi?‘ Odgovoril sem mu: ‚Kreposti‘«. ¹⁶ V nekaterih žalostnih primerih, ko teh ni, ostane resnica edina obramba. Pri tem se potrudimo, da bomo čim bolj verodostojni, da ne bomo nikogar krivično osumili, če mu ni bilo nič dokazano in ne bomo kršili moralnih zapovedi z obrekovanjem. Seveda pa ne bomo mogli zanikati nečesa, kar se je zgodilo.

3. Današnja kultura je zaznamovana z relativizmom. Tega je internet še posebej utrdil, saj gre za popolnoma nove posledice, ki jih potegne za seboj: »izguba specifične informacije, izenačevanje sporočil, skrčenih v golo informacijo, odsotnost vmesnih reakcij odgovornih ljudi na sporočila iz omrežja, svarilen učinek, kar zadeva navezovanje osebnih stikov«. ¹⁷

JEZUS VZOR SPOROČANJA (KOMUNIKACIJE)

Nova kultura je tudi zaradi vpliva medijev bolj vizualna in ljubi simboliko. ¹⁸ Jezus je izredno obvladal ‚simbolično obnašanje‘, saj je uporabljal simbolična, naravnost zakramentalna dejanja. Zakrament označujemo kot vidno znamenje, ki ga je ustanovil Kristus, da bi nam posredoval nevidne milosti. Jezus je uporabljal zunanja znamenja, da bi nakazoval na neko drugo resničnost: blato na očeh slepega človeka, slina na ušesih gluhega. Simbol privlači pozornost in nas mora voditi k notranjim resničnostim, ki jih predstavlja: polivanje z vodo pri krstu nas vodi k resničnosti odpuščanja grehov, maziljenje pri nekaterih zakramentih nas vodi k duhovni moči ... ¹⁹

Najbrž nam ni še nikoli prišlo na misel, da je katoliška vera s svojim čutom za konkretno,

materialno in simbolično dovzetna (pre-disponirana) za televizijo in posledično za podobo. Ironija je, da se televizije velikokrat poslužujejo razni fundamentalistični protestanti, ki največkrat izhajajo iz reformne tradicije, ki je zavračala in celo zasmehovala podobe, simbole in celo zakramente. S komunikacijskega vidika je katolištvo veliko bolj celostna, umirjena in sodobna tradicija (beseda in podoba) v nasprotju s protestantsko, ki je ozka (samo beseda). Katolištvo je z vidika podobe izredno bogata tradicija (npr. slikarstvo, pa tudi gledališče, ki se je razvilo iz srednjeveških pasijonskih iger). ²⁰ Pa tudi Jezus pri svojem oznanjevanju ni uporabljal samo besed, ampak tudi zakramentalne simbole svoje odrešenjske ljubezni. Ko je Jezus odreševal človeštvo, je povzdignil tudi stvarstvo. ²¹

Jezus je bil zato res popoln sporočevalec (komunikator) (prim. ON 11 in EO 32), ker je uporabljal tristopenjski model komunikacije: osebno svetost (pričevanje), besedo, ki vzbuja razmišljanje (pomen besede) ter ustvarjalno in spoštljivo uporabo naravnih materialov (pomen podobe). V nekem smislu je uporabljal govorico, ki jo zahtevajo sodobni mediji. Znal je komunicirati v različnih okoliščinah s sredstvi, ki so mu bila na razpolago v času njegovega učlovečenja na zemlji. Dejansko predstavlja prav učlovečenje – beseda, ki je postala meso – višek komunikacije in je njen vzor, kajti Kristus, čeprav Bog, uporablja govorico kulture, v kateri živi, da ga lahko vsi razumejo.

MOČ PRIČEVANJA IN POMEN SIMBOLOV

Gotovo drži vse do sedaj povedano o pomenu spremenjenih razmer v današnji kulturi in o pomenu spreminjanja govorice pri oznanjevanju. Nikakor pa ne moremo mimo dejstva, da govorica niso samo besede. Govorica oznanjevanja je širša. Zato v novi kulturi pridobiva moč pričevanje. Človek, ki živi evangelij, je najboljši časopis, film, oddaja, knjiga ali spletni portal, ki govori o

Bogu. S pričevalcem se lahko identificirajo drugi ljudje, ki se bližajo Bogu. Identifikacija je lastnost, ki jo sodobni mediji izredno poudarjajo. Zato ni čudno, če zadnji papeži tako poudarjajo pomen pričevanja in celo mučeništva kot najvišje oblike pričevanja.²²

Tako je Janez Pavel zapisal, da je pričevanje prva oblika evangelizacije (prim OP 42), zato je pričevanje z življenjem ena najboljših oblik oznanjevanja tudi v našem času. Ali kot je že leta 1975 dejal papež Pavel VI.: »Današnji človek raje posluša pričevalce kakor pa učitelje, če pa posluša učitelje, jih zato, ker so pričevalci.«²³ V spodbudi *O evangelizaciji* še dodaja: »Dobro vemo, da je moderni človek, sit od poplave besed, dostikrat naveličan poslušanja; in še huje; da se ga beseda že kar več ne prime. Znane so nam ideje mnogih psihologov in sociologov, ki trdijo, da je moderni človek že pustil za seboj kulturo besede, ki da je postala neuspešna in nekoristna, in da danes živi v kulturi podobe.« (OE 42)

Lahko bi rekli, da je pripoved o pričevanju običajno ‚zavita‘ v zgodbo, zgodba pa je konkretna, je beseda, prevedena v podobo. V obratu k narativnemu vidimo, kako važno je, da znamo ponuditi svoje pričevanje. Če nas pripovedi drugih privlačijo, je osebno pričevanje oblika povezovanja z našo globoko notranjostjo in odpira nove poti v duhovnem svetu.

Krščansko pričevanje razlaga o tem, kako je Kristus spremenil življenje pričevalca. Ni toliko važno, kaj smo mi naredili za Kristusa, ampak je bolj važno, kaj je Kristus storil za nas. S tega vidika se ne osredotoča toliko na pričevalca, da bi ga drugi občudovali, ampak na osebo Jezusa Kristusa, na njegovo sporočilo in dela: ne »Jaz sem spremenil ...«, ampak »Kristus me je rešil ...«, »On me ljubi ...«.

FENOMEN PAPEŽA FRANČIŠKA

Tudi zaradi tega imajo nekateri papeža Frančiška za odličnega papeža, najprej, ker zna govoriti drugače od drugih oznanjevalcev, in ker je mojster konkretne govorice. »Zato nam je papež Frančišek lahko zgled tudi na

jezikovnem področju. Zgled, da je najbolj prav, da tudi znotraj Cerkve govorimo sproščeno, v jeziku, ki je povsem naš in ne naučen. Jezik je namreč močno povezan z našimi občutji. Če je jezik naučen in ni naraven, potem bomo tudi svoja občutja izražali naučeno, prek filtra, ne povsem iz srca,« pravi že navedeni jezikoslovec Kozma Ahačič.²⁴

Še bolj kot v jezikovnem pogledu nam je papež Frančišek lahko zgled v oznanjevanju evangelija z življenjem. Torej kot pričevalec. To, kar govori, najprej sam živi. Ve, na kaj je občutljiv sodobni človek. V Sloveniji, pa tudi drugje, imajo ljudje radi predstavnike oblasti, ki so doberdelni in imajo čut za revne in obrobne. Papež Frančišek je že kot buenosaireški nadškof obiskoval vernike v revnih predmestjih, se vozil s podzemno železnico, imel skromen talar ... Pravo nasprotje nekaterih kardinalov, ki ljubijo razkošna stanovanja ali mogočne gradove, luksuzne limuzine, obleke z vlečkami itd.

IZLET V PRETEKLOST IN NE SAMO

Naj si tukaj dovolim ‚miselni izlet‘ v preteklost. Cerkve je bila vedno neprivlačna, ko je bila navezana na bogastvo. Enako velja za oznanjevalca. Pisatelj Alojz Rebula je že leta 1966 imel predavanje za slovenske zamejske duhovnike v Trizizmu pri Vidmu z naslovom *Slovenski duhovnik po koncilu*. »'Kjer je far, tam je denar.' Vidite, slovenščina je zmogla ta strašni pregovor v času, ko je bila bogaboječa,« je zapisal. Duhovnikom ne daje plehklega nasveta, naj ne uporabljajo nobenih dobrin in nobenega napredka tehnike. »Kristus ni zavrnil mezga ne Pavel rimske ladje ne Don Bosco vlaka ne Janez XXIII letala ... Vprašanje je le glede ‚stila‘: koliko vse to ostaja orodje in postane kult.«²⁵ Jedrnato povedano, da ni kaj dodati.

Modrosti tega pisatelja naj dodam še modrost drugega mojstra peresa, ki je bil tudi ‚profesionalni oznanjevalec‘, Frana Saleškega Finžgarja. Tudi on je kot duhovnik razmišljal o nevarnosti bogastva. Ko je odhajal iz župnije Sora (leta 1918, torej pred sto (!) leti), je

zapisal: »Ugotovil sem trdno, da pri duhovniku najbolj sovražijo skopost, z njo oblastnost in nepostrežljivost. Kdor skuša biti po Pavlovo *omnibus omnia* (vsem vse), bo žel hvaležnost in ljubezen. Zaklenjeno župnišče, trdi odgovori, slepe oči za reveža in stisnjena roka, to je vse huje, kakor kar koli izmed človeških slabosti.«

²⁶ Finžgarjeve besede zlahka prenesemo na Cerkev. Kar je zapisal, da zamerijo duhovniku, zamerijo tudi Cerkvi. Naj dodam, da je tem besedam botrovalo pretresljivo pisateljevo izkustvo, saj so mu župljani odpustili ‚greh mesa‘, vedel pa je, da mu ne bi odpustili skoposti in neobčutljivosti za reveža. Škoda, da je urednik zbranih del te njegove besede dal med opombe ...

Če je torej že v preteklosti veljalo, da ljudje ne marajo Cerkve, navezane na bogastvo, to toliko bolj velja danes. Zato je jasno, da med govorico Cerkve sodobnemu svetu spada predvsem pričevanje. Tudi pričevanje z življenjem, nenavezanim na bogastvo. Cerkev v Sloveniji bi se morala po finančnem zlomu mariborske nadškofije tega še bolj zavedati. Menim, da nekaterim v Cerkvi še danes ni jasno, koliko škode je naredila ta afera. Ne sprenevedajmo se in se od nje distancirajmo, sicer ne bomo niti verodostojni, kaj šele pričevanski. Tudi socialne razlike med duhovniki (eni z več dohodki, drugi z manj) niso pričevanje sodobnemu svetu. Menim, da je Cerkev za ljudi zanimiva takrat, ko ima nekaj, kar drugi nimajo. Socialnih razlik pa je v svetu že dovolj in jih ljudem ni treba opazovati še v Cerkvi. Tu nas čaka še precej dela.

Naj se sliši še tako čudno, a vendar je Cerkev na področju spolnih škandalov, zlasti pedofilije, naredila korak naprej, ko je uvedla stroge predpise in sankcije za storilce. Gotovo bi bilo bolje, če bi take ukrepe sprejela že pred leti. In vendar ji glede ‚očiščevanja‘ spolnih škandalov lahko sledijo druge organizacije (npr. športne, politične, filmska industrija, celo najvišje akademske vode, kot je Švedska akademija in druge), ki se s tem ‚očiščevanjem‘ še spoprijemajo. Seveda je to nikoli končano prizadevanje (za Cerkev in za

druge), saj je nujna stalna opreznost na tem področju.

Pa še nekaj je. Mediji so v sodobnem času približali velike osebnosti. Včasih nismo vedeli o angleški kraljici ničesar. Danes po zaslugi medijev vemo, kdaj je noseča, kaj je oblekla za mašo na veliko noč in kakšne igračke imajo ‚prestolonasledniki‘. Pred stoletji ljudje niso imeli pojma, v kakšnem stanovanju biva papež. Danes nam fotografii približajo njegovo notranjost. Vidimo ga lahko, kako obeduje s svojimi sodelavci.

Tega se močno zaveda papež Frančišek. Zato ni šel bivat v papeško stanovanje, ampak v Dom sv. Marte. Ker pozna moč simbolne govorice. Ve, da danes ljudi odbijata brokat in zlato. Zato nosi kovinski naprsni križ in zato ga nikoli niste videli maševati v brokatnem mašnem plašču. Zakaj bi si oblekel tak mašni plašč, ki bi koga odbil? Ve, da mora biti ljudem blizu, zato obiskuje sirotišnice, otroške in druge bolnišnice ... To so simbolna dejanja, ki ljudem veliko pomenijo, in jih papež Frančišek obvlada. Tako pričuje in tudi, če ne predvsem, s tako govorico oznanja Kristusa. Tudi zato v svoji apostolski spodbudi *Veselite evangelija* ne govori toliko o oznanjevanju z besedami, ampak govori o državah Cerkve in državah oznanjevalca, saj oznanjamo bolj z državami (pričevanjem) kot z besedami.

Sodobni človek je odprt za pričevanje, ki je vedno konkretno. Med priljubljenimi svetniki našega časa so p. Pij iz Pietrelcine, Mati Terezija iz Kalkute in Janez Pavel II. Zanimivo, da so bili vsi strogi. Niso popuščali ne pri učenju (Janez Pavel II, p. Pij), ne v življenju (Mati Terezija), a so kljub temu bili za ljudi privlačni, ker so to, kar so učili, tudi živeli. Ljudje so jim prisluhnili že v času, ko so živeli, in še danes jih nagovarjajo, a ne z abstraktnimi idejami ali visoko donečimi besedami, ampak s konkretnim uresničenjem evangelija, ne s svojimi teorijami, ampak s svojim življenjem po evangeliju. Lep vzorec za delovanje Cerkve v sedanjem svetu: ne s popuščanjem, ampak z govorico, blizu ljudem, in z osebnim pričevanjem bo Boga približala ljudem.

KRATICE CERKVENIH DOKUMENTOV

VE – Papež Frančišek, apostolska spodbuda *Veselje evangelija*

EO – Papeški svet za družbeno obveščanje, *Etika oglaševanja*

OP – Janez Pavel II, okrožnica *Odrešenikovo poslanstvo*

NČ – Papeški svet za družbeno obveščanje, *Na pragu novih časov*

O – *Odlok o sredstvih družbenega obveščanja drugega vatikanskega koncila*

BR – *Dogmatična konstitucija o božjem razodetju drugega vatikanskega koncila*

D – *Odlok o službi in življenju duhovnikov drugega vatikanskega koncila*

ON – Pastoralno navodilo o sredstvih družbenega obveščanja *Občestvo in napredek*

ZTT – Janez Pavel II, Apostolsko pismo *Ob začetku novega tisočletja*

¹ Navodilo za izvajanje Konstitucije o svetem bogoslužju, Ljubljana 1967. 54.

² Prim. M. Real, *Super Media*, A Cultural Studies Approach, Sage Publications, Newbury Park London New Delhi 1989, 36, kjer pravi: »Super mediji – to pomeni sodobni elektronski mediji – ustvarjajo, izražajo in zrcalijo kulturo.«

³ KL 44.

⁴ OP 37b; prim. tudi: NČ 11. P. Babin pravi, da je to »eno najlepših besedil cerkvenega učiteljstva o komunikaciji«. P. Babin, *Communication*, Crec-Avex Ecullly, France 1991, št 15.

⁵ EO 22. O tem, kako je treba sporočilo prilagoditi mediju, v katerem bo objavljeno, govori tudi (nekdanji) prefekt Tajništva za komunikacijo pri Svetem sedežu, msgr. Dario Eduardo Viganò, prim.: *Mediji morajo podajati pravi ključ za branje resničnosti*, Ognjišče april 2018, 11. O problemu evangelizacije kultur, oziroma o kulturnih območjih kot modernih areopagih glej članek: Marcello Zago, »Gli ambiti della missione Ad gentes«, v: *Cristo, Chiesa, Missione, Commento alla Redemptoris Missio*, Pontificia Università Urbaniana, Rim 1992, 167-185. Po mnenju avtorja danes misijonsko delovanje pomeni evangelizirati kulturo. Tega dela si ne moremo zamišljati brez medijev. Ti niso samo »orodje« evangelizacije, ki bi samo prenašali in razširjali evangelijsko sporočilo, ampak je »od njihovega vpliva v veliki meri odvisna sama evangelizacija moderne kulture« (OP 37b). Komunikolog Robert White poudarja, da uspeh pri evangelizaciji in uspeh cerkvenih medijev opazimo takrat, ko zmorejo svoje sporočilo oblikovati v slogu nove kulture, ki so jo ustvarili mediji. Prim. R. White, »I mass media e la cultura nel catolicesimo contemporaneo«, v: *Vaticano II. bilancio e prospettive*, ur. R. Latourelle, Cittadella Editrice, Assisi, 1987, 1551.

⁶ Zdi se mi, da je ustvarjanje pomena izredno pomembna stvar. Ko kristjani npr. govorimo o Cerkvi, ima ta za nas določen pomen (Kristusova ustanova za odrešenje ljudi), za anarholiberalce pa to pomeni povsem nekaj drugega (simbol zatiranja in nesvobode, srednjeveški ostanek). Ko neka skupina (npr. kristjani) stopi v javnost, mora upoštevati, da bodo nekatere pomene, ki jih oni dajejo stvarjem, drugi razumeli popolnoma drugače. Zato je prav

je, da svojo govorico in svojo logiko mišljenja prilagodi skupni kulturi, simbolom in govorici, ki so skupni vsem in ne »vsiljevati« svojih simbolov, govorice drugim skupinam. Upoštevati moramo tudi naravo simbola: En simbol lahko v sebi združuje več pomenov. Zato ga različne kulture lahko različno razumejo.

⁷ Podobno vlogo komunikacije zagovarja teolog A. Dulles, *The Church is Communications*, v: *Multimedia International*, 1971, 5- 18.

⁸ M. Rupnik, *Dall'esperienza alla sapienza*, Lipa, Rim 1996, 54. Prim tudi J. Fiske, *Reading the popular*, Routledge, London in New York 1989, 1.

⁹ Prim. M. Rupnik, »Il coraggio del dialogo critico con le culture di oggi«, v: *Novita della soglia*, Lipa, Rim 1995, 103-145.

¹⁰ Če se komu zdi ta podoba premalo krščanska, naj omenim, da jo je zapisal v svojo poslanico za svetovni dan sredstev družbenega obveščanja tudi papež Janez Pavel II. leta 1992. Tam pravi: »Javna glasila so vstopnica do vsakega človeka na sodobnem trgu, kjer javno izražajo misli, izmenjujejo ideje, kjer krožijo novice in kjer se oddaja in sprejema različne informacije.«

¹¹ Prim. J. P. Foley, »I media e la Cheisa«, v: *La sfida della comunicazione*, Milano 1997, 23.

¹² Prim. B. Sorge, »Nuova evangelizzazione e comunicazione sociale«, v: *La sfida della comunicazione*, Milano 1997, 73-77.

¹³ Prim. B. Sorge, n. d. 80.

¹⁴ Kozma Ahačič, *Zakaj govori papež Frančišek bolj preprosto kot slovenski verniki?*, Ognjišče, april 2018, 115.

¹⁵ Gre za knjigo *Sporočam veselo novico*, Ognjišče 2001, in prenovljeno izdajo leta 2010.

¹⁶ Prim. J. P. Foley, n. d. 24.

¹⁷ Prim Papeški svet za kulturo, *Za pastoralo kulture*, Ljubljana 2009, CD 85, 9.; prim tudi Lucio Ruiz in Daniel Arasa, »Internet«, v: *Introduzione alla comunicazione istituzionale della Chiesa*, EDUSC, Roma 2009, 177-205.

¹⁸ Prim OE 42.

¹⁹ Prim. C. M. Martini, *Effata*, Milano 1990, 92- 100 in J. P. Foly, n. d. 19.

²⁰ Prim. R. Mahony, »Pogovor s Hollywoodom«, v: *Etika oglaševanja*, CD št. 72, Ljubljana 1997, 43-44.

²¹ Prim. J. P. Foley, n. d. 19.

²² Prim. o pričevanju: OP 42; OE 41 in o mučeništvu OP 45; ZTT 37.

²³ Pavel VI., govor laikom, 2.10. 1974, navedek v OE 41.

²⁴ Kozma Ahačič, n. d. 115. O tem, kako naj se ne izražamo »naučeno, prek filtra, ne povsem iz srca«, govori naravnost papež Frančišek, ko v apostolski spodbudi *Veselje evangelija* poudarja pomen »govora srca« in pravi, naj Cerkev »pridiga ljudem kakor mati, ki govori svojemu otroku v zavesti, da ji otrok zaupa, da je vse, kar ga uči, v njegovo korist, ker se čuti ljubljenega. Vrh tega /.../ dobra mati /.../ posluša njegove skrbi in se uči od njega. /.../ Kakor nam je vsem všeč, če ljudje govorijo z nami v naši materinščini, tako je tudi v veri. Všeč nam je, če nam spregovorijo v ključu materinske kulture, v materinem narečju« (139).

²⁵ Alojz Rebula, *Na slovenskem poldnevniku*, Maribor 1991, 292.

²⁶ Fran Saleški Finžgar, *Izbrano delo*, Celje 1962, knjiga VII, 408.