

KRITIČKI ODNOS CRKVE PREMA POTROŠAČKO-HEDONISTIČKOM MENTALITETU

IVAN DEVČIĆ, RIJEKA

Ako pojedincu ili društvu materijalna dobra postanu glavna briga i životni cilj, govorimo o »potrošačkom mentalitetu«, »potrošačkom društvu« ili o »potrošačkoj civilizaciji«. To upravo vrijedi za mnoge suvremenike i za suvremenu tehničko-industrijsku civilizaciju koju se zbog toga naziva »potrošačkom«.

Time se, naravno, ne želi reći da čovjek u prijašnjim vremenima nije proizvodio, trošio i uživao, nego je riječ o materijalističkom shvaćanju čovjeka i cjelokupne zbilje te o postavljanju privatnog i beskonačno rastućeg konsuma za glavni kriterij društvenog statusa i vrijednosti ljudske egzistencije uopće. Na taj se način čovjeka svodi na biće koje svoj smisao nalazi ne u postizanju duhovnih vrijednosti nego u sve većoj potrošnji i proizvodnji materijalnih dobara, što postaje njegova glavna briga. Ujedno se, zanemarivanjem osnovnih načela društvenog života, mijenja i društvena vrijednosna struktura. Sve to ima i svoju ekološku cijenu, jer beskonačno rastući konsum zahtijeva nekontroliran rast privredne proizvodnje, što do krajnjih granica iscrpljuje prirodne zalihe i narušava ravnotežu ekološkog sustava.

Međutim, nijedna stvar nije posve crna, pa tako ni potrošačka civilizacija koja ima i svoje pozitivne strane o kojima i Crkva vodi računa. Zbog toga prvo poglavlje ovog izlaganja govori i o negativnim i o pozitivnim gledištima potrošačkog mentaliteta i civilizacije. Nakon toga, u drugom poglavlju, na nekoliko se primjera prikazuje vrlo diferenciran odnos Crkve prema potrošačkoj civilizaciji: Crkva u njoj nalazi mnoge pozitivne elemente, uočavajući i vrednujući je u svjetlu cjelovite istine o čovjeku. Drugim riječima, Crkva ne osuđuje toliko ono što potrošačka civilizacija čini i za čime teži, koliko svrhu i smisao koji tome daje. Na kraju se, u završnom poglavlju, izlaže metafizička i antropološka pozadina i ujedno predstavlja cjelovita skica crkvene kritike potrošačkog mentaliteta i njegove civilizacije. Alternativa Crkve kad kritizira potrošačku civilizaciju i nudi joj zamjenu, zove se »civilizacija ljubavi«.

I. Svijetle i tamne strane potrošačke civilizacije

1. Što reći u prilog potrošačkom društvu?

Potaknut neodoljivom željom za posjedovanjem i moći, potrošački je mentalitet prvi put u povijesti uspio stvoriti civilizaciju koja ima preduvjete za rješenje mnogih znanstvenih, tehničkih i gospodarskih problema čovječanstva čije ostvarenje je čovjekov vječni san i želja. Ta je činjenica toliko važna da, kako se čini, zasjenjuje nedostatke potrošačkog društva, jer čovjeka jedva nešto toliko ponizuje i otuđuje kao glad, siromaštvo, bolesti, neprosvijećenost i slične posljedice gospodarske bijede.

Osim što je stvorila uvjete za rješenje gospodarskih i znanstveno-tehničkih problema ljudi, potrošačka civilizacija je istodobno razvila demokratski politički sustav i afirmirala prava i slobode čovjeka. Drži se da su i moderna demokracija i moderni kapitalizam, kojima treba ponajprije zahvaliti na blagodatima potrošačke civilizacije, iznikli iz istih povijesnih impulsa: »Ti su impulsi, prije nego što su pronađene institucije koje će ih ostvariti, postojali u moralnom obliku; smjerali su na to da (1) ograniče moć države u ime obrane od tiranije i stagnacije te da (2) oslobode snage pojedinca i nezavisno organiziranih zajednica.«¹ U tom smislu M. Novak govori o »demokratskom kapitalizmu« (koji čine demokratska politička zajednica, ekonomija utemeljena na tržištu i poduzetništvu te liberalni moralno-kulturni sustav), tj. o nužnoj povezanosti kapitalizma i demokracije, i to iz dvojakog razloga: 1) »jer su gospodarske slobode bez političkih inherentno nestabilne«, 2) jer iskustvo ekonomske slobode potiče i zahtijeva političke slobode.²

Prema istim shvaćanjima, tržište i bogatstvo roba koje ono nudi prije afirmiraju i promiču, nego nijeću i ograničuju čovjekovu slobodu i osobnost. Tek kad je ponuda obilna, pojedinac može kupovati po vlastitom izboru i ukusu, zadovoljavajući na taj način ne samo svoje potrošačke potrebe nego i svoju želju da bude različit, drukčiji, svoj.

Osim toga, materijalno blagostanje, dok jamči egzistencijalnu sigurnost, omogućuje čovjeku da se više posveti razvijanju drugih sposobnosti, npr. kulturnim i sportskim aktivnostima. Može se zapravo reći da svi napori potrošačkog društva nastoje ljudski život učiniti lakšim, kvalitetnijim i sretnijim. »U biti, potrošačko društvo izražava želju da svaki čas života pretvori u blagdan koji nije usredotočen na neka godišnja ponavljanja, određena kalendarom i tradicijom... Nisu potrebni posebni momenti da bismo imali blagdan, svaki izgovor je dobar, stoga je traženje blagostanja trajno i cjelovito.«³

¹ M. NOVAK, *Duh demokratskog kapitalizma*, hr. pr., Zagreb, 1993., 10.

² *Isto*, 11.

³ G.P. DI NICOLA, *Per un'ecologia della societa. Problemi di sociologia*, Roma, 1994., 194 sl.

Zbog svega toga čini se da »širenje potrošnje ne umrtvljuje nužno individuum, svodeći ga na beskonačno malu jedinicu bezlične mase«. ⁴ Naprotiv, ono ga, stvaranjem preduvjeta za ostvarivanje njegove slobode i osobnosti, barem nazgled revalorizira, jer ga oslobađa skučenih i precizno utvrđenih okvira i uloga kojima je bio u ranijim društvima određen te mu tako omogućuje da manifestira i ostvari svu širinu i bogatstvo svoje osobe.

2. Negativna gledišta potrošačkog društva

Uz važna pozitivna gledišta, potrošačko društvo obiluje negativnostima koje znatno zasjenjuju sve prednosti. Dok se koje desetljeće ranije ograničenost prirodnih resursa činila kao nepremostiva granica potrošačkom načinu i shvaćanju života, danas se jači naglasak stavlja na ekološke probleme koje potrošačka civilizacija stvara, pileći tako granu na kojoj stoji. Ali postoje i brojni drugi problemi od kojih ćemo ovdje spomenuti samo neke.

1) Ugroženost slobode i demokracije

Poznato je da demokraciju u potrošačkim društvima, iako je vrlo razvijena, ugrožava upravo pretjerana obuzetost materijalnim dobrima i njihovim nekontroliranim stjecanjem. Ispunjenje potrošačkih zahtjeva povezano je, naime, sa sve složenijim i nepreglednijim problemima, kao što su nove tehnologije, neprestan rast proizvodnje, sve kvalitetniji proizvodi, investicije, stabilnost valute, zaštita okoliša, itd. Svi se ti problemi mogu rješavati samo uz pomoć složenog državnog i tehnokratskog aparata kojemu značenje raste usporedo sa složenošću modernog društva i s težinom političkih odluka koje treba donositi. Posljedica toga je sve izraženija nemoć parlamenta da vladi nametne svoje programe. A to znači da je utjecaj građana na vlast što ga oni provode preko demokratski izabраних носitelja mandata u parlamentu, sve beznačajniji. Sav politički razvoj teži »da stavi izvan snage kontrolu moći radi koje postoji demokratska podjela vlasti, pretvarajući sve pojedine državne funkcije u instrument jedinstvenog političkog vodstva«. ⁵ Na taj način moderno potrošačko društvo, svojom kompliciranošću i složenošću, samo ugrožava političke i demokratske slobode koje istodobno drži svojom najvećom tekovinom.

⁴ Isto, 194.

⁵ T. KOCH, Politische Form, *Handbuch der christlichen Ethik*, Bd. 2, Freiburg in Br. 1978., 234-252. U svezi s tim se govori i o »tehnokratskoj redukciji egzistencije«, usp. R. BUTTIGLIONE, L'uomo e la cultura, *La cultura strumento di ripresa della vita*, Colloquio internazionale del Centro Culturale San Carlo, Milano, 20-21. giugno 1981., Milano, 1982., str. 33-43.

Neosporno je također da čovjek-potrošač nije tako slobodan i samostojan kako se na prvi pogled čini. Zbog uvijek novih potreba koje u njemu stvaraju ekonomska promidžba i javno mnijenje, potrebno mu je sve više novaca. Posljedica toga je da »prosječni građanin ima dojam, i kad mu realni prihod stalno raste, kako jedva ima sredstava za slobodno raspolaganje, kako zapravo živi na egzistencijalnom minimumu.«⁶ To ga sili da sve više radi, dakako, na uštrb slobodnog vremena u kojem se, prema potrošačkom mentalitetu, može jedino pravo živjeti. Zbog toga se čovjek u potrošačkom društvu nalazi u svojevrsnom začaranom krugu, osjeća se stalno nezadovoljnim i otuđenim jer mora radno vrijeme sve više produživati da bi mogao pravo živjeti u slobodno vrijeme koje istodobno, zbog produživanja rada, postaje sve kraće. Tako nastaje osjećaj prikraćenosti i frustracije.

Osim slobodnim vremenom, potrošnja je motivirana i mnogim drugim razlozima koji također imaju jedva što zajedničko sa slobodom i pravom afirmacijom ljudske osobe. Nerijetko se stvari kupuju da bi se imitiralo druge, ili da bi se bilo drukčijim od njih, odnosno da bi se imalo iluziju o pripadnosti višem društvenom sloju.⁷ Motivacija zapravo varira ne samo od pojedinca do pojedinca nego i od generacije do generacije. Tako se do 50-ih godina konsum motivirao željom za društvenim ugledom; 60-ih i 70-ih godina prevladavala je erotskoseksualna motivacija (nastojanje da se uz pomoć posjedovanih stvari osvoji i zavede seksualnog partnera), a danas je izraženija potreba za samopotvrđivanjem. Pritom ipak, kako primjećuje Di Nicola, »ja uvijek dominira, bilo u slučaju da se mora iskazati u društvu, bilo da mora osvojiti partnera, bilo da mora uživati vlastito blagostanje.«⁸ Ali to »ja«, zaokupljeno isključivo samim sobom i bez oslonca u sebi, zarobljeno je više nego slobodno biće. Svatko se, naime, trudi da se pokaže drugima, ne na osnovi onoga što jest, nego na osnovi stvari koje posjeduje, vrednujući i njih istim kriterijima. Osoba tako navlači »masku«, a potrošačko društvo pretvara se u »društvo predstave« (»società dello spettacolo«).

2) Idolatrija i hedonizam

Mnogi su primijetili da potrošačka obuzetost materijalnim dobrima predstavlja svojevrsnu idolatriju. Upravo na to upozorava američki isusovac Johan Kavanaugh govoreći o sjevernoameričkom društvu: »Trebalo priznati da su u mojoj zemlji, naciji

⁶ H. KÜNG, *Christ sein*, München, 1977., 729.

⁷ Usp. H. LEIBENSTEIN, Bandwagon, snob and Veblen Effects in the Theory of Consumer's Demand, *The Quarterly Journal of Economics* (1950.), str. 183-207; cit. prema G. GABURRO i A. CRESSOTTI, Un approccio personalistico all'economia politica fondato sull'etica sociale cristiana, G. GABURRO (prir.), *Etica ed economia. Pensatori cattolici del XX secolo*, Roma, 1993., str. 212.

⁸ G.P. DI NICOLA, nav. dj., 197.

srtnoj pod mnogim vidovima, proizvodi ljudskih ruku postavljeni na pijedestal i pretvoreni u objekt kulta. Bogatstvo je postalo *načelo stvarnosti* i jednostavno načelo *duhovnosti* koje se upotrebljava kao mjerilo cijele egzistencije.«

Cilj te nezasićene težnje za posjedovanjem i stjecanjem materijalnih dobara jest hedonizam. Potrošački mentalitet stavlja znak jednakosti između posjedovanja, trošenja i uživanja. Uživa se ne samo u predmetu kupovine nego i u samoj kupovini koju se doživljava kao svojevrsnu relaksaciju i rekreaciju. Jedan od glavnih zakona ekonomske promidžbe jest prikazati predmet koji se prodaje kao izvor uživanja. U tu se svrhu osobito zlorabi ljudsko tijelo i ljudska seksualnost koji su na taj način svedeni na robu za razmjenu i uporabu. Može se čak reći da u degradaciji ljudske seksualnosti koja »postaje do te mjere moralno neutralan čin da neke najznačajnije dimenzije osobne intimnosti, objave sebe i integriteta, gube svaku vrijednost«,¹⁰ najviše dolazi do izražaja sveopći amoralizam potrošačkog mentaliteta po kojem se ne samo seksualni nagon nego i svi ostali međuljudski odnosi i sav društveni život mogu regulirati bez pomoći morala, tj. na osnovi sklada individualnih interesa i egoizama.

Međutim, jer se uživanje, kao i egzistencija, poistovjećuju s bogatstvom, moderni hedonizam nije bezbrižan kao što je bio antički. Modernog hedonista neprestano izjeda strah da će mu se uživanje umanjiti i oduzeti, boji se da će ostati bez stvari koje mu to omogućuju. Tako imamo čudnu pojavu da imanje istodobno uvećava i umanjuje uživanje, i da je zadovoljstvo »indirektno proporcionalno potrošnji: što čovjek više troši, to je manje zadovoljan.«¹¹

3) Kult nasilja

S konsumizmom raste i kult nasilja koje prožima sav privatni i javni život. Pojava nasilja nije slučajna u društvu koje se ne zasniva na suradnji i solidarnosti, nego na konkurenciji i egoizmu. U svijetu u kojem se, zbog nepravdi i nekontroliranog privrednog rasta, sve više povećava jaz između bogatih i siromašnih ljudi i naroda i gdje »nacije čine ljudi čiji je glavni motiv imanje i pohlepa, nemoguće je spriječiti rat«.¹²

Slično misli i John Kavanaugh kad tvrdi: »Kultura koja žudi za stvarima, mora nužno žudjeti i za moći. Gubitak sigurnosti koju pružaju bogatstvo i posjed, znači gubitak svega, uključno vlastite egzistencije. Iz toga proizlazi da treba bra-

⁹ J. KAVANAUGH, Il mondo della ricchezza e gli dei della ricchezza, *Concilium, rivista internazionale di teologia*, 5/1986., str. 35-44.

¹⁰ *Isto*, 40.

¹¹ G. P. DI NICOLA, nav. dj., 206.

¹² E. FROMM, *Imati ili biti?*, hrv. pr., Zagreb, 1986., 120.

niti stvari pod svaku cijenu. Diviniziranje vlasništva zahtijeva uzdizanje moći kojoj se povjerava vlastito spasenje. Bomba postaje štit i spasenje.«¹³

U takvom se svijetu odricanje, praštanje i nenasilje drže slabošću, a ne krepošću. U volji za moći prepoznaje se čovjekovu specifičnost i veličinu.

4) Otuđenost i nehumanost potrošačkog društva

Sve to pokazuje da nedostaci potrošačkog društva jako nadmašuju njegove prednosti. Potrošačko društvo duboko otuđuje čovjeka, lišavajući ga njegove osobnosti, slobode, osjećaja, smisla, udaljujući ga od prirode i drugih ljudi. Potrošački mentalitet nije mentalitet slobodnih ljudi, nego ljudi koji robuju svojim nagonima, posebno pohlepi. Sav mehanizam potrošačkog društva ne oslanja se na razum i slobodu, nego na ljudske nagone i nižu prirodu. Stoga je crkvena kritika potrošačkog društva ponajprije usmjerena na razvijanje ljudske osobnosti i na afirmaciju ljudskog dostojanstva, jer samo pod tim uvjetom stvari mogu služiti čovjeku, a ne čovjek stvarima. Da bi to bilo moguće, potrebno je, u skladu s pravom ljudskom naravi, u prvi plan, i pojedinačne i zajedničke egzistencije, staviti cjelovitu ljudsku osobu koje nema bez moralnih i duhovnih vrednota, a materijalna dobra su samo sredstva za njihovo ostvarenje. Upravo ćemo vidjeti da je to srž crkvene kritike potrošačkog mentaliteta.

II. Što Crkva cijeni u potrošačkoj civilizaciji, a što odbacuje?

Kako smo već istaknuli, Crkva ne odbacuje suvremenu potrošačku civilizaciju kao takvu, nego u njoj razlikuje ono što je dobro i vrijedno od onoga što ne valja. Pogledajmo to na primjeru crkvenog odnosa prema materijalnim dobrima, gospodarskoj proizvodnji, radu, slobodi i demokraciji.

1. Odnos Crkve prema materijalnim dobrima

Crkvenom društvenom nauku je s potrošačkom civilizacijom zajedničko visoko uvažavanje materijalnih uvjeta ljudske egzistencije. Crkva je svjesna da se čovjek bez materijalnih dobara ne može potpuno ostvariti, pa stoga podržava sve one koji nastoje na blagostanju ljudi. U tom je smislu Crkva oduvijek štitila pravo na vlasništvo, kao i pravo svakog pojedinca na minimum dobara koja su mu potrebna da bi živio na način dostojan čovjeka. U novije vrijeme, upravo u kontekstu potrošačke civilizacije, ona je zbog takvog stava bila podjednako optuživana i s kapitalističke i sa socijalističke strane; predstavnici i jednog i drugog

¹³ J. KAVANAUGH, nav. dj., 43.

shvaćanja napadali su i odbacivali crkveni pristup materijalnim dobrima, samo su im polazišta i razlozi bili drukčiji.

Budući da je branila pravo na privatno vlasništvo, socijalističko-komunistička strana optuživala ju je da podržava klasne razlike i cijeni ljude po onome što imaju, a ne po tome što su i kakvi su. Dakako, te su optužbe bile neopravdane i neutemeljene, jer glavni razlog zašto Crkva brani privatno vlasništvo nije stvaranje nejednakosti među ljudima, nego obrana dostojanstva ljudske osobe: »Biti vlasnik znači imati pravo raspolaganja vlasništvom, to pak znači ostvarivati svoju slobodu i potvrđivati se kao razumno biće. Ukratko, vlasništvo je na različite načine izraz i jamstvo čovjeka kao razumnog, slobodnog i odgovornog bića.«¹⁴ Tom dokazivanju, kojim se već Lav XIII. služio u obrani privatnog vlasništva protiv socijalista, ističući da će ljudska osoba i njezina sloboda nestati bude li država jedini vlasnik, danas, nakon neuspjeha komunističkog društvenog i privrednog eksperimenta, Crkva pridodaje, barem implicitno, bolju iskoristivost i produktivnost vlasništva ako je privatno.

Zbog toga što je naglašavala društvenu ulogu vlasništva i potrebu pravednije raspodjele zemaljskih dobara, kapitalistički ideolozi su Crkvi predbacivali opredijeljenost za socijalističke ideale i društvene nazore. Tako su neki pokušavali razloge gospodarskog zaostajanja nekih tradicionalno katoličkih zemalja pronaći upravo u jakom utjecaju Crkve koja se tobože svojim društvenim naukom više bavi raspodjelom nego proizvodnjom. Naravno, ni te optužbe nisu na mjestu, jer, ističući društvenu ulogu vlasništva i opću namjenu zemaljskih dobara, Crkva želi samo pokazati kako i pod kojim uvjetima vlasništvo može služiti čovjeku. To je samo tako moguće da od njega ima koristi čitava zajednica, a ne samo onaj tko ga posjeduje. U protivnome, i oni koji posjeduju dobra i oni koji su bez njih ostaju prikraćeni za svoju pravu ljudskost. To je upravo slučaj u suvremenoj potrošačkoj civilizaciji, što Ivan Pavao II. ovako opisuje: »Ima onih – malo njih – što mnogo posjeduju, koji uistinu nisu u stanju 'biti', jer su za to, izvrtanjem hijerarhije vrednota, spriječeni kultom 'imati'; a ima i onih – mnogo njih – što malo ili ništa ne posjeduju, koji, lišeni nužnih dobara, nisu kadri ostvariti svoj osnovni ljudski poziv« (SRS 28).

2. Proizvodnja i raspodjela

Zauzimajući se za materijalno blagostanje ljudi, Crkva se, slično kao potrošačko društvo, zauzima i za investicije i proizvodnu učinkovitost. U tom smislu II. vatikanski sabor izričito zahtijeva da »treba potpomagati tehnički napredak, otvorenost prema novomu, nastojanja na stvaranju i proširenju poduzeća, adaptaciju raznih metoda proizvodnje i žive napore svih onih koji sudjeluju u proizvodnji, jednom riječju sve ono što služi tome razvoju« (GS 64), povezujući također

¹⁴ A. STRES, *Oseba in družba*, Celje, 1991., 140.

taj zahtjev s moralnom obvezom pojedinaca »da prema svojim mogućnostima pridonesu pravom napretku svoje zajednice« (GS 65). U skladu s time u enciklici *Centesimus annus* priznaje se izričito vrijednost tržišne privrede, naime »priznaje se vrijednost jednog od temeljnih svojstava tržišnog mehanizma: vrednovanje, pomoću slobodne razmjene, specifičnih kvaliteta svakog pojedinca, tako što se u središte stavlja 'volja i nakana ljudske osobe što se u ugovoru susreću s voljom i nakanom druge osobe' (CA 40); tome se pridružuje 'pravedna funkcija profita kao pokazatelja dobrog poslovanja tvrtke' (CA 35)«.¹⁵

Ali Crkva je ujedno svjesna i višestrukih nedostataka tržišne privrede, posebno njezine strukturalne sklonosti proizvođenju i produbljivanju društvenih nepravdi, urođene joj nesposobnosti da osigura neka zajednička dobra i opasnosti »idolatrije« tržišta, »koja ne zna da postoje dobra što po svojoj naravi nisu i ne mogu biti jednostavno roba« (CA 40). Stoga se, prema crkvenom shvaćanju, gospodarski život ne može regulirati samo zakonom tržišta, nego su nužna i druga, posebno moralna načela.

3. Ekonomija i ljudske potrebe

Čovjek je i za Crkvu, kao i za potrošački mentalitet, biće potreba koje se zadovoljavaju gospodarskom djelatnošću. Ali u svezi s tim postoje i bitne razlike između potrošačkog i kršćanskog shvaćanja čovjeka, njegovih potreba i njihova zadovoljenja. Za razliku od potrošačkog shvaćanja gospodarstva, gdje se drži da se ljudske potrebe zadovoljuju posredno, Crkva ističe da je njihovo zadovoljenje, u skladu s prirodnim, kulturnim i etičkim zahtjevima, primaran cilj gospodarskog života: »Osnovni cilj proizvodnje nije puko umnožavanje proizvodnih dobara niti dobitak ili gospodovanje nego služenje čovjeku« (GS 64).

Osim toga prema kršćanskom shvaćanju, čovjek ima ne samo materijalne potrebe, nego i duhovne i religiozne. Stoga se kakvoća ljudskog života ne može jednostavno poistovjetiti s količinom posjedovanih stvari. U tom smislu Ivan Pavao II. lijepo kaže: »Zahtjev za kvalitativno više zadovoljavajućom i bogatijom egzistencijom u sebi je zakonita stvar« (CA 36). Prema tome: »Nije zlo željeti da se živi bolje, ali je pogrešan stil života koji drži boljim kad je usmjeren prema imati, a ne prema biti, te želi imati više ne da bi bio više, nego da troši egzistenciju u užitku koji je svrha samom sebi« (CA 36). Već je II. vatikanski sabor upozor-

¹⁵ IGNAZIO MUSU, *Efficienza economica e giustizia sociale*, GIOVANNI PAOLO II, *Centesimus annus*. Testo integrale dell'omonima Enciclica con i commenti di Acocella i dr., Roma, 1991., 101-106. – Nije stoga točan gore spomenut prigovor nekih iz neoliberalnih krugova da se katolički društveni nauk previše bavi raspodjelom dobara, a premalo proizvodnjom. Usp. npr. M. NOVAK, nav. dj., 24.

rio da čisto materijalističko shvaćanje kakvoće ljudske egzistencije vodi čovjeka u svojevrstnu ovisnost o ekonomiji koja se očituje kao njegova posvemašnja i trajna zaokupljenost gospodarskim brigama, tako da sav osobni i društveni život biva prožet »ekonomizmom«. Taj ekonomizam prerasta u još opasniji »konsumizam« i u razne bolesti ovisnosti, na što posebno upozorava Ivan Pavao II.

Da bi se izbjegle te jednostranosti i opasnosti potrošačkog društva, Crkva predlaže barem tri stvari:

1) Da se u pronalazačenju novih potreba i novih načina njihova zadovoljenja ima u vidu integralnu sliku čovjeka »koja će poštivati sve dimenzije njegova bića i podrediti one materijalne i instinktivne onim nutarnjim i duhovnim« (CA 36).

2) Da svi sudjelovatelji ekonomskog života, i proizvođači i potrošači, i djelatnici u javnim medijima i sama javna vlast, postupaju kao slobodna i odgovorna, a ne kao instinktivna i nagoniska bića koja ne poznaju ništa drugo nego svoje želje i interese.

3) Da se potrošačkom materijalističkom i individualističkom stilu života koji svu stvarnost objektivizira i instrumentalizira, suprotstave novi stilovi života »u kojima će traženje istinitog, i lijepog, i dobrog i zajedništva s drugim ljudima u svrhu zajedničkog rasta biti elementi koji će vladati izborom potrošnje, štednje i investicija« (CA 36).

4. Rad i slobodno vrijeme

Poput potrošačkog mentaliteta, i Crkva vidi u radu izvor zarade i dobiti, prepoznajući u tome jedno od njegovih glavnih značenja. Ali, dok potrošačko društvo poznaje samo to »objektivno« značenje rada, Crkva ističe i njegovo »subjektivno« značenje. Ono proizlazi iz činjenice da je čovjek subjekt rada. On radeći izražava i izgrađuje sebe i zajednicu kojoj pripada, a to znači »da je pravi temelj vrednovanja rada sam čovjek, njegov subjekt« (LE 6). Zbog toga je subjektivno značenje rada važnije od objektivnoga.

Drugim riječima, nasuprot potrošačkom svodenju rada na izvor zarade i dobiti, Crkva se zauzima za njegovo cjelovito i humano vrednovanje koje uključuje:

- 1) prednost rada nad kapitalom;
- 2) rad kao izvor materijalnih sredstava nužnih za čovjekov život;
- 3) rad kao izraz čovjekove slobode i samostojnosti u odnosu na prirodu;
- 4) rad kao način samoostvarenja čovjeka u skladu s njegovom duhovnom prirodom, osobito s njegovim moralnim i religioznim pozivom;
- 5) društveno značenje rada, jer čovjek radom ne razvija samo sebe i ne osigurava samo materijalne uvjete svoje egzistencije, nego također pridonosi »neprestanom razvoju tehnike i znanosti, osobito stalnom, kulturnom i moralnom, napretku društva u kojem živi u zajedništvu sa svojom braćom« (LE, početak).

Budući da se čovjek svojim radom ostvaruje kao čovjek, sigurno radno mjesto i radni uvjeti dostojni čovjeka su osnovno ljudsko pravo. Ostvarenje tog prava je stoga jedan od temeljnih gospodarskih i društvenih ciljeva. Iz toga, očito, proizlazi i neopravdanost oštrog potrošačkog suprotstavljanja radnog i slobodnog vremena. Rad i slobodno vrijeme se, po shvaćanju Crkve, ne suprotstavljaju, nego nadopunjuju. Rad svojim plodovima omogućuje slobodno vrijeme u kojem čovjek obnavlja svoje snage za novu kreativnost i ujedno obogaćuje svoje biće drugim vrijednostima i aktivnostima, kao što su kultura, šport, socijalna djelatnost, molitva, liturgija i dr. Kao što Crkva, dakle, odbacuje posve materijalističko poimanje rada, tako se protivi i posve materijalističko-potrošačkom shvaćanju slobodnog vremena, »prema kojem čovjek, izgleda, živi samo poradi njega, jer, u tom kontekstu, uspijeva konsumirati preko mjere, u stvarnosti puno više nego što si velik dio ljudi može priuštiti«. ¹⁶

5. Sloboda i demokracija

Vidjeli smo kako apologeti potrošačke civilizacije ubrajaju demokraciju i slobodu među njezine važnije tekovine. Ali te tekovine, kako se pokazalo, ta ista civilizacija svojom kompleksnošću i osobito svojim materijalizmom i ekonomizmom, istodobno potkopava i ugrožava. Nakon početnog odbacivanja demokracije, kojoj su korijeni racionalistički i prosvjetiteljski, a to znači i antireligiozni i antiklerikalni, Crkva već od vremena Pija XII. prihvaća i tu tekovinu modernog društva, prepoznajući u njoj »po usmjerenju najbolji oblik vlasti, ako predstavlja režim koji najbolje jamči sudjelovanje građana u javnom životu i omogućuje kontrolu vlasti i paralelno s time najsigurnije poštivanje građanskih prava«. ¹⁷

To, dakako, ne znači da Crkva akritički i bezrezervno prihvaća suvremenu demokraciju i njezino ostvarenje u modernom društvu. Štoviše, njezina je zabrinutost za mogućnost i budućnost demokracije puno dublja nego onih koji se – vidjeli smo – za demokraciju uglavnom boje zbog sve većeg utjecaja državnog, stranačkog i tehničkog aparata. Crkva, naime, pita zašto je demokracija u potrošačkom društvu tako ugrožena te zadnje obrazloženje za to nalazi u njezinu povezivanju s agnosticizmom i relativizmom, tj. u shvaćanju da se demokrat može biti samo ako se ne prihvaća nikakve apsolutne istine i vrednote. »Tu treba primijetiti«, kaže Ivan Pavao II., »da se ideje i uvjerenja mogu lako instrumentalizirati u svrhe moći ako ne postoji nikakva posljednja istina koja vodi i usmjeruje političku akciju« (CA 46). Isto se mora reći i o slobodi, koja »se u potpunosti vrednuje

¹⁶ G. GABURRO i G. CRESSOTTI, nav. dj., 215.

¹⁷ G. CAMPANINI, Cristianesimo e democrazia, GIOVANNI PAOLO II., *Centesimus annus*, nav. dj., str. 51-54.

samo ako se prihvaća istina: u svijetu bez istine sloboda gubi svoju vrijednost, pa se čovjek izlaže nasilju strasti i otvorenim ili skrivenim uvjetovanostima« (CA 47).

Na osnovama relativizma, agnosticizma i nihilizma nema, dakle, ni slobode ni demokracije. Tome treba još dodati crkveni stav da slobode i ljudska prava nije dosta samo formalno afirmirati, bez nastojanja da se ona uistinu ostvare za sve ljude. Od takva čisto formalnog priznavanja ljudskih prava do njihova uskraćivanja u praksi nije dalek put, što npr. potvrđuje legaliziranje pobačaja kojim se oduzima pravo na život jednoj kategoriji ljudi (nerođenoj djeci), ili faktičko dokidanje prava radnika na suodlučivanje u poduzećima koje im je – unatoč deklarativnom priznanju – podjednako zanijekano i u kapitalizmu, gdje im je mogućnost suodlučivanja minimalna, i u komunističkom socijalizmu, gdje su im prava posve uskraćena.

6. *Iskrivljena ljestvica vrednota*

Može se, dakle, reći da Crkva prihvaća i cijeni napore potrošačkog društva kako bi se poboljšali materijalni uvjeti ljudske egzistencije te ljudski život na zemlji učinio lakšim, slobodnijim i čovjeka dostojnijim. Ali ona osuđuje ekonomizam i konsumizam, tj. posvemašnju obuzetost čovjeka i društva gospodarskim i materijalnim pitanjima i vrijednostima, tako da to postaje glavna i gotovo isključiva životna briga i mjerilo po kojem se vrednuje dostojanstvo i vrijednost čovjeka. Ta iskrivljena ljestvica vrednota, na kojoj materijalna dobra zauzimaju najviše mjesto, izraz je materijalističkog shvaćanja čovjeka i sveukupne zbilje.

Međutim, da je takvo gledanje krivo, pokazuje upravo čovjekovo duboko nezadovoljstvo koje je danas možda izraženije nego ikada ranije. Potrošačka civilizacija pokušava to nezadovoljstvo ublažiti sve većom ponudom materijalnih dobara i neprestanim stvaranjem novih potreba u čovjeku. Ali, sve to ne pomaže; naprotiv, što čovjek više troši, to je, vidjeli smo, manje zadovoljan. Razlog je u ljudskoj duhovnoj naravi koju ne mogu do kraja zadovoljiti nikakva materijalna niti bilo kakva druga ograničena dobra. U tom smislu možemo u egzistencijalnom nezadovoljstvu suvremenoga čovjeka, u njegovu osjećaju praznine i besmisla, prepoznati religioznu glad i žeđ, ono »za sebe si nas stvorio, Bože, i nemirno je srce naše dok se ne smiri u tebi«, kako bi rekao sv. Augustin. Stoga Crkva, u dijalogu sa suvremenom civilizacijom, neumorno upozorava na duhovnu i religioznu dimenziju čovjekova bića i na dužnost poštivanja ljudskih potreba i obveza koje iz toga proizlaze. Pritom ipak nije riječ samo o nekakvom crkvenom kozmetičkom dotjerivanju potrošačke civilizacije, nego o radikalnoj alternativni koja se, kako smo već rekli, zove »civilizacija ljubavi«.¹⁸

¹⁸ Sam pojam »civilizacija ljubavi« prvi je upotrijebio Pavao VI., ali njegovo značenje je zapravo srž i okosnica cjelokupnog društvenog učenja Crkve. Stoga je značenje pojma starije od samog pojma.

III. Civilizacija ljubavi – alternativa potrošačkoj civilizaciji

Na osnovi dosadašnjeg izlaganja nije teško zaključiti da su glavne razlike između potrošačke civilizacije i civilizacije ljubavi metafizičke i antropološke naravi. Iz različitih metafizičkih i antropoloških koncepcija nastaje različito shvaćanje i osmišljavanje svih stvari, vrednota i pothvata koje čine i oblikuju ljudsku egzistenciju.

1. Različita metafizička polazišta

Za razliku od potrošačke civilizacije koja se oslanja na materijalističko-evolucionističke svjetonazore, koji materiju, više-manje različito shvaćenu, drže temeljnim metafizičkim počelom, a duh samo njezinom izvedenicom, civilizacija ljubavi ima svoje uporište u metafizičko-religioznoj slici svijeta, posebno u njezinoj kršćanskoj verziji. Crkva je, naime, uvjerenjena da ljudska inteligencija svojom nutarnjom dinamikom i dosljednošću vodi čovjeka, samo ako joj on ne stavlja zapreke, do Boga kao razumnog i dobrog prapočela sveukupne stvarnosti, koji mu se ujedno i po svojoj posebnoj objavi u Isusu Kristu daje kao takav spoznati. Svijet, prema tome, nije proizvod slijepog slučaja, niti nekakve metafizičke nužnosti, nego je djelo božanske ljubavi i velikodušnosti. Po redu i zakonima koji u prirodi stvari postoje i koje trebamo poštivati, kao i po milosnim darovima što nam ih u svojoj Objavi Bog daje i s kojima trebamo surađivati, nama, kao ni svemu što Bog u svojoj ljubavi stvara, nikada ne manjka Božja pomoć i zaštita. Bog neprestano uzdržava, zapravo stvara svijet.

Iz tih temeljnih metafizičko-religioznih istina Crkva izvodi glavna načela i vrijednosti za ljudski život. Ako je stvarnost u svojem iskonu ljubav, velikodušnost i solidarnost, onda ona takva treba biti i u svim svojim dijelovima. To znači da su – kad je riječ o čovjeku i ljudskom društvu – ljubav, dobrota i solidarnost temeljne vrijednosti te stoga i osnovna načela po kojima se čovjek treba ravnati u svojem odnosu prema drugim ljudima i prema svemu stvorenome. Iz tih načela slijede sva ostala, jer nema ljubavi i uzajamnosti gdje nema društvene pravednosti, gdje se ne poštuju osnovna ljudska prava, ili ako se provodi agresija nad drugima, a priroda se, koju je Bog čovjeku povjerio da joj bude »gospodar« i »čuvar«, bezobzirno iskorištava i uništava.

2. Različita shvaćanja čovjeka

Ivan Pavao II. ističe da je ispred svakog tipa civilizacije »više ili manje prikladna koncepcija čovjeka i njegova istinskog dobra« (CA 36). Promatramo li s tog antropološkog gledišta potrošačku civilizaciju, vidimo da se u njoj čovjeka shvaća ponajprije kao prirodno biće koje svoj smisao nalazi u održavanju svoje

materijalno-biološke egzistencije, tj. u proizvodnji i potrošnji materijalnih dobara. Takvo gledanje na čovjeka je logička posljedica materijalističkog svjetonazora, jer: »Gdje više nema onoga što je veće od čovjeka i njegova svijeta, tu dolazi do ideologije totalne prilagodbe svijetu potreba i društvenim prilikama, tu umire sloboda, tu se čovjek razvija unatrag ka dosjetljivoj životinji, tu skapava sva glad i žed za obvezatnom pravednošću. Smrt Boga vodi ka smrti čovjeka.«¹⁹

Usporedo s tim, potrošački mentalitet razvija ideju čovjeka kao individuum koji je potpuno autonoman i slobodan od svih vanjskih autoriteta i vrijednosti. Jedina stvarnost koju se priznaje jest upravo stvarnost tog biološkog ljudskog individuum za koji druga bića i drugi ljudi postoje samo ako služe njegovim interesima i potrebama. To je razlog zašto su u potrošačkoj civilizaciji društvo i društvene vrijednosti posve u drugom planu. Ali, kako kaže Kasper u navedenom citatu, kad se odbacuje sve što je iznad čovjeka, uništava se i samog čovjeka. U tom smislu potrošački mentalitet samo prividno priznaje čovjeka pojedinca kao najvišu vrijednost, a doista afirmira samo ekonomiju i ono što služi njezinu rastu.

Nasuprot tome, Crkva shvaća čovjeka kao biće koje na dvostruki način nadilazi materijalno-biološki red. Prvo, to se događa snagom njegova duha. Kao duhovno biće, čovjek je razumno, sebe i svojega položaja u svijetu svjesno i na taj način slobodno biće koje može sa sobom raspolagati. Takav, u stvorenom svijetu samo čovjeku vlastiti način postojanja, naziva se »osoba« kojoj je, već po tradicionalnoj Boetijevoj definiciji, svojstvena nezamjenjiva i nepriopćiva jedinstvenost, ali joj ujedno, upravo zbog razumnosti po kojoj je čovjek intencionalno otvoren cjelini stvarnosti, pripada bezgraničnost i univerzalnost. Stoga se može reći da je u osobi na jedinstven način nazočna cjelina stvarnosti; ona je »tu-bitak« (Dasein), tj. nazočnost bitka,²⁰ te se kao takva »ne smije podvrgnuti i žrtvovati tobožnjem višem cilju, vrijednosti, sklopu ili cjelini.«²¹

Osim svojim duhom, čovjek nadilazi materijalno-biološki red i po svojoj suobličnosti Kristu, u kojem je ljudska narav združena s božanskom. Kristova osoba je osoba Sina Božjega koji, iste božanske naravi kao Otac i Sin, egzistira s njima u nerazdruživom zajedništvu ljubavi i sebedarja, darujući ujedno svega sebe za spas čovjeka. To znači da je i svaki čovjek, slično kao što je Krist pravi Bog i pravi Čovjek, istodobno i božansko i ljudsko, i prirodno i natprirodno biće koje, prema tome, obvezuje i temeljni zakon ljubavi prema Bogu i bližnjemu.

Na taj način Crkva istodobno izvodi osnovna načela i pravila za ispravan čovjekov život i iz ljudske naravi koja je stvorena na »sliku Božju« (takvo izvođe-

¹⁹ W. KASPER, *Bog Isusa Krista*, hrv. pr., Đakovo, 1994., 26.

²⁰ Usp. M. MÜLLER – W. VOSSENKUHL, *Person, Handbuch philosophischer Grundbegriffe*, sv. IV. (Studienausgabe), 1059-1070; također W. KASPER, nav. dj., 237 sl.

²¹ W. KASPER, nav. dj., 239.

nje osnovnih moralnih i društvenih načela prevladava u moralnom i društvenom nauku Crkve prije II. vatikanskog sabora), i iz Božje objave u Kristu koji je tu istu ljudsku narav združio s božanskom u osobi Sina Božjega (argumentacija koja preteže u koncilskom i pokoncilskom crkvenom učenju). Rezultat koji se tako dobiva gotovo je isti u jednom i drugom slučaju. To znači da je čovjek, i po svojoj prirodi i po svojoj suobličivosti Kristu, individualno, neponovljivo i nepriopćivo biće, kao što su jedinstvene i neponovljive osobe božanskog Trojstva. I jednako tako, on je biće koje je po svojoj razumnoj duši otvoreno svijetu i može se kao osoba ostvarivati samo u svijetu osoba dakle samo u ljubavi i sebedarju, poput osoba božanskog Trojstva, koje međusobno povezuje ne samo ista božanska narav nego i međusobna ljubav.

Opet se, dakle, pokazuje da su čovjeku važnije duhovne nego materijalne vrijednosti, iako se u skladu s inkarnacijskim načelom koje proizlazi iz Kristova utjelovljenja, ali i iz svijeta kao Božjeg stvorenja, ni ove posljednje ne smiju zapostaviti. Iz svega pak slijedi da su ljubav, solidarnost i sebedarje, kao i sloboda i jedinstvenost svake ljudske osobe, a ne bespoštedna konkurencija i selekcija, temeljni zakoni naše pojedinačne i društvene egzistencije. Da bi se ostvario kao ljudsko biće, čovjek mora biti ponajprije sposoban za ljubav, što uključuje i povjerenje u druge i u njihovu sposobnost za ljubav i solidarnost. Zato civilizacija ljubavi ne zasniva egzistencijalnu sigurnost čovjeka samo na posjedovanju materijalnih dobara i raznih osiguranja, kao što je u individualističkoj potrošačkoj civilizaciji u kojoj se ljudi za slučaj bolesti, starosti i drugih nedaća osiguravaju raznim socijalnim osiguranjima i policama. Iako ne podcjenjuje te oblike egzistencijalne sigurnosti, civilizacija ljubavi računa ipak više na ljudsku solidarnost, ljubav i odgovornost koje ne može ništa nadomjestiti.

Bitna razlika između potrošačke civilizacije i civilizacije ljubavi proizlazi, dakle, iz različitog shvaćanja čovjeka. Dok u liberalizmu, glavnom ideološkom uporištu potrošačke civilizacije, čovjek tek u »drugom poluvremenu«²² stupa u odnose s drugima, a za kolektivizam koji je njezin drugi, ništa manje važan, oslonac, on tek »u drugom poluvremenu« počinje postojati kao individuum sa svojim zahtjevima i pravima, s tim da ga se i u jednom i u drugom svjetonazoru duhovnim bićem drži samo u naknadnom, drugotnom smislu, za Crkvu je svako ljudsko biće po svojoj naravi i po svojoj bogolikosti sve to istodobno, tj. čovjek je i materijalno i duhovno, i individualno i društveno biće ujedno i sve su te dimenzije njegove naravi tako međusobno povezane da se nijedna ne može ostvariti ako se pritom ne ostvaruju i sve ostale.

²² A. STRES, nav. dj., 37.

3. Istina o čovjeku temelj sveukupnog života i civilizacije

Takva istina o čovjeku mora, po shvaćanju Crkve, biti temelj sveukupnog pojedinačnog i društvenog života. Prema tome, »nije riječ samo o tome da se da apstraktni odgovor na pitanje tko je čovjek, nego je u pitanju cio dinamizam života i civilizacije. U pitanju je smisao raznih pothvata svakidašnjeg života i u isto vrijeme smisao pretpostavki brojnih programa uljudbenih, političkih, gospodarskih, društvenih, državnih i mnogih drugih« (RH 16). Drugim riječima, što god čovjek čini, treba vidjeti služi li to ostvarenju njega kao osobe, približava li ga konačnom cilju i smislu njegove egzistencije. Zbog toga se neprestano treba pitati jesu li njegove aktivnosti na gospodarskom, političkom, znanstvenom, tehničkom i svakom drugom području i njihove partikularne svrhe u skladu s njegovom posljednjom svrhom kao čovjeka, tj. s njegovim »vrhovnim dobrom«. To znači da on svoju sveukupnu djelatnost mora trajno podvrgavati etičkoj kontroli, ako je etika znanost o ispravnom ljudskom djelovanju iz perspektive čovjekova posljednjeg cilja. Crkva svojim društvenim naukom želi suvremenom čovjeku u tome pomoći, dajući mu nužnu načelnu orijentaciju.

U tom smislu, ono što je Ivan Pavao II. u svojem poznatom govoru na sjednici UNESCO-a u Parizu 1980. poručio znanstvenicima, tiče se i političara, gospodarstvenika, odgojitelja, kulturnih djelatnika, zapravo svakog čovjeka. Papa je rekao: »Čovjek će biti poslužen ako se znanost poveže sa savješću. Znanstvenik će doista pomoći čovječanstvu ako sačuva 'smisao transcendencije čovjeka nad svijetom i Boga nad čovjekom'«. ²³ Da bi, dakle, čovjek bio poslužen i afirmiran, potrebno je znanost, kao i sva ostala područja ljudske djelatnosti, trajno usklađivati sa zahtjevima morala, ljudskog dostojanstva i religije, tj. s čovjekovim posljednjem ciljem i njegovim vrhovnim dobrom.

To, između ostaloga, znači da treba nadići čisto instrumentalni um potrošačkog mentaliteta, odnosno da se valja »vratiti drukčijem pojmu uma, vratiti se ideji uma koji se rađa iz susreta i koji je kritička refleksija nad ljubavlju, tj. nad vrijednošću koja se nameće našoj savjesti«. ²⁴ Potrošačka civilizacija nastala je izoliranjem dijelova od cjeline: politika, država, gospodarstvo, znanost, umjetnost izolirane su iz cjelovite istine o čovjeku, od njegova posljednjeg i sveobuhvatnog smisla te su postavljene kao zasebne stvarnosti koje imaju svrhu u sebi. Ističući i dozivajući civilizaciju ljubavi, Crkva potiče i poziva čovjeka da ponovno otkrije istinu i smisao cjeline, jer bez toga nema ni istine ni smisla dijelova.

Cjelovita istina može kao takva biti samo religiozna. Upravo je njezino zanemarivanje i odbacivanje glavni uzrok stalne krize potrošačke civilizacije. Sto-

²³ IVAN PAVAO II., *Govor na sjednici UNESCO-a u Parizu 2. lipnja 1980.*, br. 22.

²⁴ R. BUTTIGLIONE, nav. dj., 42.

ga prevladavanje tog stanja ovisi o ispunjenju zahtjeva koji Berdjajev ovako formulira: »Bog mora nanovo postati središte svega našeg života, naše misli, našeg čuvstva, jedina naša mašta, jedina naša nada i ufanje. Moja žeđ za bezgraničnom slobodom mora biti poimana kao moja raspra sa svijetom, a ne s Bogom.«²⁵

Ali kao svaka kriza, i kriza suvremene civilizacije znači borbu oprečnih sila, pa je u tom smislu bremenita nadom. Na taj je način Berdjajev gledao na modernu povijest te je isticao da kriza koja potresa materijalističku epohu nagovještuje rađanje nove civilizacije: »Sva autonomna područja kulture i društvenog života stigla su do pustoši i nebivstva. Patos autonomno-sekularnog stvaralaštva sahnje. Unutar svih područja stvaralaštva budi se volja za religiozni izbor, za istinito bivstvo, za preobraženje života. Ni jedno područje stvaralaštva, ni jedna iz strana kulture i društvenog života ne može već ostati religiozno neutralna, potpuno sekularna. Unutar spoznaje, unutar socijalnog života budi se religiozna volja.«²⁶

Upravo je to civilizacija ljubavi koju Crkva nudi kao alternativu potrošačkoj civilizaciji i duhu iz kojega je proizašla.

4. Uloga Crkve

Zauzimanje za civilizaciju ljubavi kao alternativu potrošačkoj civilizaciji ima, naravno, odraza i na samu Crkvu. To znači da njezin cilj treba biti ponajprije organiziranje svojega nutarnjeg života na načelima vjere koju ispovijeda. Civilizacija ljubavi će se lakše graditi bude li sama Crkva zajednica koja je ustrojena na ljubavi, dijalogu i međusobnom služenju, a ne na moći i gospodarenju jednih nad drugima.

Isto vrijedi i za odnos Crkve prema svijetu. Civilizaciju ljubavi ona može graditi samo u trajnom dijalogu sa svijetom, tražeći zajedno sa svim ljudima dobre volje prava rješenja mnogih problema suvremenog čovječanstva. Pritom se njezina pozornost treba posebno usmjeriti na zaštitu moralnih vrijednosti i na prava najugroženijih. Taj nov odnos Crkve prema svijetu i nov način njezina utjecaja na društvo L. Sartori opisuje riječima: »Ne više, kao u srednjem vijeku, superiorno se oslanjajući na juridičku vlast (direktnu ili indirektnu) u ime vjere, dakle snagom investiture primljene od Boga, s pretpostavkom da je kao takvu priznaju na neki način svi ljudi; nego predstavljajući glas savjesti odozdo, tj. glas onih koji stoje na dnu, a ne na vrhu, podložnih, a ne onih koji imaju vlast; dakle, nastupajući direktnije u ime etike, u ime svijeta objektivnih vrijednosti i moralnih ideala.«²⁷

²⁵ N. BERDJAJEV, *Novo srednjovjekovje*, hrv. pr., Split, 1991., 33.

²⁶ *Isto*, 31. sl.

²⁷ L. SARTORI, *La chiesa nel mondo contemporaneo. Introduzione alla »Gaudium et spes«*, Padova, 1995., 63.

Nema sumnje da je to jedini mogući način učinkovite nazočnosti Crkve u svremenom svijetu. Svjesna toga, ona se za takvo postupanje nedvosmisleno opredijelila na II. vatikanskom saboru. Zbog toga je danas uvažavaju i nekršćani, prepoznajući u njoj glas siromašnih i ugnjetenih, kao i zaštitnicu onih moralnih vrijednosti koje su zajedničke svima, bez obzira na religijske i ideološke razlike.

Zaključak

Kritizirajući potrošačku civilizaciju, Crkva, dakle, ne zagovara nikakav krajnji spiritualizam. Za nju je čovjek tjelesno i duhovno, individualno i društveno biće. Zbog takva gledanja na čovjeka ona prihvaća neke vrijednosti potrošačke civilizacije, ali ih istodobno uklapa u cjelovitu istinu o čovjeku. Riječ je o moralno-etičkom i metafizičko-antropološkom nadopunjavanju i osmišljavanju potrošačke civilizacije. Konkretno, to znači zahtjev da se materijalna dobra podrede duhovnim, individualizam nadomjesti personalizmom, a egoizam ljubavlju i solidarnošću, odnosno da se ljudskoj osobi dadne prednost pred stvarima, a bivstvovanju pred imanjem. Alternativa koju Crkva nudi jest civilizacija ljubavi koja se zasniva na kršćanskoj slici svijeta i osobito čovjeka. Ono što Crkva traži i očekuje od drugih, obvezuje prije svega nju samu. Da bi bila promicatelj civilizacije ljubavi u svijetu, mora je izgrađivati ponajprije u sebi samoj.

Riassunto

IL RAPPORTO CRITICO DELLA CHIESA DI FRONTE ALLA MENTALITÀ CONSUMISTICO-EDONISTICA

La mentalità consumistica attuale ha creato una relativa civiltà, che rappresenta una particolare sfida alla Chiesa.

È questo il tema dell'articolo, che ha tre parti.

Nella prima, denominata «Lati chiari e oscuri della civiltà consumistica», è un'analisi di alcuni aspetti positivi della civiltà consumistica (sviluppo di supporti scientifici, tecnici ed economici dell'esistenza umana come pure affermazione delle libertà politiche e dei diritti umani). Inoltre si analizzano gli aspetti negativi della stessa civiltà (esaurimento delle risorse naturali, la provocazione della crisi ecologica, «l'economismo» e «il consumismo», la soppressione tecnocratica della democrazia ecc.), che minacciano e quasi annullano i suoi aspetti positivi. Nella conclusione della prima parte si afferma, che la civiltà consumistica non è la civiltà degli uomini liberi bensì di uomini dominati dai propri istinti ed inclinazioni.

Nella seconda parte, chiamata »Che cosa la Chiesa apprezza nell'attuale civiltà consumistica e cosa essa rifiuta« si afferma che la Chiesa accetta molti valori della civiltà consumistica (per es. la sua alta considerazione delle condizioni materiali economiche e scientifiche dell'esistenza umana, inoltre lo sforzo di aumentare l'aumento della produzione di beni e la conseguente soddisfazione delle necessità umane come pure un'alta valorizzazione del lavoro e della libera iniziativa, della libertà e della democrazia). La Chiesa invece non accetta la scala di valori della civiltà consumistica, in cui i beni materiali sono fine e non mezzo dell'esistenza umana. Essa inoltre non può accettare l'idea agnostica e relativistica della libertà e della democrazia. Pertanto la Chiesa s'impegna, affinché i beni materiali siano al servizio dello sviluppo integrale dell'uomo e che la libertà e la democrazia siano fondate sulla verità e sui valori assoluti.

Nella terza parte, denominata »La civiltà dell'amore – alternativa della civiltà consumistica«, la generale critica ecclesiastica della civiltà consumistica si riassume coll'idea »della civiltà dell'amore«. Si va affermando che la differenza essenziale tra le due civiltà è di natura trascendentale ed antropologica. La civiltà consumistica è una civiltà materialistica, che si appoggia sui concetti materialistico-evoluzionistici, mentre la civiltà dell'amore è basata sull'immagine religioso-metafisica del mondo e dell'uomo, specialmente in quella eristiana. Ne conseguono i principi fondamentali della vita singolare e sociale delle vita umana. Nella civiltà consumistica sono questi i principi: la lotta degli interessi, la selezione dei più abili, libertà senza valore e impegni, la messa nel primo piano delle necessità biologiche dell'esistenza umana. Nella civiltà dell'amore sono questi i principi: la carità, la solidarietà, la giustizia, l'altruismo ecc. e la messa nel primo piano dei bisogni spirituali dell'esistenza umana, ai quali sono sottoposti i beni materiali. Si sottolinea pure, che la civiltà consumistica è concentrata sui vari aspetti della realtà, perdendo di vista il tutto, entro cui tali aspetti singoli soltanto così raggiungono valore e senso. A differenza di questo la civiltà dell'amore è una civiltà integrale, che alla luce della complessiva verità dell'uomo considera i vari aspetti, che costituiscono la sua esistenza.