

ske misli. Međutim, bogata bibliografija potiče da, ako je to potrebno, čitatelj samostalno usvoji elementarno poznavanje građe koja je možda izostavljena a nužna za lakše razumijevanje područja i istaknutih autora kojima se ovo vrijedno djelo bavi.

Julija Prpić

Ivan Koprek, *Dobitna postojanost — rasprava o poslovnoj etici*, Filozofsko–teološki institut Družbe Isusove, Zagreb, 2017, 211 str.

Knjiga *Dobitna postojanost — rasprava o poslovnoj etici*, između ostalog potiče nas na promišljanje: Zašto se ekonomija udaljila od etike? U kojem su odnosu *homo oeconomicus* i novac? Ako je rad bitni čimbenik ljudskosti, što je s onima koji ne rade? Koji su etički vidici čovjekove odgovornosti? Što je pravedna plaća? Kako se odnositi prema korupciji?

Čim sam knjigu primila u ruke privukao me naslov „Dobitna postojanost“ i odmah mi se nametnulo pitanje: Što je to? Kakva postojanost u vrijeme fleksibilnosti, promjena, transparentnosti, prilagodljivosti, inovacija, napretka, turbulentnosti?

U predgovoru knjige piše: »Biti postojan nije moderno ni lako. Iza postojanosti stoji ozbiljnost. Ozbiljnost ciljeva i nakana.« Rekli bismo danas: postojanost nije *in*.

Tko je onda postojan? Komu je namijenjena ova knjiga?

»Postojan je onaj koji stoji, koji je stabilan, onaj koji je stalan karakter, čvrst, nepokolebljiv, ustrajan — onaj koji je čovjek kreposti/vrlina. Postojanost u tome smislu znači ostati na putu čestitosti i poštenja, ostati nepokoleban, biti vjeran, imati temelj, biti utemeljen u dobru! Postojan čovjek ima čvrsti temelj — Dobro. Dobro je mjesto koje se

ne napušta. Zasižno, nikada ne bez posljedica.«

Rečenica koja potiče na razmišljanje u svjetlu vlastitog cjelokupnog radnog vijeka i ispit savjesti, ma koliko to zvučalo neposlovno i neprofesionalno: »Dobro je mjesto koje se ne napušta.« To je temelj, mjesto koje se nalazi u nama. Nisu pojmovi poput etičnosti, pravednosti, vrijednosti i dr. nešto se gleda na zidu, u slikama, u nekoj dobroj prezentaciji, i sluša na stručnom skupu gdje ćemo mi potvrdno klimati glavom i o tome lijepo razgovarati, kritizirati i moralizirati.

Naš zadatak je ipak malo složeniji, piše prof. Koprek jer: »Često je čovjek današnjice pohotni oholnik (zapravo pohlepnik), baletan, koji kako reče papa Franjo, leprša poput leptira, danas mu se sviđa ovo, sutra ono, uvijek u pokretu, ali i u strahu od onoga što život donosi... U sveopćem protoku zaboravio je na mudrost postojanosti«, a za postojanost je vezana i strpljivost, koja nam nedostaje jer sve treba biti ostvareno preko noći: i uspjeh, i dobit, i popularnost, i moć, i konkurentnost i pozicija na tržištu.

»Zadaća je etike (i cilj ove knjige) odrediti što bi ljudi trebali činiti da bi živjeli u skladu s onim što je istinito; da bi živjeli pravedno i činili ono što čovjeka oplemenjuje, ispunjava i usrećuje. U tome smislu etika uvodi u određenu duhovnost. Biti čovjek ne znači svesti se samo na proizvodnju ili profit, na rasipanje i razaranje... Ako nismo svjesni duhovne dimenzije našega bića, onda nam u životu nešto bitno nedostaje«, piše autor i tako nas polako dovodi do mjesta u nama samima gdje ćemo pronaći temelj poslovne etike i ono što je bitno za poslovni život.

»Za život su važna prijateljstva, dijalog, duhovnost. Za time čovjek današnjeg vremena nasušno teži i to traži. No,

za to nije spreman platiti cijenu. Možda i ne može«, dodaje autor.

Što još reći o knjizi? *Rasprava o poslovnoj etici* knjiga je o nama, o našim duhovnim temeljima, vrijednostima i stavovima, o našoj postojanosti koju trebamo ugraditi u posao, u gospodarenje, u politiku, jer rad je bitni čimbenik ljudskosti, piše prof. Koprek. Govorimo li o tome zašto se ekonomija udaljila od etike, u kojem su odnosu *homo oeconomicus* i novac, ako je rad bitni čimbenik ljudskosti što je s onima koji ne rade, koji su etički vidici čovjekove odgovornosti, što je pravedna plaća, kako se odnositi prema korupciji, ne govorimo o nečemu što je izvan nas samih, o teoriji ili pravilima ponašanja koja bismo trebali primjenjivati u našem poslu. Govorimo o onome što mi trebamo biti sa svojim stavovima i krepostima koje donosimo u poslovni svijet. Tada će pitanje održivog razvoja, cijene i vrijednosti, postojanosti i ljudskog dostojanstva dobiti pravu dimenziju i mjesto kakvo zaslužuje.

Za mene knjiga nije samo rasprava o poslovnoj etici, kako stoji u podnaslovu, nego rasprava o nama samima, našim vrlinama i duhovnoj dimenziji, koja mijenja svijet, bez obzira kojoj vjeroispovijesti pripadamo. Samo budimo postojani u Dobru.

Teodora Živković

Jure Strujić, *Evangelizacijsko poslanje Crkve i novi oblici komunikacije*, Katolički bogoslovni fakultet Sveučilišta u Splitu, Split, 2015, 364 str.

U prosincu 2015. godine Katolički bogoslovni fakultet u Splitu objavio je doktorsku disertaciju iz dogmatske teologije naslovljenu *Evangelizacijsko poslanje Crkve i novi oblici komunikacije* autora Jure Strujića, pod mentorstvom prof. dr. sc. Ante Mateljana.

Predgovor publikacije naglašava kako u zadnjim desetljećima mediji aktivno prožimaju život, otvaraju nove mogućnosti i utječu na stvaranje nove kulture, što zahtijeva pozornost i novu aktivnost društvenih i crkvenih struktura. »Crkva prihvaća nove medije kao „divne Božje darove“, kako ih naziva papa Pio XII., te želi biti aktivna u svijetu medija, uočiti i ukazati na prednosti i nedostatke koje ekspanzija medija donosi, istovremeno se njima služeći, vjerna poslanju koje je primila od Krista, da ponudi evangelizacijski navještaj sekulariziranom svijetu u novim prilikama i na novi način« (str. 13).

Knjiga je podijeljena u pet glavnih poglavlja: *Evangelizacijsko poslanje Crkve i komunikacija* (str. 26–61), *Obilježja novih sredstava masovne komunikacije* (str. 62–98), *Učiteljstvo Crkve pred novim sredstvima masovne komunikacije* (str. 99–145), *Papinske Poruke za Svjetski dan medija* (str. 146–253), *Novi mediji: izazov za evangelizaciju* (str. 254–317). Prvom poglavlju prethode *Kartice* (str. 7–11), *Predgovor* (str. 13–16) te *Uvod* (str. 17–25), a nakon petog poglavlja slijede još *Zaključak* (str. 319–338), *Bibliografija* (str. 339–358) i *Kazalo* (str. 359–363).

Prvo poglavlje govori o evangelizacijskom poslanju Crkve i komunikaciji. Crkva u Kristu, „savršenom Komunikatoru“, ima uzor svojeg komuniciranja u svijetu. Uvidom u novozavjetne tekstove o nalogu evangelizacije što ga je Krist ostavio Crkvi autor upozorava na biblijsko-teološke temelje evangelizacijske komunikacije. Govoreći o znakovima i simbolima ističe povezanost teologije i komunikacije. U tom poglavlju posebno obrađuje značenja i konkretne oblike korištenja riječi, tiska i slike u evangelizaciji te mogućnosti radija, filma i televizije. Također donosi kratki osvrt na razvoj katoličkog tiska u Hrvatskoj te kršćanskih sadržaja na radiju i televiziji