

U javnom prostoru sve je kontrolirano. Kooperativnost medija je u najboljoj maniri prošlih vremena. Zapravo je još učinkovitija – bivše vlasti nisu krile da kontroliraju medije, sadašnje nam govore kako su mediji nezavisni i kako takvi moraju ostati – u interesu građana! Ma nemoj! Tako je Veliki tjedan iskorišten kako bi se govorilo o inflaciji na način da reporteri priopćavaju kako je poskupilo ono ili ovo. Već je sam Uskrs posvećen turističkom sektoru. U ponedjeljak Uskrsa više nema ostao je samo turistički sektor. O Uskrsu i njegovom značaju vjernicima i oni koji to nisu - Â nije rečeno ništa. Na javnoj televiziji (kako to gordo zvuči) dobili smo neku staru seriju „Isus iz Nazareta“ koja je trebala zadovoljiti vjernike i popuniti medijski prostor. Na javnoj televiziji rade stotine iskusnih i sposobnih djelatnika koji su mogli otvoriti mnoga prihodna pitanja o kojima je potrebno govoriti upravo u vrijeme Velikog tjedna. Siromaštvo i njegovu marginalizaciju, s jedne strane, i, s druge strane, strahote ovog nesretnog rata samo su najvažnija pitanja o kojima se mora progovoriti u vrijeme najvećeg kršćanskog blagdana.

Restauracija kapitalizma tragično je provedena u Hrvatskoj. Zapravo podrazumijevalo se samo po sebi da neovisna Hrvatska znači tržišni model privređivanja. Tako je borba za nezavisnost, zbog tragičnog rata, postalo temeljno pitanje kojem je sve podređeno. Istovremeno je „ispod stola“ provedena privatizacija koja je bila tragična i kritizirana od strane političara kao da su hrvatski građani na referendumu izglasali tragični model privatizacije. Â Bile su važne cigle, čovjek je ostao nevažan kao što je to i prije bio. Gdje je bio Čovjek? To je za restauraciju kapitalizma bilo nebitno. Prije je elita radničke klase vodila zemlju u bolu budućnost, sada to rade političari, odani vojnici svojih političkih stranaka, koji ne vode brigu o budućnosti Lijepe Naše. Sve to prolazi zahvaljujući medijima. Transformacija politike, dolaskom na čelo HDZ-a Andreja Plenkovića, dodatno će osiromašiti ionako siromašne građane. Sve je to poznato i sve je to već rečeno na ovim stranicama.

Teška su vremena. Vrijeme je za otrežnjenje jer nam je nepoznato što će biti sutra. Turizam kao monokultura je pokazao svoje pravo lice 2020. godine. Mi nastavljamo na istim osnovama s istim pogledima kao da se nije baš ništa ružnog dogodilo preferirajući turistički sektor. I ne samo to. Umjesto da Veliki tjedan otvori duhovna pitanja koja će pomoći Čovjeku kao takvom, naša javna sredstva priopćavanja uporno ignoriraju temeljne vrijednosti kršćanstva. Nije bilo riječi niti o ljubavi kao ni o opraštanju! Čarobna formula koja je teško dostižna, ali koju ipak valja slijediti jer vjernicima daje nadu u bolje sutra. U ovim i ovakvim okolnostima kršćanski vjernici nemaju nikakve šanse da žive Kristov nauk. Što više, kršćanske crkve sve se više ponašaju kao političke stranke kako bi ostvarile svoje ciljeve koje ponekad nije jednostavno poistovjetiti s ciljevima kršćanske vjere. Umjesto da crkveni prelati odlučno i hrabro kažu „urbi et orbi“ što misle o ovoj politici alijenacije, kada čovjek gubi ne samo drugog čovjeka već samog sebe, pastiri šute što znači da ne brinu o božjem stadu. Umjesto da Uskrs predstavlja izazov koji će dati smisao Čovjeku, on je samo još jedan od potrošačkih dana kada je prigoda da govorimo o turističkom sektoru od kojeg zavisi naše preživljavanje. Nemojte mi samo reći da je netko drugi kriv!