

Haza a magasban



ELŐADÁSOK
A SZENT ISTVÁN TÁRSULATNÁL
X.

JUHÁSZ JUDIT

„Hirdesd a háztetőkről”

A Magyar Katolikus Egyház
kommunikációs programja

JUHÁSZ JUDIT

„Hirdesd a háztetőkről”

A Magyar Katolikus Egyház
kommunikációs programja



SZENT ISTVÁN TÁRSULAT
az Apostoli Szentszék Könyvkiadója
Budapest 2003

Sorozatszerkesztő

Farkas Olivér
és
Sarbak Gábor

© Juhász Judit, 2003
© Szent István Társulat, 2003

ISBN 963 361 531 3
ISSN 1588-9491

Szent István Társulat
1053 Budapest, Kossuth Lajos utca 1.
Felelős kiadó: Dr. Rózsa Huba alelnök
Felelős kiadóvezető: Farkas Olivér igazgató

Tisztelt Elnök Urak, Főtisztelendő Püspök Atya, Hölgyeim és Uraim! Dicsértessék a Jézus Krisztus! Jó estét kívánok! Szeretettel köszöntöm mindnyájukat és köszönöm a meghívást!

A szent életű püspök, Márton Áron szavait idézem: „A világnak szüksége van arra, hogy ne csak prédikációkat halljon, hanem az emberek életén megvalósítva lássa annak a láthatatlan világnak a valóságát, erejét és szépségét, amelyet a vallás hirdet.”

Szerencsére még mindig meglehetősen sok újságíró dolgozik – és nem csak az egyházi sajtó elkötelezett munkatársaira gondolok –, tudatosan vagy ösztönösen Márton Áron szavainak szellemében. Még akkor is így van ez, ha a kereskedelmi médiumok által diktált vásári lármában hangjuk szinte alig észrevehető, ha csendességük és szelíd-ségük erejét kevesebben fedezik fel, mint az ún. médiasztárok jelenlétét. Munkálkodásuk mégis hat és formál. Azokban az évtizedekben, amikor rádióriporterként dolgoztam, naponta átélhettem azt az óriási élményt, hogy az ember egyetlen kis mikrofonnal és a vállán egy magnóval otthon lehet ebben az országban. Egy kicsi tanyán

éppen úgy, mint egy fővárosi klinika professzorának szobájában vagy egy uszoda csarnokában. . . Hiteles emberek megszólaltatásával az újságírónak lehetősége van arra, hogy pusztán a hang erejével – a spiritualitás csodálatos jelenvalóságával – gondolatokat és érzéseket ébresszen, reményt és célt közvetítsen, és ami legalább ennyire meghatározó: a közösség tartópilléreit erősítse. A rádiózás varázslat. Számomra a legizgalmasabb médium, a könyvek mellett semmi nem múlhatja fölül: sem a televízió, sem az internet, miközben nagyra értékelem és használom is a tömegkommunikáció modern eszközeit. És megpróbálom alkalmazásukat Egyházunk kommunikációjában is elősegíteni.

Ha felidézem a hetvenes éveket – három évvel a szégyenteljes csehszlovákiai bevonulás után lettem a Magyar Rádió Belpolitikai Rovatának gyakornoka –, a közismert tabu témáktól eltekintve meglehetősen sokrétű közelítésben foglalkozhattunk az országban zajló folyamatokkal. Település- és iskola-összevonások, a demográfiai intézkedések ellentmondásai, a cigányság szociális helyzete, a női munkaerő foglalkoztatásának problémái, a fekete vonatok ingázóinak csapdahelyzete, a válások számának drasztikus emelkedése, az egészségügyi mutatók romlása – még hosszan sorolhatnám a műsorainkban szereplő társadalmi problémákat, de egy tényező bizonyosan és tartósan

kimaradt témáink közül: az Egyház. Kimaradt mint intézmény, kimaradt mint közösség, kimaradt mint az Evangélium Krisztus által felhatalmazott hirdetője. A néhány nagy ünnepet kivéve műsorainkban és a lapok hasábjain nem szerepelhetett pap – a lelki vezető, a szentségeket kiszolgáltató, a feloldozást és vigaszt nyújtó plébános szinte nem létezett.

Hadd idézzem most Schlett István András egyik tanulmányának néhány sorát *Az egyház mozgástereiről a mai Magyarországon* című, a Vigilia által 1997-ben kiadott tanulmánykötetből: „A történészek megegyeznek abban, hogy Kelet-Európában a II. világháború törte szét az úgynevezett Ancien Regime-et. A magyar koalíciós demokrácia korszakában a korszerű nyugat-európai katolikus politikai gondolkodás is jelen volt, de hamar szétverték. A megszállás éve alatt halálosan tiltották a katolikus társadalmi gondolkodás gyakorlását, illetve a katolikus szociális tanításon alapuló szervezeti formák működését. Így a rendszerváltásba az egyház olyan arculattal érkezett, amelyet jórészt ellenségei formáltak róla.” – írja Schlett István, majd így folytatja: „Az embereknek, főleg az ország tanultabb részének a politikai gondolkodása az úgynevezett marxista–leninista továbbképzések és esti egyetemek szellemisége és nyelvezete maradt. A szellemiséget elutasították, a nyelvezetet használták. Így természetes, hogy tel-

jesen hiányzik a nyugat-európai politika kódjainak, megközelítésének módszere a katolikus politikai kultúrából.”

Talán emlékeznek jó néhányan, hogy Antall József halála után – az országgyűlési választások után – egy lengyel politológus a következőképpen aposztrofálta a konzervatív oldal csalódottságának okát: A rendszerváltás lázában azt hittük, Kossuth népével van dolgunk, és kiderült, hogy Kádár népével kell számolnunk.

Nagy vitatéma volt a rendszerváltást követő esztendőkből, és még néha ma is föl-bukkan értelmiségi körökben a szemrehányástól sem mentes kérdés: elmulasztották-e a történelmi egyházak a nagy és egyedülálló lehetőséget a kilencvenes évek fordulóján? Megragadták-e az alkalmat a társadalom megszólítására és megnyerésére? Volt-e mondanivalójuk, programjuk és eszközrendszerük a nyilvánosság eléréséhez?

Schlett István András említett tanulmányában így ír: „A Magyar Katolikus Egyház megkezdte globális zarándokútját az információs sztrádán. A harmadik évezredbe irányuló missziós küldetés új gondolkodást, a társadalmi viszonyok tekintetében fáziskészség nélküli mozgást feltételez. Ennek alapvető követelménye, hogy a teljesen ismeretlen katolikus társadalmi gondolkodást a média legmodernebb eszközeivel népszerűsítve és propagálva kell tömegméretűvé tenni úgy, hogy annak mindenki megismerhes-

se múltját és történelmi arányait. Politológiai szempontból sokkal hasznosabb lett volna az egyházmegyei zsinatok gyakorlatánál, ha mindjárt a rendszerváltás kapujában megszervezték volna a komoly történelmi tanulmányokon alapuló első magyar katolikus kongresszust, amely számba vette volna az esélyeket és a feladatokat. Ennek lehetősége még nem múlt el. A Magyar Katolikus Egyház nem ellenvalóságot próbál kiépíteni a jelennel szemben, hanem a katolikus realizmus szellemében a jelen valóságának jég-sivatagán keresztül menetel az új, 21. századi katolikus tavasz felé.”

Ebből az utolsó mondatból pontosan érzékelhető Schlett István András felfogása Egyházunk megújulásáról, aki annak ellenére bizakodó – sokunkkal egyetemben –, hogy megannyi hamis látszat, torz képzet és tudatlanságból származó félreértés övezi a Katolikus Egyházat. És itt nem árt hangsúlyozni, hogy az Egyház mi vagyunk. Tehát nemcsak a papság, nemcsak a püspöki testület, nemcsak az Egyház hivatalos vezetői, hanem minden katolikus hitben megkeresztelt ember. Vagyis a civilek és a lelkipásztorok egyaránt. A felelősség nem hárítható át egyik térfélre sem.

Nos, katolikus kongresszus vagy valami más, esetleg többféle eszköz párhuzamos, egymást erősítő alkalmazása? Bizonyosan többféle út és módszer lehetséges, valószínűleg az időpont megválasztása sem a leg-

lényegesebb szempont, de hát az imént említett tanulmány szerzője is zárandokútról beszél, vagyis egy hosszú és fáradságos folyamatról, amelynek első lépéseit megtettük már, s a következőkhöz jól kell értenünk a Máté evangéliumából választott (10,27) felhívást: *Hirdessétek a háztetőkről...*

Hogyan is fogalmaz a Szentatya 2001. május 27-én vasárnap, a Tömegtájékoztatás 35. Világnapjára küldött üzenetében: „Napjainkban majdnem minden háztetőn adó-, vevő- és antennaerdők állnak, amelyek mindenféle üzenetet küldenek a négy égtáj felé, és onnan fogadnak is. Nagyon fontos biztosítani, hogy ezek között Isten szava is hallható legyen. A hitet hirdetni a háztetőkről napjainkban azt jelenti, hogy a kommunikáció dinamikus világában adjuk tovább Krisztus igéjét.”

Itt ül közöttünk Szabó Ferenc páter, a *Távlatok* főszerkesztője, aki negyedszázadon keresztül vezette a Vatikáni Rádió magyar adását, ő így foglalja össze a kommunikáció fogalmát: „A kommunikáció nem pusztán tömegtájékoztatást jelent, hanem ennél sokkal többet. A tájékoztatáson túl jelenti a kapcsolatok kiépítését, a párbeszédet, eszmecserét, kultúrák kicserélődését, értékek átadását és nevelést is. A társadalom a média – rádió, televízió, internet révén – a tudás egészét közreadja és szétsugározza, kicseréli, állandóan frissítve ezt a tudást, bővíti készletét, alkalmazva az új körülményekhez.

A kommunikációnak nemcsak célpontja a közönség (mint a tömegtájékoztatásban), hanem partnere is a kapcsolatok hálózatában, egy bizonyos interakció, kölcsönösség, kölcsönhatás van a műsorszerkesztők, programadók és a közönség (hallgatók, nézők, internetet használók között).”

A kommunikáció tehát sokkal több és mélyebb jelentésű, mint első pillanatra gondolnánk. Lehetőségeit és kockázatait éppen azért kell behatóan tanulmányoznunk, mert akár elfogadjuk, akár nem: Európában kisebbség lettünk egy szekularizált és vallásilag közömbös világban. És ebben a világban az evangelizáció hagyományos módszerei már alig-alig hatásosak. Más a stílus, más a szóhasználat, más a ritmus a templom falain túl, mint odabent. Elképesztően sok információ, erős akusztikai és vizuális inger éri az embert, aki inkább a médiumoktól várja élete kérdéseire a választ, nem pedig az egyháztól. Pedig tudjuk, hiteles választ csak az Istenről valló és Isten szeretetét közvetítő közösségek adhatnak. Az Egyháznak ezért múlhatatlan kötelessége kommunikálni. Kommunikálni a „háztetőkről”, a sokféle modern technikai eszközt találékonyan és szakszerűen használva, de kommunikálni önmaga létével is, azzal, ahogyan él. Létezését, munkálkodásának céljait, erőfeszítéseinek hátterét jórészt csakis a médiumokon keresztül mutathatja meg az embereknek.

„A kommunikáció több, mint gondolatok közlése és érzelmek jelzése. Legmélyebb szintjén saját magunk ajándékozása a szeretetben” – olvashatjuk a *Communio et progressio* című 1971-ben kiadott lelkipásztori határozatban. Az Európai Unió Alkotmányáról szóló fájdalmas viták évadában nem árt tovább is olvasni a Szociális Kommunikáció Pápai Tanácsának fejtegetéseit: „A keresztény hit szerint az emberiség egysége és testvérisége minden kommunikáció fő célja.” Vajon miért félnek annyira Európa vezetői a keresztény gyökerek rögzítésétől? A kérdés költői, az őszinte válasz sokféle vezet, és sokféle feladatot ad mindnyájunknak, akiknek fontos Egyházunk megújulása.

„Becklések szerint a Föld hatmilliárd lakosának kétharmada semmilyen formában nem hallott Jézusról – írta II. János Pál 2001. január 24-én Szalézi Szent Ferenc emléknapjára fogalmazott üzenetében –, és sokan ősi keresztény gyökerekkel rendelkező országokban élnek, ahol megkereszteltek egész csoportjai veszítették el az élő hitet vagy nem tartják magukat az Egyház tagjának, és olyan életet élnek, amely távol van az Úrtól és az Evangéliumtól... A keresztény kommunikációs szakembereknek prófétai feladatuk, hivatásuk, hogy az emberekhez eljussanak az emberi méltóságot támogató és tápláló igazságok és értékek. Emlékezzünk Jézus első tanítványaihoz intézett szavaira: „Amit sötétben mondok nektek,

mondjátok el világosan, és amit fülbe súgva hallotok, hirdessétek a háztetőkről.” (Mt 10,27)

Nem kétséges, először a mi köreinkben tevékenykedők feladatainak és esetleges hiányosságainak felemlegetése ötlenék fel az emberben, ha nem előzné meg ezt a munkájuk nehézségeit jól ismerők kollegiális szolidaritása: rendkívül nehéz körülmények között dolgoznak az egyházi sajtó munkatársai. Többségük egyfajta kisebbségi érzéssel is küzd, egyenlőtlen versenyre kényszerülve a tőkeerős médiumok munkatársaival. „Sok a kritika, kevés az információ, még kevesebb az elismerés” – röviden így jellemezte kollégáink közérzetét az egyik katolikus lap munkatársa, és sommás kijelentése nem túlzó. Amiként a katolikus közönség olvasási hajlandóságának alakulásáról is hozhatnánk néhány tömör megjegyzést.

Ha jelképesen is, de az újságíró-hivatás megbecsülésének felmutatására hozta létre 2001-ben a Magyar Katolikus Püspöki Konferencia a „Szalézi Szent Ferenc sajtóösztöndíjat”, amelyet immár hagyományosan minden évben egy-egy újságírónak ítél oda a dr. Veres András püspök úr által vezetett kuratórium. A munkásságukkal és életformájukkal egyaránt a keresztény értékeket valló, az írott és az elektronikus sajtó területéről választott újságírók egy éven keresztül ötven-ötvenezer forint ösztöndíjat kap-

nak, s talán igazolhatom a szándékot: a gesztus a szakma iránti tisztelet megnyilvánulása, amely – ha szerény módon is – az Egyház törekvésének irányát jelzi. Ebbe a sorba tartozik a „Katolikus Areopág” nevet viselő májusi hajókirándulás is. Idén harmadszor hívtuk meg körünkbe a világi sajtó azon munkatársait, akikkel a leggyakrabban együtt dolgozunk. A mi hajónkon a többséget a munkájukat elsősorban szolgálatnak tekintő katolikus újságírók alkotják. Az egyházi sajtó képviselőiben még a határon túli szerkesztőségekből is eljönnek közénk, hogy kellemes körülmények között végre egy kicsit együtt legyünk – harapnivaló, itóka és jó zene kíséretében –, nyugodtan beszélgethessünk a bennünket érintő kérdésekről. Témánk természetesen mindig a kommunikáció. Nagy öröm számomra, hogy találkozóinkon mindig részt vesznek Katfilm néven közösségbe szerveződött magán videóstúdiók elkötelezett filmesei is. A Magyar Katolikus Újságírók Szervezetének tagozataként tavaly megalakult csoport a *Távlatok* szerkesztője, Kovács Ákos egyetemi oktató vezetésével új lehetőségeket keresve járul hozzá kommunikációs tevékenységünk erősítéséhez. Mindenesetre jó jel, hogy minden évben nagyobb hajót kell bérelnünk...

Amikor az egyházi újságírás nehézségeiről beszélünk, nem mulaszthatjuk el, hogy arról a közegről is beszéljünk, amelyben hatást kell gyakorolnunk az emberekre. Ami-

kor előadásom helyszínére, a Pázmány Péter Katolikus Egyetem Szentkirályi utcai épületébe jöttem, az egyik metróállomáson a biotermékeket és a Persil mosóport magasztaló óriásplakát között egy várandós anya életnagyságú meztelen alakját láttam. A plakáton a gyermekét váró nő feje helyére egy férfi fejét montírozták, a szövegből meg is tudtam, a rádió Dee Jay Harsányi Levente: „Bolondokháza” nevű reggeli műsorát népszerűsítette ily módon. És az emberek – fiatalok és idősebbek egyaránt – higgadtan tudomásul vették arculcsapásukat. Talán már fel sem tűnik nekik, hogy ismét a jó ízlés és a mind ez idáig közösen tiszteletben tartott értékek sérelmére elkövetett merénylet tanúi. Az országunkban folyó túlfűtött marketing-tevékenység – a közszolgálati médiumokban is tovakodó eladási kényszer-manipuláló hatása alatt még a vallásos meggyőződésű, tradíciókat és értékeket tisztelő emberek lelki ellenálló képessége is veszélybe került. Ha nem vigyázunk, eltűnik a jézusi tanítás legfontosabb üzenete, az, hogy minden egyes ember személyisége pótolhatatlan értéket hordoz, és a méltóság mindenkinek jár.

Elgondolkoztató, hogy az emberek, akiket megkérdeztünk a három évvel ezelőtt közzétett üzeneteink fogadtatásáról, még ma is többen úgy gondolják: nincs szükség arra a fajta kommunikációra, amelyet Egyházunk elkezdett 2000-ben. Mert az Egyház már a létevel kommunikál – válaszolták

a kérdőíveken –, azzal, hogy itt vagyunk ezer éve Magyarországon, már azzal kommunikálunk. Mindenki tudja, hogy az Egyház van. Az Egyháznak az a dolga, hogy a papok, mintegy szolgáltatásként nyújtsák a szentségeket mindazoknak, akik igénylik azokat, és segítsenek az öregeken, betegeken, működtessenek segélyszolgálatokat és szociális intézményeket, esetleg iskolákat, és ezzel kész. Tehát még a jó szándékú, jóindulatú emberek sem érzik át annak veszélyeit, ha az Egyház nem lép ki a templomok falai közül, ahová visszaszorították az elmúlt negyven évben, s ha nem próbálja meg a róla mesterségesen kialakított hamis, torz, gyakran gonosz képet megváltoztatni.

Rendkívül fontos, hogy az Egyház láthatóvá tegye üzeneteit. „Ezer éve velünk és értünk” – tagadható-e, hogy ez az ezer év nyomot hagyott az ország történelmében, tárgyi és szellemi javaiban, hogy az Egyház jelenléte értékteremtő és sorsközösséget vállaló? A millennium és a szentév szinte kínálta az alkalmat az újszerű megnyilatkozásra. A magyar kereszténység ezeréves múltjával szembeni felelősségvállalás az értékek őrzését, valamint azok reprezentálását és felmutatását követeli meg a mai kor számára. Hogy miért éppen óriásplakáton? És mit mondhat el néhány száz óriásplakát a nemzet számára egyébként bátran vállalható, az Egyház intézményében is megtestesülő szellemi hagyatékáról? Mi változik a közgondol-

kodásban, ha erkölcsi értékeket választunk a reklám tárgyául? Eladhatók-e vallási tartalmak? És egyáltalán, szabad-e költeni ilyesmire, amikor annyi helyről hiányzik a pénz?! Kétkedő, vitatkozó, ellenérzéseket és ellenvetéseket is megfogalmazó polémiák zajlottak és bizonyára zajlanak is egyházi körökben éppen úgy, mint a sajtó hasábjain. De egyre több az elfogadó, helyeslő, bátorító megnyilvánulás is. A megkérdezettek többsége helyesli a szereplést, a kiállást, támogatja a bátor fellépést, a marketingeszközök használatát. Kommunikációs üzeneteink hangvétele, stílusa, visszafogott határozottsága többnyire rokonszenvet vált ki a katolikusok körében, és nem sérti a más vallásúakat sem.

Egy biztos, az Egyház nem hallgathat. II. János Pál bátorítása pedig ezen a téren is nagyon konkrét: a tömegkommunikációs eszközök használata pénzbe kerül, ám evangelizációs, hitéleti kiadásnak számít, áldoznunk kell rá. Mi pedig igyekszünk minél takarékosabban, a társadalmi célú reklámnak kijáró kedvezmények igénybevételével, sok belső munkával és szellemi kapacitásaink hatékony felhasználásával dolgozni.

2000-ben vette tehát kezdetét az a kommunikációs tevékenység, amely évről évre folyamatosan jelzi a Püspöki Konferencia szándékát: újfajta kommunikációt akar kialakítani az országgal. Miközben a társadalomban betöltött szerepét reálisan és hitele-

sen szeretné tükröztetni a médiában is. Ez nemcsak a fontos közfeladatokat is ellátó Katolikus Egyház érdeke...

Az „Ezer éve velünk és értünk” jelmondat után 2001-ben a „Jót tenni jó” plakátján egy kislány nyújt felénk egy megtört kenyeret, a háttérben Rembrandt gyönyörű rajzával az irgalmas szamaritánusról, és hirdeti mindenkinek a szolgáló szeretet örömét. 2002-ben pedig a házastársi hűség eszményét fogalmazzuk meg képpel és szavakkal: „Holtomiglan-holtodiglan.” El akartuk mondani, hogy a férfi és a nő egész életére szóló, esküvel megerősített házasságát Egyházunk szentségnek tartja, és Istentől megáldott életformának tekinti. Mindkét üzenet válasz a világban zajló folyamatokra, változásokra. Előbb az önzés, a közöny, az individuális üresség ellen szól szelíden, majd a családi élet és a házasság intézményét ért ártalmas hatásokra reagál az Egyház, arra kérve az embereket, hogy hirdessék a „házastársi elköteleződés gyermekeink jövőjét is meghatározó erejét”. Ebben az esztendőben pedig a katolikus iskola, a katolikus nevelés szerepel kommunikációs programunk témájaként. Erősen dolgozunk az új üzenet megjelenítésén, remélve, hogy november 23-án, a „Szent Erzsébet rózsája-díj” átadásakor, az idén negyedszer megrendezendő, a karitatív munkában kiemelkedő teljesítményt felmutató testvérünk ünneplésére szervezett jótékonyági estünkön (Pesti Vi-

gadó) bemutatjuk az új plakátot. Társítunk mellé természetesen idén is rádió- és tévéreklámot, és rendezvények, események szervezésével mélyítjük el az év folyamán az üzenetet. Örömmel emlékezem a 2000-ben megrendezett „Jót tenni jó – szolgáló szeretettel a gyermekekért” címmel megrendezett nemzetközi konferenciánkra, valamint a hagyományteremtő szándékkal indított önkéntes véradó mozgalomra. A katolikus felsőoktatási intézményekben megrendezett akciónk sikerén fellelkesülve az Országos Vérellátó Szolgálattal és a Magyar Vöröskereszttel az adventi hetekben testvéregyházainkkal közösen szerveztünk országos véradást. A megmozdulás jelentősége talán nemcsak a mi értékelésünk szerint nagy...

Jó tudni, hogy a Szentatya nemegyszer személyesen is bátorította Egyházunk vezetőit a médiumok merész és sokoldalú használatára. Örömmel emlékezünk a magyar püspökök 2001 első napjaiban Rómában tett ad limina látogatására, amelyen a Szentatya hangsúlyosan köszöntötte az „Első Magyar Katolikus Rádió – Eger” regionális adását –, a folytatásra ösztönözve Egyházunkat. A katolikus rádió országos adásának műsorszolgáltatási engedélyéért 2003. július 20-án beadtuk pályázatunkat az ORTT-hez. Amennyiben egyetlen pályázóként kedvező elbírálásban részesülünk, 2004 húsvétjakor megkezdjük adásunkat a volt Petőfi rádió középhullámú frekvenciáján.

Ne a világ mondja meg, hogy kik vagyunk, hanem mi is szóljunk önmagunkról.

Jelentős kezdeményezésként tartjuk számon a népszámlálásra buzdító képeslapok megküldését 2001-ben. Talán emlékeznek rá, hiszen több mint 3 millió postaládába kézbesítették küldeményünket, amelynek egyik oldalán szerepelt a milleniumi üzenetünk, a másik oldalán pedig Seregély István érsek úr személyes sorai azzal a kéréssel, hogy valljuk meg hovatartozásunkat. Természetesen a többi felekezet tagjaira is vonatkozott ez a bátorítás, és nyugodtan elkönnyvelhetjük, hogy a képeslappal nem sértettük senki érzékenységét. Sőt. Az eredmények pedig megfeleltek a korábban végzett szociológiai felmérések számarányainak: 5,5 millió magyar állampolgár vallotta magát katolikusnak. Egyébként a 10 198 315 magyar állampolgár közül (némi kerekítéssel) 7,1 millió válaszolt úgy, hogy valamelyik felekezethez tartozik, egyetlen valláshoz sem kötődik 1,4 millió és nem válaszolt a (a sajtó által folyamatosan érzékeny kérdésnek aposztrofált) kérdésre valamivel több mint 1 millió honfitársunk. Különös, meghökkenítő és elgondolkoztató, hogy a népszámlálás szerint csupán 280 ember vallotta magát ateistának.

Tehát a magyar állampolgárok túlnyomó többsége kötődik valamelyik felekezethez, és ez reményre ad okot. A csehek egyharmada nyilatkozik úgy, hogy nem hisz

Istenben. Hasonlóan szomorú a kép a volt NDK területén élő népesség körében.

A népszámlálás eredményei különösen fontossá váltak számunkra annak fényében, hogy a jelenlegi kormány a Szentszékkal kötött államközi megállapodástól eltérően nem a népszámlálás, hanem a személyi jövedelemadó 1%-ának felajánlása arányában kívánja támogatni a történelmi egyházakat. Ezért vártuk kíváncsian annak az ún. direkt mail akciónak az eredményét, amelyet a postai levelesládák révén juttattunk el valamivel több mint 3 millió háztartásba. Takarékoság miatt a 3000 léleknél kisebb létszámú falvakba nem küldtünk, ott úgy gondoltuk, hogy a plébános atyák megtalálják a híveiket a rendelkezési nyilatkozatokat is tartalmazó üzenetünkkel. A borítékra azt írtuk: minden jóakarátú embernek. Az eredmény: idén 22%-kal többen ajánlották fel adójuk 1%-át, mint az előző évben. Mellettünk még kedvezményezett volt a református és az evangélikus egyház is, hiszen azt kértük, ha az illető nem katolikus, akkor a saját felekezete számára ajánlja fel az 1%-ot. (A reformátusoknál 9, az evangélikusoknál 7% volt a növekedés.)

Hasznos volt tehát a PR akció, segített az embereknek, hogy éljenek jogukkal, ugyanakkor az Egyház számára is fontos igazolásul szolgált ez a megmozdulás. Igen, így és még sokféle módon szólíthatjuk meg az embereket. Körlevelekben is, természetesen.

sen. És a templomok csendjében, és konferenciákon, és a sajtó hasábjain – folyamatosan és hittel. S ne feledjem, az élő katolikus közösségek példamutató kisugárzásával. Akik a szeretet civilizációját hirdetve életük tanúságtételével járulnak hozzá az Egyház kommunikációs és újraevangelizációs törekvéseinek sikeréhez. Kérem, Önök is segítsenek.

Köszönöm a figyelmüket!