

środa, 31.03.2021

Głos Judasza(ów) nt. kampanii billboardowej

MARIA I JUDASZ

„Gdy emocje już opadną”, jak śpiewał zespół Perfekt, po Niedzieli Palmowej, po głośnych okrzykach „Hosanna” i „Ukrzyżuj Go”, na „liturgicznej scenie”, cicho i skromnie, pojawia się w Wielki Poniedziałek Maria z Betanii, z jej gestem niekonwencjonalnej i odważnej miłości. Maria wylewa na stopy Jezusa drogocenny olejek nardowy, namaszcza je i wyciera swoimi włosami. Tak jak umiała i czuła, jako wrażliwa kobieta, okazała Jezusowi swoją miłość! Wraz z Marią w ewangelicznym klipie z Wielkiego Poniedziałku występuje Judasz Iskariota. Jego pojawienie się i jego głos w przepięknej scenie w domu Marty, Marii i Łazarza jest jak fałsz, który wkrada się w najpiękniejszą symfonię. Jak zwykło się mawiać w takiej sytuacji: „Judasza miał okazję, żeby milczeć, ale niestety z niej nie skorzystał”. Szkoda!

RETORYKA JUDASZA

Judasza, widząc zachowanie Marii, mówi: „Czemu to nie sprzedano tego olejku za trzysta denarów i nie rozdano ich ubogim?” Ewangelista Jan zaś od razu demaskuje prawdziwe motywacje Judasza, spiesząc z wyjaśnieniem: „Powiedział zaś to nie dlatego, jakoby dbał o biednych, ale ponieważ był złodziejem, i mając trzos wykradał to, co składano”.

Sprytny niczym lis, Judasz wyciera sobie twarz „troską o ubogich”. Sprytna i przewrotna jest ta retoryka Judasza, i co najważniejsze (niestety) – wciąż żywa, obecna i aktualna. Wielu daje się nabrać na tę socjotechniczną sztuczkę, która polega na tym, aby Kościół sprowadzić do roli „organizacji charytatywnej”. Drogi Czytelniku, czy Ty rozpoznajesz ten Judaszowy głos współcześnie? Ja tę przewrotną retorykę Judasza słyszę i rozpoznaję nazbyt często.... „Niech Kościół zajmie się pomocą ubogim! (A w innych sprawach – niech się zamknie!)” Myślę sobie wówczas, jak bardzo Ewangelia jest wciąż aktualna, po prawie 2000 lat.

Ileż to razy słyszałem przewrotną narrację: „Po co to złoto w kościołach? Po co ten «bizantyjski» przepych? Drogocenne ołtarze, żyrandole, kielichy, ornaty, dzieła sztuki, obrazy, w ogóle, po co kościoły? Kościół powinien to wszystko sprzedać i przeznaczyć na pomoc ubogim, głodującym, bo przecież Chrystus był ubogi!”. Trudno w tych zdaniach nie usłyszeć echa słów Judasza, oskarżającego Marię z Betanii o marnotrawstwo.

KAMPAANIA BILLBOARDOWA

Głos Judasza jest wciąż żywy i niestety ma się dobrze. Ostatnio przekonał się o tym pan Mateusz Klusek, który sięgnął głęboko do własnej kieszeni na rzecz kampanii promującej ludzkie życie. Jak mówi sam pan Mateusz, celem jego fundacji jest „afirmacja życia we wszystkich jego aspektach”. Tę afirmację życia wyrażają billboardy i plakaty z dzieckiem w obrysie w kształcie serca, z napisem „Jestem zależny, ufam Tobie”, a także inne ze słowami „Kochajcie się, mamie i tato!”. W reakcji na tę szlachetną akcję (nie dla wszystkich) podniosły się Judaszowe głosy o marnotrawstwie pieniędzy, a wraz z nim ekonomiczne szacunki, ilu dzieciom i w jaki sposób można by za pieniądze wydane na kampanię billboardową pomóc. Dziwi mnie to, że nagle wyrosło tak wiele „autorytetów”, które innym chcą nakazywać, jak i na co mają wydawać zarobione przez siebie pieniądze... Gdyby pan Mateusz wydał te rzeczony 10 milionów złotych na przykład na kontrakty dla piłkarzy grających w polskiej Ekstraklasie, to byłby przecież „mecenasek sportu”, a że zechciał je wydać na promocję ludzkiego życia od poczęcia, na kampanię na rzecz rodziny i małżeństwa, to jest „katotalibem”. „Gdzie

my żyjemy?” – zapytam przewrotnie.

Największym problemem w omawianej sytuacji nie jest jednak to, że ujawniła się spora grupa ludzi, którzy zaczęli panu Mateuszowi Kłuskowi zaglądać do portfela (uważam, że to nieładnie), ale że uaktywnili się oni jako „współcześni Judasze”. Ich retoryka wpisuje się bowiem doskonale w słowa zdrajcy Chrystusa: „Czemu to nie sprzedano tego olejku za trzysta denarów i nie rozdano ich ubogim?” – „Czemu to nie przeznaczono tych pieniędzy, wydanych na billboardy, na potrzebujące dzieci?”.

DLACZEGO?

No właśnie, dlaczego? Bo, po pierwsze, z punktu widzenia wolności i swobód obywatelskich, każdy w naszym kraju może generalnie wydawać swoje pieniądze, jak mu się podoba. Czy ja mówię Tobie, na co masz wydać Twojego piąta w portfelu? Bo, po drugie, z punktu widzenia moralnego, akcja billboardowa jest dobra. Oczywiście należy pomagać potrzebującym dzieciom i ich rodzinom, ale także należy uwrażliwiać ludzi na wartość życia ludzkiego i rodziny. Jak mówi Ewangelia: „jedno należy czynić, a drugiego nie zaniedbywać”.

CZTERY FILARY KOŚCIOŁA

Głos Judasza i głos jego „duchowych spadkobierców”, którzy zaatakowali pana Kłuska, świadczy o tym, że przede wszystkim nie rozumieją oni lub nie chcą zrozumieć, czym jest Kościół i co to znaczy być członkiem tego Kościoła. Przede wszystkim Kościół NIE JEST ORGANIZACJĄ CHARYTATYWNĄ! Od pierwszych wieków Kościół miał co najmniej 4 filary swojego istnienia, a zarazem pola swojej działalności, o które z równą troską i uwagą powinien się troszczyć, a które określa się w języku greckim następująco:

„martyria”, czyli „świadczenie”, a zatem nauczanie wiary, ewangelizacja, katechizacja; „leiturgia”, czyli liturgia, a zatem kult Boży i sprawowanie sakramentów; „diakonia”, czyli służba miłości, i tutaj właśnie mieści się działalność charytatywna Kościoła, pełnienie uczynków miłosierdzia; „diakonia” to jedno z pól działalności Kościoła, a nie jedyna czy też nawet najważniejsza jego misja; „koinonia” – czyli „wspólnota”, a zatem budowanie wspólnoty między wiernymi i szerzej między ludźmi.

Gdy Judasz wyraża myśl, że gest Marii z Betanii jest marnotrawstwem, zawęża misję Kościoła do „diakonii”, sprowadza go do roli „organizacji charytatywnej”.

CHARYTATYWNY POTENCJAŁ EWANGELII

Osoby, które raz po raz używają retoryki Judasza o pieniądzach, które należałoby wydać na rzecz ubogich, po prostu nie mają pojęcia, czym jest w istocie, od początku istnienia, Kościół. Na szczęście pan Mateusz Kłusek wie, że „martyria” nie jest mniej ważna od „diakonii”. Stąd jego wspaniała akcja. Jego przykład pokazuje, że wiara chrześcijańska ma niesamowitą moc! To ona daje odwagę, pasję, światło Ducha Świętego do robienia rzeczy niekonwencjonalnych, wreszcie ducha ofiary, wyrzeczenia i hojności – widzimy to wszystko doskonale w Marii z Betanii. Jasno z tego wynika, że jeżeli nie byłoby chrześcijańskiej „martyrii”, „leiturgii”, „koinonii”, to dzieła charytatywne byłyby pozbawione takich „Bożych szaleńców”.

Współcześni Judasze, zamknijcie zatem kościoły, sprzedajcie wszystko na rzecz ubogich, a pozbawicie się tych, którzy idąc za słowami „błogosławieni miłosierni”, usłyszanych z ambony, będą zdolni głębiej sięgnąć do kieszeni. Bo jeżeli nie w imię przyszłej nagrody w Niebie i nie w imię Ewangelii, to w imię czego mam się pozbawiać swoich dóbr?

UJADANIE „JUDASZÓW”

Prawie 2 tysiące lat temu w domu Marty, Marii i Łazarza w Betanii wybrzmiało przewrotne pytanie: „Czemu to nie sprzedano tego olejku za trzysta denarów i nie rozdano ich ubogim?”. Powraca ono i odbija się niczym echo przez kolejne wieki historii Kościoła – pytanie Judasza, stawiane wciąż na nowo, modyfikowane, kontekstualizowane przez co raz to nowych Judaszów. Ujadanie Judaszów trwa, a karawana Kościoła, dzięki Bogu, jedzie dalej!

ks. Marek Szynkowski