

recenzije ■ *recensions* ■ *recensiones*

Danijel LABAŠ – Adolf POLEGUBIĆ (ur.), *Mediji i nova evangelizacija – Medien und neue Evangelisierung*, Zbornik radova, Hrvatski dušobrižnički ured – Kroatenseelsorge in Deutschland, Frankfurt am Main, 2012., 138 str.

Na godišnjem pastoralnom skupu hrvatskih pastoralnih djelatnika Zapadne Europe naslovljenom *Pravo na rad i nezaposlenost u suvremenim društvima*, koji je bio održan u hotelu Terme Tuhelj od 8. do 12. listopada 2012. godine, predstavljena je knjiga *Mediji i nova evangelizacija*, zbornik radova s pastoralnog godišnjeg skupa hrvatskih pastoralnih djelatnika Zapadne Europe koji je održan u Bad Honnefu kod Bonna od 26. do 29. rujna 2011. godine. Zbornik je izišao u nizu *Diaspora croatica* (knjiga 17), koji izdaje Hrvatski dušobrižnički ured u Njemačkoj, a za izdavača Ivicu Komadinu. Uredili su ga prof. dr. sc. Danijel Labaš i dr. sc. Adolf Polegubić. Ukratko ćemo predstaviti sadržajnu strukturu zbornika.

Prije svega, zbornik nam se predstavlja svojim neposrednim vanjskim izgledom, svojim ovitkom koji u boji hrvatske zastave daje središnji prostor crkvenoj stoljetnoj komunikaciji: zvoniku i zvonu te njezinoj sadašnjoj *e-mail*, odnosno digitalnoj komunikaciji. Kako pomiriti ta dva znakovna predstavljanja, odnosno kako upotrebljavati nove medije za novu evangelizaciju – o tome upravo propituju autori ovoga zbornika.

Zbornik ima 138 stranica i sadržava Predgovor, pet radova četiriju autora i na kraju popis dosad objavljenih knjiga u nizu *Diaspora croatica* (133-138). Na samom početku knjige nalazi se raspjevano medijsko učitavanje, tj. pjesma *Isus čita novine* Nikole Šopa u kojoj se ističe pjesnikovo približavanje Kristu koji, nagnut nad novine, pokazuje zabrinutost zbog vijesti iz ovoga svijeta.

Predgovor zborniku (7-18) na hrvatskom i njemačkom jeziku napisao je vlč. Ivica Komadina, delegat za hrvatsku pastvu u Njemačkoj. Komadina ističe biblijsku i pastoralno-katehetsku, evangelizacijsku važnost medija u Katoličkoj crkvi od samih njezinih početaka, posebice naznačujući početak novog razdoblja u odnosu medija i Crkve, 22. studenoga 2001. godine, kada je papa blaženi Ivan Pavao II. pritiskom na tipku računala poslao svoju Postsinodalnu pobudnicu *Crkva u Oceaniji* svim tamošnjim biskupima. Danas je, ističe Komadina, temeljno pitanje ne kako analognim, nego kako digitalnim i interaktivnim sredstvima naviještati Boga čovjeku današnjice. I nastavlja: »moramo 'ući' u govor čovjeka današnjice, moramo ra-

zumjeti kulturu u kojoj živi te ga pozivati na zajedništvo« (11).

Nakon Predgovora, prof. dr. sc. Danijel Labaš u radu »Uloga medija u suvremenom društvu« (19-38) znanstveno-kritički promišlja o medijima u suvremenom društvu koje obilježavaju relativizam i individualizam s neograničenom slobodom, konzumerizam sa slobodnim tržištem te postmodernizam s medijskim informacijskim društvom. Suvremeno je društvo organizirano u komunikacijskoj strukturi i postoji kao komunikacijski proizvod koji preživljava kroz svoj etički program, tj. u uzajamnosti etike i komunikacije. Društvo pak kao takvo zapravo je društvo paradoksa koje se posebice zrcali u medijima koji, ovisni o kapitalu i politici, jamče demokraciju s jedne strane, a s druge pak strane potiču nasilje među djecom. Mediji u društvu informiraju i formiraju, naime obrazuju i odgajaju, zabavljaju, uvjeravaju, prenose i stvaraju kulturu, jamče društvene komunikacije, promatraju okolinu, pružaju različite slike svijeta, pridonose sreći i potiču na potrošnju. Zbog nejasnog razlikovanja »prave od virtualne zbilje« potrebno je medijima pristupiti medijsko-pedagoški pri čemu se potiče refleksivno-kritička medijska izobrazba, naime postiže se medijska pismenost koja je potrebna za dekonstrukciju medijske konstrukcije. Autor je posebice istaknuo potrebu etičke dimenzije masovnih medija te, pozivajući se na promišljanje pape Benedikta XVI. o medijima, naglasio potrebu medija da služe osobi, čovjeku i zajedničkom dobru

kao i da pospješuju »etičko formiranje čovjeka, u rastu čovjeka iznutra« kako ne bismo postali »megafon ekonomskog materijalizma i etičkog relativizma« (34).

U svom pak radu »Mediji u Hrvatskoj i svijetu – vjerodostojnost na križu« (39-58) dr. sc. Igor Kanižaj predstavlja kaotično medijsko tržište, propituje gdje je nestala vjerodostojnost u zabavnom novinarstvu i oglašivačkoj industriji, kako je predstavljena Crkva u medijima, kako se (in) formira o religiji i religijskim zajednicama te na kraju piše o potrebi vjerodostojnih medija, kritičnosti njihovih korisnika te služenju medija istini i općem dobru naroda. Medijska izvještavanja o sudovima, lažni intervjui, pristranost izvještavanja, manjak novinarskih kompetencija, manipuliranje novinarskim sadržajima, opća komercijalizacija, tabloidizacija, prikrivena promidžba i sl. uvijek iznova postavljaju pitanje temeljnog kriterija medijskog izvještavanja, a to je: istina. Istina je uvjet za dosljedno, vjerodostojno, pošteno i kvalitetno novinarstvo te se autor s pravom pita gdje je nestala vjerodostojnost. Novinarsku vjerodostojnost, koja se povezuje uz izvor informacija i uz agencije i odnose s javnošću, autor propituje na temelju rezultata empirijskih istraživanja o negativnom izvještavanju o crkvenim događanjima i uspoređuje novinarsku medijsku predodžbu s rezultatima o povjerenju u institucije i u medije (jasno i u Crkvu), a zatim propituje i vjerodostojnost i etiku u oglašivačkoj industriji i zabavnom programu. U informiranju o religiji i religijskim zajednicama uglavnom

prevladava izvještavanje iz jednog izvora što zapravo dovodi u pitanje i samu vjerodostojnost takva izvještavanja i pokazuje »zabrinjavajuće trendove u izvještavanju o vjerskim zajednicama, pa se može zaključiti kako novinari i urednici zapravo ne razlikuju između Crkve i drugih institucija«, upozorava autor (53). U kontekstu navedenih trendova, izazova i prijetnja, autor potiče da se kod građana izgrađuje kritičnost, a kod medija neprestano služenje istini predlažući na kraju zapovijedi Mojsijeva Dekaloga koje se mogu primijeniti i na društvenu komunikaciju.

U drugom svom prilogu »Komunikacija (u) novim medijima. Facebook – nova (župna) zajednica?« (59-82) prof. dr. sc. Danijel Labaš tematizira nastanak društvenih mreža, statistiku i popularnost društvenih mreža, odnos grupe i društvenih mreža, povezanost društvenih mreža i vjere, odnos novih medija i pastora (mladih) i na kraju piše o novim medijima kao izazovu današnjem pastoralu. Novi su mediji, koje obilježavaju interaktivnost, hipertekstualnost, multimedijalnost i digitalizacija, prema smjernicama poruke Benedikta XVI. za Svjetski dan medija, veliko bogatstvo za svakog čovjeka. Oni potiču na susret i dijalog, a pastoralnim djelatnicima nude brojne mogućnosti izgradnje stvarne zajednice vjernika i naviještanja te svjedočenja Isusa Krista. Papa, pored antropologije *online* virtualne zajednice, posebice ističe pitanje prijateljstva na društvenim mrežama, o čemu i sam svjedoči vlastitim *facebook* profilom (Pope4You), a poziva i sve vjernike da u

novim okolnostima i oblicima izražavanja daju odgovor svakome tko zatraži razlog nade koja je u njima (1 Pt 3,15). Poglavitito poziva mlade »da dobro iskoriste svoju prisutnost u digitalnom svijetu«, na društvenim mrežama u kojima vjera »stabilizira društvene veze«. Neprijeporna je važnost društvenih mreža novih medija koji jasno postavljaju i određene izazove za pastoral mladih koje Labaš, prema njemačkom autoru Hübschu, predstavlja u devet točaka, a na koje se odgovara medijskim kompetencijama i primjerenom upotrebom novih medija u pastoralnom djelovanju.

Mons. Ivan Miklenić u svom radu »Smisao crkvenih medija: od dosade do evangelizacije« (83-104) analizira specifičnost crkvenih medija te njihov smisao, svrhu i ciljeve. Sloboda i neovisnost medija su iluzorne jer one redovito ovise o ekonomskoj i političkoj moći. Naspram medija općenito se stvara rezerviranost koja se osjeća i naspram crkvenih medija. I u samoj Crkvi pak često vlada negativno ozračje prema crkvenim medijima i jasno se postavlja pitanje o njihovom smislu. Na to pitanje odgovorio je mons. Ivan Miklenić. Specifičnost crkvenih medija sastoji se u tome da ovise o svom utemeljitelju, o crkveno pravnoj osobi, promiču crkveni nauk i stavove, slobodno izvještavaju o crkvenim događajima, imaju jasnu vlasničku i upravljačku strukturu, financira ih osnivač, nisu profitabilni, služe istini i općem dobru, informiraju istinito, objektivno i vjerodostojno, poštuju moralna načela i dostojanstvo svake osobe, promiču

vrednote i kršćansku kulturu, odgajaju i obrazuju u smislu boljeg poznavanja vjere, Božje objave, evanđelja i crkvene tradicije, a svi djelatnici u crkvenim medijima profesionalno i vjerodostojno obavljaju svoje zadaće jasno razlikujući vijest, izvještaj, intervju, osvrt, komentar i objavljuju eventualne pogreške. Smisao, svrha i ciljevi crkvenih medija jest njihov doprinos »najvažnijoj zadaći Crkve – evangelizaciji«, o čemu posebice govore brojni crkveni dokumenti. Tako crkveni mediji naviještaju Božju riječ pisanom riječju, tumače Božju objavu, papine i biskupske poruke, nude vjeronauk za odrasle, iznose različite važne teme za Crkvu i društvo, potiču na praktično življenje vjere, doprinose izgradnji crkvenog zajedništva, promiču autentično crkveno djelovanje i kršćansku kulturu te preoblikuju svijet u pluralnom društvu.

Dr. sc. Adolf Polegubić, pastoralni referent i urednik *Žive zajednice*, pak u svom radu »Živi li dijaspora samo u 'Živoj zajednici'« (105-130) predstavlja prije svega važnost i ulogu tiska u naviještanju i poslanju Crkve na temelju crkvenih dokumenata, a posebice dekreta Drugoga vatikanskog koncila *Inter mirifica*. Potom tematizira Papinsko vijeće za društvene komunikacije koje promiče medije u svrhu naviještanja i poslanja Crkve, zatim Papinu poruku za Svjetski dan medija 24. siječnja 2011. godine u kojoj Papa govori o *online* prijateljstvu kao i druge crkvene dokumente i smjernice o medijima u evangelizaciji i katehezi. Posebno mjestu u medijskom apostolatu Crkve u dijaspori svakako ima

četvrto desetljeće izlaženja mjesečnika katoličkih misija i zajednica u Njemačkoj *Živa zajednica*, koji objavljuje Hrvatski dušobrižnički ured iz Frankfurta. *Živa zajednica* je pokrenuta 1978. godine s ciljem pastoralne i duhovne skrbi o vjernicima u hrvatskim katoličkim zajednicama u Njemačkoj koji imaju tri gesla življenja: bogoljublje, čovjekoljublje i domoljublje. Nakon kratkog povijesnog osvrta na nastajanje lista *Živa zajednica*, autor ističe da Hrvatski dušobrižnički ured u Njemačkoj, koji ima komunikacijsku ulogu između triju biskupskih konferencija te koji upravlja, koordinira i organizira pastoralni rad u hrvatskim katoličkim misijama u Njemačkoj, posvećuje znatnu pozornost medijima, što se može vidjeti na mrežnim stranicama: www.zivazajednica.de i www.kroatenseelsorge.de. Zatim spominje da je Hrvatski dušobrižnički ured u Njemačkoj objavio dvojezični zbornik radova s pastoralnih skupova hrvatskih pastoralnih djelatnika iz Zapadne Europe, *Hrvatski katolički molitvenik*, pjesmarice *Slavimo Boga, Vodič – Adresar* kao i jednolinski zidni kalendar. Osim mjesečnika *Živa zajednica*, autor kratko predstavlja i *MOVIS (Misijski organ veze i služenja)*. *Glasilo Hrvatskih katoličkih misija u Švicarskoj*, čiji je prvi urednik bio fra Ljubo Krasić (prvi broj je objavljen u ožujku 1970. godine a danas se objavljuje četiri puta godišnje). Nadalje, autor navodi važnije hrvatske portale i mrežne stranice u Zapadnoj Europi te na kraju kritički promišlja o odnosu domovinske i iseljene Hrvatske. Naime, kod hrvatskih iseljenika druge i treće

generacije vidljivi su znatni procesi socijalizacije i integracije u njemačko društvo. Skori ulazak Hrvatske u EU potiče na to da se dvije biskupske konferencije sustavnije i konstruktivnije bave potrebama hrvatskih vjernika u inozemstvu u suradnji s ovlaštenim državnim tijelima. U suvremenom naviještanju nezaobilazna je uloga medija. To je vidljivo i u domovini i u dijaspori koja je prije nekoliko desetljeća prepoznala važnost i ulogu medija, konkretno tiska, na vjerskom, nacionalnom, društvenom i kulturnom planu. Autor, cijeneći druge tiskovine i mrežne stranice, ističe posebnu ulogu i zaslugu *Žive zajednice* i *MOVIS-a*.

Zbornik radova može se sadržajno i metodološki podijeliti na dvije skupine. U prvu skupinu spadaju radovi koji na temelju socioloških i etičkih teorija kao i na temelju nekih empirijskih istraživanja propituju odnos medija i društva uopće, odnos medija i hrvatskog društva, odnos medija i Crkve te pojavak novih digitalnih medija i njihov izazov društvu i Crkvi u novoj evangelizaciji sukladno smjernicama crkvenih dokumenata o sredstvima društvene komunikacije. U drugu pak sku-

pinu spadaju radovi koji na temelju povijesno-analitičkog i sintetičkog pristupa propituju prije svega crkvene pisane medije i njihovu ulogu u evangelizaciji. Radovi u zborniku spadaju u znanstveno-stručne studije koji pridonose kritičkom društveno-komunikacijskom i teološko-pastoralnom promišljanju o novim medijima društvene komunikacije i njihovom značenju i funkciji u suvremenom društvu, a posebice u pastoralu Katoličke crkve, njezinoj evangelizaciji, katehezi i religijskom odgoju. U navedenim radovima u najvećoj mjeri riječ je o etičko-odgojnom i obrazovnom vidu novih (starih) medija, a posebice tiska. To otvara put suvremenoj konvergenciji medija gdje, ako ne glavnu, onda veoma važnu ulogu igra televizija, a osim toga utire se i put konvergencijskom pastoralu. Čestitajući svim autorima i urednicima te izdavaču na ovoj znanstveno-stručnoj studiji o odnosu medija i nove evangelizacija, možemo je preporučiti kao korisnu i vrijednu literaturu svima koji upotrebljavaju medije u novoj evangelizaciji, katehezi, religijskom odgoju i obrazovanju.

Vine Mihaljević