

Jerko Valković

PAPA FRANJO I NOVI OBLICI KOMUNIKACIJE U NAVIJEŠTANJU RADOSTI EVANĐELJA

Izv. prof. dr. sc. Jerko VALKOVIĆ

KBF – Zagreb, Teologija u Rijeci

Izvorni znanstveni rad

UDK: 659.44[316.653+316.77] : 266[261.1/.8]262.13

FRANCISCUS

[-028.41 -028.47 -028.81] "36"

Priljeno 28. travnja 2015.

Papa Franjo je svojim načinom komuniciranja i jednostavnošću nastupa unio živost u samu Crkvu i uvelike pridonio promjeni percepcije Crkve u javnosti. Već od prvog pojavljivanja na loži bazilike sv. Petra u Rimu, od njegovog prvog obraćanja i pozdrava – „braćo i sestre, dobra večer“ – prepoznatljivi su neki novi oblici odnosno karakteristike u komunikaciji rimskoga biskupa. Je li riječ o posebnoj komunikacijskoj strategiji ili osobnoj (komunikacijskoj) karizmi? Ulazak u medijske prostore uvijek podrazumijeva „prihvatanje“ određenih zakonitosti medijskog djelovanja. Koji su izazovi s kojima se u svojoj komunikacijskoj strategiji suočava papa Franjo? Krije li takva komunikacija određene opasnosti? Autor u ovom članku analizira komuniciranje pape Franje te promišlja o značenju njegove komunikacije unutar šireg konteksta papinske službe odnosno evangelizacijskog djelovanja.

Ključne riječi: papa Franjo, komunikacija, naviještanje Evandjelja, dijalog, blizina.

* * *

Uvod

Ne iznenađuje činjenica da su nositeljima odgovornih službi unutar vjerskih zajednica, pogotovo kada je riječ o onim najvećim, mediji posvećivali veliku pozornost. Dovoljno je prisjetiti se kako su se pratila npr. putovanja posljednjih papa, njihovi nastupi i govori. Jedan od razloga stalnog medijskog praćenja je i otvorenost rimskoga biskupa prema svijetu medija o čemu govore i brojni tekstovi koji

su pape posvećivali ovoj temi kao i sama prisutnost Crkve u medijskom prostoru.¹

Da bi mogli razumjeti novost komuniciranja pape Franje potrebno je imati u vidu širi kontekst u kojem on započinje službu rimskoga biskupa. Otprilike mjesec dana prije nego što je izabran za papu, njegov predšasnik papa Benedikt XVI je odreknućem od papinske službe na svoj način pripremio „teren“, gotovo stvorio svojevrsnu „atmosfera revolucije“.² Oni koji su u pontifikatu pape Benedikta XVI vidjeli prvenstveno povratak na „tradiciju“ (u negativnom smislu), suočili su se s jednim od „najradikalnijih“ odluka u povijesti papinstva. Papino odreknuće, posljednji tjedni pape Benedikta XVI u Vatikanu, odlazak uz Castel Gandolfo, početak konklava i sam izbor novoga pape, bili u središtu svjetske (medijske) pozornosti. Zato i ne čudi da će se već prvim nastupima, gestama i riječima pape Franje posvećivati tako velika pozornost.

1. Papa Franjo – komunikator godine!

Poteškoća s kojom se redovito susrećemo kada je riječ o „ocjeniti“ popularnosti nekih osoba, odnosi se na same kriterije takve procjene. Koji su to kriteriji prema kojima se može „mjeriti“ nečija popularnost. Ta se poteškoća osobito doživljava kada se želi govoriti o papinoj „popularnosti“. Naime, popularnost jednog pape, a tim više i njegova služba, ne može se vrednovati polazeći od rezultata anketa usvajajući pritom (svjesno ili nesvjesno!) kriterije popularnosti pop starova ili celebritija koja se najvećim dijelom temelji ili polazi od njihovog „personalitija“. Papinstvo je služba, kako ističe Šola, u kojoj su osobnost i stil samog pape bitni, ali ipak sekundarni.³ Ako su takvi kriteriji od presudne važnosti u društvu spektakla, oni se

1 Otvorenost Crkve prema svijetu medija posebno je uočljiva od susreta Crkve sa elektroničkim medijima, što se kronološki gledano, počelo odvijati od prvih desetljeća prošloga stoljeća. Za detaljniji prikaz odnosa Crkve i medija s priloženom bibliografijom, vidi Jerko VALKOVIĆ, *Crkva i svijet medija. Mogućnost susreta i različitost perspektiva*. Glas Koncila, Zagreb, 2013., str. 24-123.

2 Odreknuće pape Benedikta XVI njemački mediji označavaju povijesnim događajem ali pritom glavni naglasak stavljaju mnogo više na sam čin „odreknuća negoli na tumačenje razloga.

3 Usp. Ivica ŠOLA, *Posebnost komunikacije Benedikta XVI.*, u: <http://www.laudato.hr/Kolumna/Prvi-petak/Posebnost-komunikacije-Benedikta-XVI.aspx>, (15. rujna 2014.).

ne mogu primjenjivati u svim kontekstima odnosno uzimati ih kao kriterije uspješnosti kada su u pitanju neke druge službe ili druga kategorija djelovanja (npr. za procjenu uspješnosti evangelizacijskog djelovanja). Zato i podatci koje u nastavku predstavljamo ne služe u prvom redu kao osnova ili potvrda papine popularnosti već ih donosimo samo zato da bi vidjeli „medijski“ odjek njegova komuniciranja.⁴

Već u prvoj godini pontifikata magazin „Time“ će papu Franju proglasiti „osobom godine“. Komentirajući razloge toga priznanja novinarka Radhika Jones kaže da je papa Franjo u svojim djelovanjem i svojim govorima nastojao usmjeriti pozornost javnosti prema siromaštvu i onima kojima je naša pomoć najpotrebnija te je na taj način pridobio simpatije mnogih.⁵ U istoj godini „Institut Treće tisućljeće“ europskog parlamenta proglasio je papu Franja „Komunikatorom godine“, a u Kini je papa ubrojen među 10 osoba koje su obilježile 2013.-tu godinu.

Posebna je pozornost posvećena „prisutnosti“ pape Franje unutar virtualnog svijeta.⁶ Rezultati istraživanja koje ovdje predstavljamo otkrivaju da je i „virtualnom kontinentu“ papa Franjo veoma

4 Treba imati u vidu da papa Franjo, govoreći o komunikaciji unutar virtualnih prostora, nastavlja djelo svojih prethodnika. Crkva „službeno“ ulazi u te prostore objavom božićne poruke Ivana Pavla II (1995.) na službenim stranicama (www.vatican.va). Usp. Imrich GAZDA, Albert KULLA, The use of New Media in the Catholic Church, u: *Informatologija*, 46 (2013.) 3, str. 235. Uz to spominjemo i početke korištenja Twittera (Benedikt XVI je 12. prosinca 2012. poslao svoj prvi „tweet“). Iste je godine otvoren posebni news servis (@news.va).

5 Komentirajući to priznanje ravnatelj Tiskovnog ureda Svete Stolice o. Federico Lombardi rekao je da je dobar znak jer se jedno od najprestižnijih priznanja na području međunarodnoga novinarstva dodjeljuje nekome tko u svijetu naviješta duhovne, religijske i moralne vrijednosti te učinkovito zagovara mir i veću pravednost. Usp. *Dichiarazione del direttore della Sala stampa della Santa Sede, p. Federico Lombardi*, u: <http://www.news.va/pt/news/161821> (1. rujna 2014.). To nije prvo priznanje koje su pape primili od toga magazina jer je 1962. isto priznanje dobio papa Ivana XXIII., a 1994. papa Ivan Pavao II.

6 Ne samo unutar virtualnog svijeta već i u drugim medijima također se analizira komunikacija pape Franje. Tako je u okviru projekta „Komunikacijsko oblikovanje religijskog autoriteta na primjer Kölnske nadbiskupije“ provedeno istraživanje na temelju tri vodeće novine/magazina u Njemačkoj: Bild (dnevna novina); Die Zeit (tjednik); Der Spiegel (tjednik). Potrebno je spomenuti da kod medijske analize nije odlučujući je li nešto što se smatra značajno istovremeno postalo i medijski fenomen već mnogo više kako pojedini mediji svojim načinom prikazivanja i općenito „insceniranjem“ pridonose oblikovanju nečega kao fenomena. Usp. Andreas HEPP, Veronika KRÖNERT, *Medien-Event – Religion. Die Mediatisierung des Religiösen*, Verlag für Sozialwissenschaften, Wiesbaden, 2009., str. 141.

„tražena“ osoba.⁷ Izdvajajući samo neke rezultate ovog istraživanja može se vidjeti vidimo da je papa Franjo među najutjecajnijim osobama odnosno liderima (u razdoblju od ožujka do studenog 2013.), bila najtraženija osoba unutar Goeglovskih pretraživanja.



U prvom stupcu s lijeve strane se vidi da je papa Franjo osoba koju se na globalnoj razini najviše „tražilo“ – više od 1 730 000 „klikova“. Tabela otkriva da je i unutar pojedinih kulturalno-jezičnih ambijenata (npr. španjolsko jezično područje), papa Franjo bio na samom vrhu (središnji i lijevi stupac).

Treba imati u vidu da virtualne prostore velikim dijelom „nastanjuju“ i u njima se „kreću“ mladi koji veoma često tamo traže svoje idole. Tim je više znakovito (kako je vidljivo iz sljedeće tabele) da je papa Franjo i među osobama iz show businessa i sporta bila jedna

⁷ Riječ je o opsežnom istraživanju koje je provela katolička multimedijska organizacija Aletheia.org. Istraživanje je provedeno u periodu od ožujka do studenoga 2013.-te godine pod naslovom *Internet loves Pope Francis*, External Data Intelligence Analysis, 2014.

od „najposjećenijih“ osoba jer je papa Franjo bio u fokusu traženja 49 000 000 puta (prvi stupac lijevo). Činjenica je tim znakovitija jer se ovdje papa nalazi među osobama koje su znatno mlađe od njega.⁸



Kako smo već spomenuli (uspješnost!) papinske službe ne ovisi o njegovoj popularnosti odnosno prisutnosti na društvenim mrežama (konkretno broju „klikova“). Međutim, polazeći od činjenice da je značenje društvenih mreža u komuniciranju današnjega čovjeka od sve veće važnosti možemo sigurno zaključiti da se o osobi pape Franje, njegovim riječima i njegovim gestama u javnosti puno govori. Po čemu je njegov način komuniciranja prepoznatljiv, odnosno kako komunicira papa Franjo?

8 Internet loves Pope Francis, str. 6.

2. Kako komunicira papa Franjo?

Ako bi za papu Benedikta XVI mogli reći da je bio komunicator riječi, onda za papu Franju možemo reći da komunikacija slikom kod njega zauzima središnje mjesto.⁹ Papa komunicira slikom, ili preciznije rečeno, komunicira slike. Za mnoge je komunikacija slikom „rječitija“, budući da slika sama „govori“ i da je razumljiva unutar svake kulture. U komunikaciji pape Franje, slika postaje poruka a oni kojima se papa obraća pozivaju se da otkrivaju njezino značenje. Papa Franjo pridaje veliku važnost ovakvom načinu komunikacije što su mediji već od samoga početka prihvatili. Prisjetimo se pape koji se vozi „čtvorkom“, papu koji - nakon što je izabran za papu - sam plaća prenoćište, u radničkoj menzi sam uzima i nosi hranu, u kapelici sjedi u zadnjem redu ...

Već ove slike otkrivaju veliko značenje neverbalne komunikacije u komunikaciji pape Franje, i to osobito njegovim gestama i komuniciranjem tijelom. Papa Franjo izvanredno uspješno komunicira gestama i ta se komunikacija doživljava veoma prirodno i spontano. Geste u komunikaciji otkrivaju široku paletu doživljaja ali i različitost poruka koje želi prenijeti. Ponekad će gestama izreći meditativni stav, drugi put one označavaju ozbiljno upozorenje ili odlučni zahtjev, ponekad papa gestama komunicira otvorenost i opuštenost ili pak humor (što on izvanredno gestikulira na svojem licu).¹⁰ Značajna je karakteristika takve komunikacije da s sobe s kojima papa na taj način komunicira, osjete spontanost budući da papa takvim komuniciranjem umanjuje razdaljinu i stvara blizinu.¹¹

9 Govoreći o osnovnim karakteristikama komunikacije pape Franje ukazujemo na neka zapažanja isusovca Spadara. Antonio SPADARO, *Papa Francesco non "comunica", ma crea "eventi comunicativi"*. A proposito della lettera a Eugenio Scalfari, u: <http://www.cyberteologia.it/2013/09/papa-francesco-non-comunica-ma-crea-eventi-comunicativi-a-proposito-della-lettera-a-eugenio-scalfari>, (10. rujna 2014.)

10 Helena Janeczek u talijanskom dnevniku *Avvenire* komentirajući komunikaciju pape Franje kaže da su u njegovoj komunikaciji upravo geste u prvom planu. Papa prihvaća rizik koji je povezan s takvim načinom komuniciranja posebno u društvu koje je skloni spektaklima i medijskom pogrešnom interpretiranju. Naime, pustiti sliku u te „prostore“ znači staviti na kocku vlastitu autentičnost a nerijetko se time otvara put mogućim ambivalentnim tumačenjima odnosno krivim interpretacijama. Janeczek zaključuje da je papa svjestan tih opasnosti. Usp. Alessandro ZACCURI, JANECZEK, Il „primato“ dei gesti, u: *Avvenire*, 19. studenoga 2013., str. 21.

11 Takve su geste od osobitoga značenja za televiziju jer je upravo slika za medij televizije od temeljne važnosti. Neki će čak u tom kontekstu govoriti o novim oblicima kršćanske narativnosti.

Komunikacija pape Franje odiše neposrednošću i spontanošću gotovo bi se moglo reći da se čitava komunikacijska strategija svodi na - „budi ono što jesi!“ U tom kontekstu možemo promatrati njegovu nepredvidivost, iznenađenja, izlaženja izvan okvira protokola, neočekivane telefonske pozive i intervjuje a sve to kao da nosi poruku – „slobodan sam od svih protokola“, „ja sam gospodar u svojim nastupima i riječima“ ...

Ako se osvrnemo na papine govore ili riječi koje on upotrebljava, odmah se daje uočiti da njegov govor nije spekulativne već misionarske naravi. Bilo u govorima bilo u tekstovima, papa upotrebljava riječi koje nije potrebno „studirati“ već jednostavno „slušati“. Nerijetko će koristiti snažne metafore (npr. obraćajući se pastirima podsjeća ih na „miris ovaca“ ili govoreći o problemima ističe opasnost „*duhovnog Alzheimer*“). Papa je svjestan poteškoća i opasnosti ukoliko je naš govor nerazumljiv. Navještaj vjere trebao bi upotrebljavati „gramatiku jednostavnosti“. ¹² Papa je svjestan da „dokumenti ne pobuđuju jednako zanimanje kao nekoć i da brzo padnu u zaborav“. ¹³ Zato i ne čudi da će u pontifikatu pape Franje propovijedi imati posebno mjesto (npr. propovijedi u kapeli sv. Marte) i da ozbiljnosti priprema propovijedi u pobudnici *Evangelii Gaudium* posvetiti veliko značenje. ¹⁴

Raznolike su teme i područja koje u govorima dotiče papa Franjo. Istraživanje koje smo prije spomenuli izdvaja 30 riječi/pojmova koja se dovode u vezu s naučavanjem pape Franje (vlast, mir, mladi, twitter, obitelj, posao, politika, djeca, društvo, pravednost, rat, kršćani, brak, siromaštvo, Sirija, nasilje, glad, korupcija, Facebook, škola, abortus, internet, odgoj, ekonomija, gay, zaštita prirode,

Usp. Domenico delle FOGLIE, *Papa Francesco comunicatore globale*, u: http://www.agensir.it/sir/documenti/2014/06/00289220_papa_francesco_comunicatore_globale.html, (5. rujna 2014.).

12 Sellmann kao glavnu karakteristiku govora pape Franje ističe upravo jednostavnost u njegovim govorima što je prema njegovu mišljenju i jedan od temeljnih razloga zbog čega njegov govor razumije i prihvaća velik broj ljudi. Usp. Matthias SELLMANN, *Warum Franziskus fasziniert. Einer, der verständlich redet*, u: *Herder Korrespondenz*, 69 (2015.) 1, str. 8-11.

13 FRANJO, *Evangelii Gaudium - Radost evanđelja. Apostolska pobudnica biskupima, prezbiterima i dakonima, posvećenim osobama i svim vjernicima laicima o naviještanju evanđelja u današnjem svijetu*, Dokumenti 163, Kršćanska sadašnjost, Zagreb, 2013., br. 25.

14 *Isto*, br. 135-175.

seksualnost, trgovina oružja, ljudska prava, mediji).¹⁵ Zanimljivo je spomenuti da je analiza prvih papinih nastupa upravo pod vidom upotrebe pojedinih riječi/pojmova ukazala na to da je najčešće koristio riječi: „mogućnost“, „nada“, „reforma“ što je u medijima naišlo na veoma pozitivan odjek.¹⁶

Govori pape Franje odlikuju se narativnošću a takav način govora je za medije lako razumljiv i prihvatljiv. Karakteristike takvoga načina komuniciranja lakše se uočavaju ako komuniciranje pape Franje usporedimo s komuniciranjem pape Ivana Pavla II. Dok je Ivan Pavao II više inzistirao na „intenzitetu“ i snazi izričaja - na što bi se onda nadovezao „govor“ tijela, izražen ritmom i pokretima - papa Franjo kao da kreće od akcije, od gesti i tek onda oblikuje svoj govor. Da bi uočili razliku spomenut ćemo govor pape Ivana Pavla II mafijašima na Siciliji u svibnju 1993. Papa im upućuje snažan poziv: „Convertitevi!“ - „Obratite se“.¹⁷ U sličnoj prigodi papa Franjo također poziva ali na drugačiji, narativniji način. Na molitvenom bdijenju za žrtve mafije papa Franjo poziva: „Molim vas, promijenite život, obratite se, zaustavite se, prestanite činiti zlo! I mi za vas molimo. Obratite se, molim na koljenima. To je za vaše dobro. Život koji sada živite ne će vam donijeti mir, ne će vam dati radost, ne će vam dati sreću. Moć i novac koje sada imate od mnogih prljavih poslova, od mnogih mafijaških zločina, krvavi je novac, krvava je moć, i ne ćete ih moći ponijeti u drugi život. Obratite se, još uvijek ima vremena, da ne završite u paklu“.¹⁸

3. Poziv na sudjelovanje

Papa Franjo, kako smo spomenuli, komunicira slikom, ali isto tako poziva propovjednike da u propovjedima i oni koriste slike,

¹⁵ *Internet loves Pope Francis*, str. 34.

¹⁶ Usp. Annika FRANZETTI, Renate HACKEL, Christian KLENK, „New Pope, New Hope“. Papst-Euphorie: Plötzlich hat das Thema Kirche in den Medien wieder Hochkonjunktur, u: *Communicatio Socialis*, 46 (2013.) 1, str. 12.

¹⁷ Usp. IVAN PAVAO II, *Propovijed*, Pastoralni pohod Siciliji, (9. svibnja 1993.), u: http://www.vatican.va/holy_father/john_paul_ii/homilies/1993/documents/hf_jp-ii_hom_19930509_agrimento_it.html, (6. rujna 2014.).

¹⁸ FRANJO, Govor na molitvenom bdijenju za žrtve mafije (21. ožujka 2013.), u: <http://press.vatican.va/content/salastampa/en/bollettino/pubblico/2014/03/21/0196/00434.html>, (1. rujna 2014.).

odnosno da se služe slikovitim govorom. To čine zato jer u takvom načinu komuniciranja papa vidi neke prednosti. „Katkad se koriste primjeri kako bi se lakše razumjelo ono što se želi objasniti, ali ti se primjeri obraćaju samo razumu; slike, međutim, pomažu i cijeniti i prihvatiti poruku koja se želi prenijeti. Jedna privlačna slika pomaže da se poruka doživi kao nešto poznato, blisko, moguće, vezano uz vlastiti život. Uspješna slika može dovesti do toga da osoba uživa poruku koja se želi prenijeti, budi želju i potiče volju prema evanđelju. Dobra homilija, kao što mi je govorio jedan stari učitelj, mora sadržavati 'ideju, osjećaj, sliku'“.¹⁹

Koliko god je važno promatrati neke elemente ili karakteristike komunikacije pape Franje nije dovoljno na tome zastati već je potrebno upitati se o onome što papa kroz komunikaciju želi ostvariti.

Za papu Franju komunicirati ne znači samo (ili u prvom redu) prenositi/slati poruku, već komunikacija postaje prigoda za ostvarenje „komunikacijskog događaja“. Massimo Milone razmišljajući o komunikaciji pape Franje kaže: „On ne samo komunicira već stvara komunikacijske događaje. Ne samo što komunicira već uspostavlja direktne kontakte i oblikuje odnose koji mijenjaju“.²⁰ Papa zapravo želi da slušatelj bude „privučen“, da i on aktivno sudjeluje u komunikaciji. Ta papina vizija komunikacije prisutna je već od samoga početka pontifikata, već od trenutka izbora za papu odnosno prvog pojavljivanja na balkonu bazilike sv. Petra. Prije nego što je udijelio blagoslov, papa Franjo moli okupljene da najprije oni za njega mole a tek nakon toga on moli za njih i udjeljuje im blagoslov. U drugim prigodama (npr. u katehezama) papa će više puta pozvati prisutne da za njim ponavljaju važne riječi odnosno pojmove vezane uz temu o kojoj govori (govoreći o obiteljskom životu pozvao je okupljene da s njime ponavljaju tri važne riječi: Molim, hvala i oprost). Nerijetko će komunikaciju ostvarivati tako što će prisutnima postavljati pitanja,²¹ ili retorička pitanja (npr: è bello, no?“). Ponekad će papa,

19 EG, br. 157.

20 Massimo E. MILONE, *Pronto? Sono Francesco. Il papa e la rivoluzione comunicativa un anno dopo*, Libreria Editrice Vaticana, Roma, 2014., str. 7.

21 Usp. Antonio SPADARO, Papa Francesco e la comunicazione. La 48a Giornata Mondiale delle Comunicazioni Sociali, u: *La Civiltà Cattolica*, 165 (2014.) 1, str. 242.

kada smatra da je nešto posebno važno i da to treba istaknuti, pojedine pojmove izreći isticanjem slogova: so-li-da-rie-tà! Ponekad će se papa, upravo u vidu uspostavljanja povezanosti sa svojim slušateljima, ispričati zbog korištenja nekih stranih riječi (npr. kada je govoreći talijanski upotrijebio španjolsku riječ: *primarear*). Već spomenuta papina neposrednost i jednostavnost u izričaju i lakoća kojom uspostavlja kontakte veoma je važna jer pomaže u ostvarenu blizine između sugovornika. Papa se ne doživljava kao komunikator koji bi samo „slao“ poruku ili naučavao već kao onaj koji je sam jedan od sudionika komunikacije. Na taj način u središte dolaze osobe koje su uključene u komunikaciju. Hagenkord, ističe da papa, upravo u želji da „provocira“ reakciju svojih slušatelja odnosno pobudi određenu dinamiku, često koristi neke glagole: ustati, uputiti se, prekinuti, ići, pratiti, ostaviti, otvoriti se ...²²

Komunicirati ne znači samo prenositi poruku (*broadcast* – „jednosmjerno“, ciljano prenošenje poruke), već dijeljenje/participiranje na komunikaciji i samoj poruci (*sharing*). Za papu Franju komuniciranje nije samo „prenošenje“ već mnogo više, stvaranje prostora u kojem će sudionici moći aktivno sudjelovati.

4. Opasnosti pogrešnih interpretacija

Koliko god upotreba jednostavnih riječi ili pojmova olakšava komunikaciju i pomaže da riječ bude razumljivija širem krugu ljudi, takav način komuniciranja može biti povezan s nekim poteškoćama. Naime, u takvoj komunikaciji otvaraju se mogućnosti različitih interpretacija a nerijetko je s time povezano i nepotpuno odnosno krivo razumijevanje onoga što se želi reći.²³ Papa Franjo je svjestan tih opasnosti o čemu sam govori na nekim mjestima. Zaustavit ćemo se pred dvije situacije u kojima su te opasnosti vidljive.

22 Usp. Bernd HAGEFNKORD, Wie Papst Franciskus kommuniziert. Unruhe stiften, u: *Herder Korrespondenz*, 69 (2015.) 1, str. 5.

23 Veliku ulogu tu mogu imati medijsko selektiranje ali i interpretacija tako da se neka poruka može predstaviti i razumjeti na sasvim drugačiji način od onoga što je autor namjeravao reći. Kao primjer spominjemo „izvlačenje“ iz konteksta i interpretaciju jedne rečenice iz govora pape Benedikta XVI u Regensburgu što je u javnosti podignulo burne rasprave.

Papa Franjo u razgovoru s novinarima veoma često odgovara kraćim rečenicama ne dajući pritom detaljnije objašnjavanje onoga o čemu govori. Već kod prvog susreta s predstavnicima medija u auli pape Pavla VI (nekoliko dana nakon što je preuzeo službu rimskoga biskupa) mediji su posebno prenosili sljedeće papine riječi: „Kako bi htio siromašnu Crkvu za siromahe“.²⁴ Nije problematično značenje tih riječi kao ni poruka koja se želi uputiti. Probleme stvara nedovoljno poznavanje širega konteksta u kojima su te riječi izrečene ili pak nakana radi koje su izrečene. Opasnost pogrešnog tumačenja je u „izvlačenju“ tih riječi iz konteksta budući da se time dolazi u opasnost pogrešnoga tumačenja odnosno interpretacije. Spomenut ćemo još nekoliko drugih izjava koje su u medijima bile interpretirane na različite načine.

- Ako je neka osoba gay i traži Gospodina i ima dobru volju, tko sam ja da ih sudim?
- Ima svećenika koji su papskiji od pape!
- Crkva se ponekad dala zatvoriti u male stvari, u sitne propise.
- *Ne možemo inzistirati samo na pitanjima vezanim uz abortus, homoseksualni brak i metode kontracepcije.* To nije moguće. Nisam puno govorio o ovim temama i kritizirali su me zbog toga. Ali, kada progovaramo o ovakvim pitanjima onda to moramo raditi u kontekstu. Crkveni nauk po tim pitanjima je jasan i ja sam sin Crkve. Ali, *nije potrebno govoriti o tome cijelo vrijeme.*²⁵
- Poglavar Crkve često su bili narcisoidni, a laskavci su im se dodvoravali. Dodvoravanje je guba papinstva.

Talijanski komunikolog Roberto De Mattei upozorava na opasnosti ovakvog stila komuniciranja budući da se polazi od često neutemeljene pretpostavke da sugovornici poznaje nauk (Crkve) te da će na ispravan način razumjeti što te izjave znače. Međutim, pitanje

24 FRANJO, *Govor predstavnicima medija u Auli Pavao VI* (16. ožujka 2013.), u: http://w2.vatican.va/content/francesco/it/speeches/2013/march/documents/papa-francesco_20130316_rappresentanti-media.html, (28. kolovoza 2014.).

25 Kurzivom je istaknut tekst koji se u medijima gotovo redovito citirao dok ostale rečenice – iako je dio istoga govora - veoma često ispuštale.

je koliko ljudi općenito kao i sami vjernici, upozorava Mattei, poznaju crkveni nauk o pojedinim pitanjima.²⁶ Takve pretpostavke lako mogu postati razlog krivog interpretiranja. Uz to treba računati i na činjenicu da svijet medija nije u rukama onih koji vjeruju već često iza medija stoje razni lobiji koji djeluju prema raznim političkim ili ekonomskim interesima.

Papa Franjo, kako je rečeno, svjestan je takvih mogućnosti krivih interpretacija. U pobudnici *Evangelii Gaudium* kaže: „U današnjem svijetu koji karakterizira brzina komunikacije i pristrani izbor sadržaja od strane medija, poruka koju naviještamo više je no ikad izložena opasnosti da bude iskrivljena ili svedena na neke sporedne aspekte. To ima za posljedicu da su neka pitanja koja čine sastavni dio moralnog učenja Crkve istrgnuta iz konteksta koji im daje smisao. Najveći se problem javlja kada se tada poruka koju naviještamo, čini se, poistovjećuje s tim sporednim aspektima koji, premda su važni samo po sebi ne prenose srž poruke Isusa Krista. Trebamo, dakle, biti realni i ne uzimati zdravo za gotovo da naši sugovornici poznaju čitavu pozadinu onoga što govorimo ili da mogu povezati ono što govorim s bitnom srži evanđelja koja tomu daje smisao, ljepotu i privlačnost“.²⁷

Da bi se izbjegli rizici pogrešnog shvaćanja veoma je važno da mediji prenesu poruku u njezinoj cjelovitost s posebnom osjetljivošću za sve ono što bi moglo utjecati na ispravno i cjelovito razumijevanje poruke. Zato nije dovoljno ograničiti se samo na institucionalne oblike crkvenog komuniciranja već stalno inzistirati na objašnjenju konteksta. Isto tako važno je da crkveni mediji izbjegavaju prikazivanje crno-bijelom tehnikom (npr. upotrebom stereotipa - dobar papa a pokvarena Kurija!).²⁸

26 Usp. Francesco De PALO, *Che cosa non condivido della comunicazione di Papa Francesco. Parla il tradizionalista De Mattei*, u: <http://www.formiche.net/2013/09/26/papa-francesco-comunicazione-de-mattei>, (10. rujna 2014.).

27 *EG*, br. 34.

28 Usp. Paul WUTHE, *Papst Franziskus – Ein globaler Kommunikator*, u: http://www.google.com/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=1&ved=0CCEQFjAA&url=http%3A%2F%2Fwww.eurocathinfo.eu%2Fccce%2Fs2magazine%2Fcsc%2F166%2Fimages%2FDocumenti%2520del%2520CCEE%2F2014%2520Spokespersons%2FDE_Papst%2520Franziskus%2520globaler%2520Kommunikator.docx&ei=vmNPVLGUEND5arvjgLAK&usq=AFQjCNFENASR5jFw3fKtUu2M2ND29eErFQ&sig2=DL5ZM21_s_pLSMUSI_TOgA, (8. rujna 2014.).

Drugi problem odnosi se na komunikaciju unutar virtualnih prostora. Papa Franjo je u tim prostorima, kako smo prije prikazali, veoma prisutan. Međutim ulaskom u virtualne prostore ulazi se u komunikacijski kontekst unutar kojeg se susreću drugačije norme medijskog djelovanja a značajna se promjena događa u samom načinu komuniciranja. Naime, dok se komunikacija „tradicionalnim medijima“ odvijala od središta prema „periferiji“, sada se susrećemo s novom komunikacijskom paradigmom jer se komuniciranje odvija prema načelu „peer to peer“ – „razmjena između jednakih“. Jedna od novosti odnosi se na drugačiji način doživljavanja uloge i značenja autoriteta. Mreža – kojoj se ne može odrediti središte – prikladna je metafora načina komuniciranja i odnosa između sudionika komunikacije.²⁹ Na određeni način u takvim prostorima „zviježde“, *stars*

29 Suvremeni mediji stavljaju u pitanje dosadašnji način shvaćanja autoriteta. Ne može se reći da autoritet u tom prostoru potpuno nestaje već je ispravnije reći da se autoritet „oblikuje“ na novi način (usp. Bryan S. TURNER, *Religious Authority and News Media*, u: *Theory, Culture & Society*, 24 (2007.) 2, str. 117-134). Posebno je to vidljivo ondje gdje se govori o utemeljenju vjerskih autoriteta budući da je omogućen neposredni pristup izvorima, a teološka interpretacija prepuštena je pojedinoj osobi. Posljedica toga, kaže Bryan, je izostanak službenog tumačenja sa strane Crkve te s time povezano novo oblikovanje vjerskoga autoriteta.

Hepp i Kronnert kažu da medijsko posredovanje čini prema vani vidljivijima i jasnijima raznolikost vrednota kršćanstva. Usp. Andreas HEPP, Veronika KRÖNERT, *Medien – Event – Religion. Die Mediatisierung des Religiösen*, Verlag für Sozialwissenschaften, 2009., str. 202. Budući da je internetska komunikacija neovisna o prostoru, Hepp kaže da to postaje poteškoća za Crkvu koja ne može kontrolirati te prostore. Riječ je o promjeni socio-kulturne konstrukcije stvarnosti. Usp. Andreas HEPP *Kommunikation löst sich aus dem Hier und Jetzt. Anmerkungen aus Sicht der Mediatisierungsforschung*, u: *Communicatio Socialis*, 44 (2011.) 4, str. 422–427.

Da bi se kršćanstvo razlikovalo od ostalih ponuda unutar virtualnog prostora, ono mora usmjeravati na nešto posebno, mora isticati svoj specifikum. U tom svjetlu treba promatrati i papu jer je on (poput celebritija ili market-simbola kršćanstva) insceniran i u današnjem medijskom društvu tako jasno i prihvatljivo predstavljen. Takvo predstavljanje ima kao posljedicu promjenu koja je vidljiva u samoj papinskoj službi. Taj proces medijalizacije povratno djeluje na obnašanje službe unutar Crkve. Zato Gabriel zaključuje da autoritet u medijskom prostoru ne nestaje već se transformira u različite oblike odnosa unutar autoriteta. (Karl GABRIEL, *Phänomene öffentlicher Religion*, u: Karl GABRIEL, Hans-Joachim HÖHN, *Religion heute – öffentlich und politisch. Provokationen, Kontroverse, Perspektiven*, Schöningh Paderborn, 2008., str. 362). Prema nekima riječ je o funkcionalnom autoritetu, drugi opet govore o autoritetu službe koji počiva na poziciji, drugi opet govore o osobnom autoritetu koji počiva na nekim karakteristikama osobnosti. Gabriel govori i o karizmatiziranju uloge pape koja je prema njegovu mišljenju počela već od Pija IX. U tom procesu veliku ulogu imaju mediji jer oni insceniraju i stavljaju u središte karakteristike osobnosti pape. Usp., Karl GABRIEL, *Die Versuche des Papstes, in der Welt der Gegenwart Autorität zu gewinnen*, u: *Concilium*, 44 (2008.) str. 361-367.

Cambell također promatra medije kao instrumente koji podupiru strukture autoriteta. Oni to čine selektiranjem ili cenzuriranjem određenih sadržaja čime podupiru jačanje autoriteta. Korištenje interneta, upotreba novih medija i prisutnost u tim prostorima služi osnaženju postojeće hijerarhije. Više o tome: Heidi A. CABELL, *When religion meets new media*, Routledge, London, 2010.

preuzimaju ulogu autoriteta. Opasnost tog komunikacijskog konteksta je u tome da se sve sudionike komunikacije (a onda i samoga papu) počinje shvaćati prvenstveno prema kriterijima celebritija, ne polazeći od njegova autoriteta. Tajnik Papinskog vijeća za sredstva društvenih komunikacija, mons. Tihge, je u intervjuu na simpoziju u Bostonu rekao da ima mnogo onih koji papu unutar konteksta novih medija slušaju ne zato jer je on biskup Rima već stoga - jer unutar konteksta celebritija - privlači javnu pozornost.³⁰

Papa je svjestan promjena i opasnosti koje sa sobom nosi prisutnost unutar virtualnog prostora. U intervjuu koji je dao za talijanski dnevnik „Corriere della sera“ odgovorajući na pitanje o statusu koji su mu pridavali unutar medija, Franjo kaže: „Prikazivati papu kao svojevrsnog supermana je gotovo uvredljivo. Papa je čovjek koji se smije, koji plače, mirno spava i ima prijatelje kao i svi ostali. Papa je normalna osoba“.³¹

5. Uloga medija u papinu naučavanju

U različitim prigodama papa Franjo govori o ulozi medija. I on, poput svojih predšasnika objavljuje poruke za Svjetski dan sredstava društvenih komunikacija. U više navrata govorio je o značenju komunikacije za život Crkve i njezino poslanje a govori i o utjecaju medija na život čovjeka i društva. Već na početku svoga pontifikata govori o značenju novinarske profesije te kaže da novinari trebaju pratiti događanja i otkrivati nastojanja današnjega čovjeka.³² S posebnom se zadaćom novinari suočavaju kada trebaju pratiti život Crkve i o njemu izvješćivati. Da bi to mogli obavljati na profesionalni

Osim utjecaja koji mediji imaju na cjelokupni ambijent, pri čemu treba promatrati i utjecaje koje mediji vrše na vjerska područja, treba imati u vidu i djelovanje ostalih čimbenika društvenih procesa: globalizacije, racionalizacije, individualizma ... Usp. Kerstin RADDE-ANTWEILER, Das „Medienphänomen Franziskus“. Eine mediensoziologische Analyse der deutschen Berichterstattung, u: *Theologisch-praktische Quartalschrift*, 163 (2015.), str. 63.

30 Usp. *Intervento di Mons. Tighe a Boston "Nuova cultura e linguaggi per l'evangelizzazione nei nuovi media"*, u: <http://www.pccs.va/index.php/it/news2/attualita/item/1797-padre-mi-benedice-il-tatuaggio-della-croce-qui-sul-braccio-nuova-cultura-e-linguaggi-per-l-evangelizzazione-nei-nuovi-media>, (3. rujna 2014.)

31 Francesco di FERRUCCIO DE BORTOLI, Vi racconto il mio primo anno da papa, u: *Corriere della sera*, 5. ožujka 2014., str. 2.

32 FRANJO, *Govor predstavnicima medija*, (16. ožujka 2013.).

način nužno je poznavati narav Crkve budući da je ona satkana ne samo od ljudske već i „duhovne dimenzije“. Zato posebnu pozornost treba posvetiti hermeneutici, odnosno načinu na koji se interpretira život Crkve, njezin život, njezina narav i specifičnost njezina poslanja. Uz potrebu promišljanja i razlučivanja, u govoru sudionicima Plenarne skupštine Papinskoga vijeća za sredstva društvenih komunikacija (21. rujna 2013.), Franjo ukazuje i na druge dvije karakteristike novinara: sposobnost za dijalog kako bi se uspostavljali mostovi s današnjom kulturom te praćenje i izvješćivanje o situacijama koje su ponekad konfliktne ili teške.³³

Na zaključnom plenumu Papinskoga vijeća za laike (7. prosinca 2013.) papa Franjo je po prvi puta govorio o Internetu. U njemu on prepoznaje (novi) životni ambijent današnjega čovjeka.³⁴ Neodgodiv je ulazak u te prostore jer je upravo u tom kontekstu moguće doživjeti izazov odnosa vjere i suvremene kulture. Radi se o izazovu ulaska u nove kulturalne prostore. Središnji pojmovi kojima će označiti komunikaciju u tim prostorima su susret i blizina.

O doprinosu koji komuniciranje može pružiti kulturi susreta i dijaloga papa govori u poruci za 48. Svjetski dan sredstava društvenih komunikacija, pod naslovom: „Komunikacija u službi istinske kulture susreta“.³⁵ Gotovo bezgranične mogućnosti povezivanja koje omogućavaju novi mediji otvaraju pitanje o naravi povezivanja između ljudi. Papa Franjo kaže da nije dovoljna sama mogućnost (globalne) povezanosti i komunikacije kako bi se nadišle postojeće podjele među ljudima i narodima. Štoviše, činjenica je da je unatoč svih tih mogućnosti svijet i nadalje paradoksalno preplavljen podjelama. A „kultura podjela“ ne može suživjeti s kulturom komuniciranja i zajedništva. Stoga treba pozornost usmjeriti prema istinskoj

33 FRANJO, Govor na zaključnoj skupštini Papinskog vijeća za sredstva društvenih komunikacija (21. rujna 2013.), u: http://w2.vatican.va/content/francesco/it/speeches/2013/september/documents/papa-francesco_20130921_plenaria-peccs.html (12. rujna 2014.).

34 FRANJO, Govor članovima Papinskoga vijeća za laike, (7. prosinca 2013.), u: http://w2.vatican.va/content/francesco/it/speeches/2013/december/documents/papa-francesco_20131207_plenaria-laici.html, (1. rujna 2014.).

35 FRANJO, *Komunikacija u službi istinske kulture susreta*. Poruka za 48. Svjetski dan sredstava društvenih komunikacija, u: <http://www.ika.hr/index.php?prikaz=vijest&ID=157817>, (2. rujna 2014.).

naravi komuniciranja jer komunicirati ne znači samo prenositi poruke ili informacije već mnogo više. Komunicirati znači „dijeliti“ ili „participirati“ na poruci. U takvom kontekstu kultura komunikacije je neodvojiva od kulture dara i izmjene. Ukoliko se ne razumije pravi smisao razmjene - kao istovremenog davanja i primanja - ne može se razumjeti pravi smisao autentične komunikacije. Veliki doprinos koji suvremeni mediji mogu pružiti razvitku autentične komunikacije je u tome što oni omogućavaju nove oblike globalne participacije. Mediji mogu postati prikladna sredstva kako bi marginalizirani, upravo preko medija, mogli prispijeti u javnost. Mediji mogu postati prikladna sredstva za izgradnju solidarnosti. Ta je solidarnost usko vezana s blizinom. „Mediji nam mogu pomoći osjetiti se bliže jedni drugima i stvoriti novi osjećaj jedinstva ljudske obitelji koji potiče na solidarnost i ozbiljno zauzimanje za dostojanstveniji život. Dobra komunikacija nam pomaže da se sve više jedni drugima približimo i bolje se međusobno upoznamo, da budemo više ujedinjeni.“³⁶

Te papine riječ ističe da on u društvenim komunikacijama ne vidi prvenstveno tehnološka iznašaća već prilika za ostvarenje povezanosti između ljudi. Povezanost preko „mreže“ postaje prilika za doživljaj novih iskustava u čemu iskustvo susreta zauzima posebno mjesto. To je zapravo temeljna misija medija, glavni smisao komuniciranja. Ukoliko nas komunikacija ne čini bližima jedni drugima tada ona ne odgovara svojem temeljnom pozivu. Papa je, dakle, otvoren za nove medije. Ne samo da se ne protivi internetu već u njemu vidi dar od Boga kojim se može ostvarivati jedinstvo među ljudima. „Trebamo pomiriti međusobne različitosti oblicima dijaloga koji nam pomažu rasti u razumijevanju i poštivanju. Kultura susreta zahtijeva da budemo spremni ne samo davati, već i primati od drugih. Mediji nam mogu uvelike u tome pomoći, pogotovo danas, kada su mreže komunikacije dostigle neslućeni napredak. Internet, na poseban način, pruža goleme mogućnosti susreta i solidarnosti među svima. To je zaista dobro, to je Božji dar.“³⁷

36 *Isto.*

37 *Isto.*

Na istu temu papa Franjo se vraća i u pobudnici *Evangelii Gaudium*: „osjećamo izazov da otkrijemo i prenosimo 'mistiku' zajedničkog življenja, miješanja i uzajamnog susretanja, da se zagrlimo i jedni druge podupiremo, da zakoračimo u vode toga oceana koji se, premda kaotičan, može pretvoriti u pravo iskustvo bratstva, pravu solidarnosti, u sveto putovanje. Na taj će se način najveće mogućnosti koje pružaju komunikacije pretvoriti u velike mogućnosti za susret i solidarnost među svima.“ Ali to za sve nas pretpostavlja određene zahtjeve. „Dobro je izići iz samog sebe i povezati se s drugima. Zatvoriti se u sebe znači kušati gorki otrov imanencije, a sa svakom sebičnom odlukom koju donesemo svijet će postajati sve gori“.³⁸

6. Komunikacija u službi naviještanja Evandjelja

Svaki oblik zajedništva, bilo da je riječ o obiteljskom, društvenom ili crkvenom, pretpostavlja dijalog. Nezamisliva je autentična komunikacija bez dijaloga. Kroz komunikaciju dijalog se oblikuje ali, s druge strane, dijalog je temeljni vid svake komunikacije. Dia-logom se oblikuje prostor, nova stvarnost između pojedinaca i naroda.³⁹ Zato će papa Franjo reći da je „dijalog mnogo više od prenošenja neke istine. Izvire iz zadovoljstva govora i obogaćuje one koji jedno drugomu izražavaju ljubav putem riječi“.⁴⁰ Ostvarenju dijaloga treba težiti u svakom trenutku. Papa će čak i za tzv. „neformalno“ propovijedanje reći da se ono može provoditi jedino ako mu prethodi razgovor: „prvi je korak osobni dijalog u kojem druga osoba govori i dijeli svoje radosti, svoje nade, brige za svoje drage i tolike druge stari koje nosi u svojem srcu. Tek nakon tog razgovora moguće je predstaviti Božju riječ“.⁴¹ Za papu Franju je temeljna strategija odnosno cilj koji on postavlja - „ulaziti u dijalog sa ljudima našega vremena koji su ponekad razočarani kršćanstvom koje im

38 EG, br. 87.

39 Govoreći o komuniciranju pape Franje, D'Ambrossio kaže da se ono treba promatrati u kontekstu dijaloga na kojega poziva II vat. Koncil. Na isto će pozivati i papa Pavao VI (npr. *Ecclesiam suam*, III dio). Vidi: Rocco D'AMBROSSIO, *Comunicare con semplicita i profundita*, u: (Jumberto Miguel YANEZ, ur.), *Evangelii Gaudium: il testo ci interroga. Chiavi di lettura, testimonianze e prospettive*, GBPress, Roma, 2014., str. 149.

40 EG, br. 142.

41 Isto br. 128.

izgleda sterilnim⁴². Dijalog pretpostavlja blizinu. Zato Franjo kaže kako mu se sviđa definirati moć komuniciranja pojmom „blizina“, što je posebno istaknuo u poruci za Dan sredstava društvenih komunikacija (2014.): „Dobra komunikacija nam pomaže da se sve više jedni drugima približimo i bolje se međusobno upoznamo, da budemo više ujedinjeni⁴³. U prisposobi o dobrom Samaritanacu on vidi i prisposobu o dobrom komunikatoru. „Onaj tko komunicira postaje drugome bližnji. A dobri Samaritanac ne samo da se približio nego je i preuzeo na sebe brigu o onom čovjeku koji je polumrtav ležao uz cestu.“⁴⁴ I onda nastavlja. „Neka nam slika dobrog Samaritanca, koji liječi rane izranjenog čovjeka izlijevajući na njih ulje i vino, bude vodilja i nadahnuće. Neka naša komunikacija bude miomirisno ulje koje ublažava bol i dobro vino koje razveseljuje srce čovječje. Neka svjetlo koje donosimo drugima ne bude plod vještine uljepšavanja ili specijalnih efekata, već naše bliskosti – ispunjene ljubavlju i nježnošću – s onima koje susrećemo na svom životnom putu. Komunicirati znači postati svjesni da smo ljudska bića, djeca Božja. Sviđa mi se tu sposobnost komunikacije nazvati 'bliskost'⁴⁵. Ono što se protivi komunikaciji što je na svoj način grijeh komunikacija jest odbijanje, neprihvatanje i ne zalaganje za ostvarenje te blizine. A blizina koju je iskazao Samaritanac može se živjeti i u virtualnim prostorima jer je to želja samoga čovjeka: „Ne možemo živjeti sami, zatvoreni u same sebe. Nosimo u sebi potrebu da volimo druge i da budemo voljeni.“⁴⁶

Temelj komunikacije papa vidi u čovjekovoj nutrini, u njegovu srcu. „Prvotno je u komunikaciji s drugima, sposobnost srca koja omogućava blizinu bez koje ne postoji duhovni susret“⁴⁷. Zanimljivo je spomenuti da je upravo na tu karakteristiku u komuniciranju pape Franje ukazao direktor instituta Treće tisućljeće Andrea Pizzicarioli obrazlažući razloge zbog kojih je bio proglašen komunikatorom godine: „Ovaj papa je uspio na snažan i ponajprije inovativni način

42 FRANJO, *Govor na zaključnoj skupštini Papinskog vijeća za sredstva društvenih komunikacija*.

43 FRANJO, *Komunikacija u službi istinske kulture susreta*.

44 *Isto*

45 *Isto*.

46 *Isto*.

47 *Isto*, br. 171.

dospjeti direktno do osoba. Papa Franjo često stišće ruke na tako izravan način kao da je prijatelj, kao da je član rodbine, draga osoba kakav zapravo on i jest. Ovaj način komunikacije na revolucionarni je način sve promijenio jer je papa jednostavno dostupan⁴⁸

Iako je komunikacija između osoba „privilegirani“ ambijent za ostvarenje blizine, papa Franjo je uspijeva ostvariti i u komunikaciji putem masovnih medija. Međutim, papi je draži osobni susret o čemu je govorio u intervjuu s isusovcem Spadarom: „Ja uspijevam vidjeti pojedince, svakoga posebno, i stupiti u osobni odnos sa svakim od njih. Nisam naučen na mase“.⁴⁹ Taj isti poziv na ostvarenje i življenje blizine nije upućen samo pojedincima već i čitavoj Crkvi.

7. Izaći na periferije

Poslanje koje Crkva u naše vrijeme treba ostvariti podrazumijeva spremnost na otvaranje prema svijetu, za ulaženje Crkve/vjernika u konkretni svijet. Crkva je pozvana pratiti današnjeg čovjeka i biti prisutna na onim mjestima i ambijentima u kojima on živi. Crkva se stoga osjeća pozvana da bude prisutna i unutar virtualnih prostora jer su to mjesta koje današnji čovjek nastanjuje. Zato i papa ističe da „komunikacija pridonosi oblikovanju misijskog poziva čitave Crkve, a društvene mreže danas predstavljaju jedan od načina na koji ljudi mogu iskusiti taj poziv na ponovno otkrivanje ljepote vjere, ljepote susreta s Kristom.“⁵⁰

Govoreći o modelu komunikacije koji bi za današnju Crkvu bio najprikladniji papa Franjo predočava novozavjetnu sliku razočaranih i prestrašenih učenika koji napuštaju Jeruzalem i idu prema Emausu. Približava im se Krist koji započinje razgovor. Isus ne ostaje po strani već zalazi u njihovu situaciju. Upravo tu sliku papa stavlja Crkvi kao model: „Sjetimo se učenika iz Emausa. Treba znati ući u dijalog s današnjim muškarcima i ženama da bismo shvatili njihovo-

48 *A Papa Francesco il premio "Comunicazione semplice" dell'Istituto Europeo Terzo Millennio*, u: http://it.radiovaticana.va/storico/2013/10/29/a_papa_francesco_il_premio_comunicazione_semplice_dellistituto/it1-741693, (11. rujna 2014.).

49 Antonio SPADARO, Intervista a papa Francesco, u: *Civiltà Cattolica*, 164 (2013.) 19. rujna, str. 450.

50 FRANJO, *Komunikacija u službi istinske kulture susreta*.

va očekivanja, sumnje, nade i pružili im evanđelje, to jest Isusa Krista, utjelovljenog Boga, koji je umro i uskrsnuo zato da nas oslobodi od grijeha i smrti. Naš se izazov sastoji u tome da budemo duboke osobe, pozorne na ono što se oko njih događa i duhovno osjetljive. Voditi dijalog s nekim znači biti uvjeren da drugi ima nešto vrijedno za reći, dati prostora za njegovo stajalište i njegove prijedloge. Voditi dijalog ne znači odreći se vlastitih ideja i tradicija, već težnje da su one jedine i apsolutne.⁵¹

Zanimljiva su promišljanja odnosno poticaji za djelovanje na društvenim mrežama koja polaze od toga evanđeoskog teksta Isusova Isusova puta prema Emausu i razgovora s učenicima. Pasqualetti ukazuje na nekoliko naglasaka koje donosi tekst: *Izgubljenost i dezorijentiranost*: kao što su učenici na putu iz Jeruzalema izgledali izgubljeni, tako i danas u virtualnim prostorima nailazimo na mnoge koje lutaju ili traže. Poput Isusa i mi u tim prostorima možemo naići na ljude kod kojih ćemo naći nadu, susresti istinu i uputiti se na pravi put; *Biti suputnik*: Poput Isusa pristupiti čovjeku, zajedno s njim ići, hodati uz njega korak uz korak. Društvene mreže ne funkcioniraju na principu masovne komunikacije već i tamo susrećemo pojedince. To je ono što omogućava približavanje konkretnome čovjeku; *Znati slušati*: Isus pušta svoje učenike da najprije oni govore kako bi mogao osjetiti njihove strahove i tjeskobe. Društvene mreže omogućavaju „oslušivanje“ pogotovo pojedinaca (ne suočavaju s masama); *Poučiti*: Upravo zato jer ih je saslušao, učenici su bili spremni čuti Isusa. Današnji je čovjek potreban nekoga tko će ga čuti, ima potrebu da osjeti da se netko zanima za nj i tek onda se prema njemu otvara i daje se poučiti. Za to je potrebno steći povjerenje; *Nenametljivost*: Isus se ne nameće već ostaje s učenicima tek na njihovu molbu. Pravo zajedništvo proizlazi iz želje i potrebe da se bude zajedno. Potrebno je poštivati slobodu sugovornika; *Hod prema susretu*: Isus iščezava pred očima svojih učenika kada ga prepoznaju u lomljenju kruha. Tek kada oni shvate, postaju na neki način samostalni, tada ih ostavlja same. Sugovornike ne treba navezivati na sebe već omogućiti da postaju samostalni. Pasqualetti u spomenutim naglascima

51 *Isto.*

prepoznaje korake evanđeoskog poslanja i navještaja koje vode prema ostvarenju zajedništva.⁵²

Na takav dijalog i iskorak pozvane su ne samo osobe, pojedinci već i cjelokupna Crkva. U *Evangelii Gaudium* papin je poziv još eksplicitniji: „Iziđimo, dakle, iziđimo i pružimo svima život Isusa Krista. Ponovit ću i ovdje za čitavu Crkvu ... Draža mi je Crkva koja je doživjela nezgodu, koja je ranjena i prljava zato što je izišla na ulice, nego Crkva koja je bolesna zbog zatvorenosti i komocije hvatanja za vlastite sigurnosti. Ne želim Crkvu koja je zabrinuta za to da bude središte a naposljetku biva zatvorena u klupko opsesija i procedura.“⁵³ O tom izazovu progovorit će i u intervjuu s o. Spadaro gdje ističe zadaću koja se nalazi pred službenicima Crkve. „Službenici Crkve moraju biti milosrdni, brinuti se za ljude, prateći ih poput dobrog Samaritanca koji pere, čisti, podiže svoga bližnjeg. To je čisto Evanđelje. Bog je veći od grijeha. Organizacijske i strukturalne reforme drugorazredne su, tj. dolaze poslije. Prva reforma mora biti reforma stava. Službenici Evanđelja moraju biti osobe sposobne ugrijati srca ljudi, hodati s njima u noći, znati razgovarati, sići u njihovu noć, u njihovu tamu, a da se ne izgube. Božji narod želi pastire, a ne službenike ili državne svećenike. Biskupi posebno imaju biti ljudi sposobni strpljivošću podupirati Božje korake u njegovome narodu tako da nitko ne zaostane, ali i da prate stado koje ima njih za pronalaženje novih putova.“⁵⁴

Ne mogu se pozivi na dijalog i na „izlazak“ koje papa Franjo upućuje prvenstveno Crkvi razumjeti samo kao komunikacijska strategija već su oni sastavni dio misionarskog poslanja Crkve. Zapravo, u spomenutom papinom pozivu otkrivamo njegovo viđenje Crkve, njegovu ekleziologiju. Ukoliko u Crkvi ne bude te odlučnosti za izlazak i želje za susretom sa čovjekom i svijetom, upitno je koliko je Crkva spremna za djelo evangelizacije. Zato u *Evangelii Gaudium* papa još jednom naglašava: „Svaki kršćanin i svaka zajed-

52 Usp. Fabio PASQUALETTI, La comunicazione in rete, u: Fabio PASQUALETTI, Cosimo ALVALTI (ur.), *Reti Sociali: porte di verità e di fede; nuovi spazi di evangelizzazione*, LAS, Roma, 2014., str. 54-56.

53 EG, br. 49.

54 Antonio SPADARO, *Intervista a papa Francesco*, str. 462.

nica moraju raspoznati put koji Gospodin pokazuje, ali od svih nas traži se da prihvatimo ovaj poziv: izaći iz vlastite udobnosti i imati hrabrosti poći na sve periferije koje trebaju svjetlo evanđelja.⁵⁵ U ovom povijesnom trenutku takav izlazak, spremnost i dijalog sa svijetom, promatramo li u širem kontekstu papina djelovanja i naučavanja, pretpostavlja vjerodostojnost ali i radikalnost.

Spontanost i nepredvidivost, kao oznaka komuniciranja pape Franje, te činjenica da se ne da ograničiti raznim shemama, može se promatrati u povezanosti s nepredvidivim djelovanjem Riječi. „Riječ Božja ima u sebi skrivene mogućnosti koje ne možemo predvidjeti. Evanđelje govori o sjemenu koje, jednom zasijano, raste samo od sebe kada seljak spava (usp. Mk 4, 26-29). Crkva mora prihvatiti tu nepojmljivu slobodu Božje riječi, koja svoju djelotvornost očituje na načine i oblicima koji često nadilaze naša predviđanja i naše načine razmišljanja“.⁵⁶ Goleme i brze kulturne promjene iziskuju od nas da neprestano tražimo načine na koje ćemo onu neprolaznu istinu izraziti jezikom koji omogućuje prepoznati njezinu trajnu novost. Zato je trajni imperativ za Crkvu da nastoji pratiti razvitak i promjene na području društvenih komunikacija.

55 *EG*, br. 20.

56 *Isto*, br. 22.

Zaključak

Komunikacija u pontifikatu pape Franje zauzima veoma važnu ulogu. Koliko god se novi način komuniciranja pape Franje može tumačiti polazeći od njegovog „osobnog“, njemu svojstvenog stila komuniciranja, ipak je za cjelovitije razumijevanje potrebno njegovu komuniciranju promatrati u širem kontekstu njegovog evangelizacijskoga djelovanja. „Otvoreni“ stil komuniciranja treba promatrati u kontekstu papinih učestalih poziva Crkvi da odlučno krene (i) na periferije, da se otvara svijetu i da bude spremna na dijalog sa današnjim čovjekom računajući pritom na nepredvidivost djelovanja Božje riječi. Komunikacijski stil kojim služi papa Franjo, kaže Paul Wuthe, neće postati *performans* sve dok je takvo komuniciranje vjerodostojno, tj. dok ono što komunikator(i) govore to i sami žive.⁵⁷ Vjerodostojnost navještaja papa Franjo sam potvrđuje svojom autentičnošću i radikalnošću. Vjerodostojnost komunikacije svjedoči prihvaćanjem radikalnosti Evanđelja koja je važnija i od ceremonija i od samog protokola. Zato i ne čudi da je rušenje ustaljenih shema stalna konstanta Franjina pontifikata što se u javnosti doživljava oslobađajućim i djeluje oslobađajuće. Takva je poruka tim više zahtjevna i revolucionarna jer dolazi od samoga „vrha“ Crkve.

57 Usp. Paul WUTHE, *Papst Franziskus – Ein globaler Kommunikator*.

POPE FRANCIS AND THE NEW FORMS OF COMMUNICATION IN THE PROCLAMATION OF THE GOSPEL

Summary

Pope Francis' communication and simplicity, introduced a certain vivacity in the Church and contributed to a change of the perception of the Church in public. Some new forms of communication of the bishop of Rome are visible since his first appearance after the Conclaves, his first address and greeting, "brothers and sisters, good evening". Is this a particular communication strategy, or a personal charisma? The world of the mass media requires the "acceptance" of the rules of the media communication. What are the challenges that Pope Francis faces in his communicational strategy? Does this type of communication hide certain dangers? The author analyzes the communication of Pope Francis, pondering on the meaning of his communication in the wider context of the Popes' ministry, i.e. the evangelization.

Key words: Pope Francis, communication, proclamation of the Gospel, dialogue, nearness.