

VJERA U MEDIJIMA – MEDIJI U VJERI

U organizaciji Katoličkoga bogoslovnog fakulteta Sveučilišta u Splitu upriličen je 20. i 21. listopada u velikoj dvorani Fakulteta XXII. međunarodni teološki simpozij s temom *Vjera u medijima – mediji u vjeri*. Na simpoziju su sudjelovali priznati međunarodni i domaći stručnjaci s teoloških učilišta u Rimu, iz vatikanskog dikasterija, domaćih teoloških i humanističkih fakulteta iz Splita, Zagreba i Osijeka.

U prigodi otvaranja simpozija uvodnu je riječ u ime organizatora uputio izv. prof. dr. Ivica Žižić. Pozdravivši nazočne, istaknuo je bremenitost suodnosa vjere i medija, koji snažno obilježava Crkvu i društvo. "Odnos između Crkve i medija, između vjere i medija složen je i nimalo jednoznačan. Prije negoli su se mediji našli u teološkom mišljenju i pastoralnom planiranju i praksi Crkva i vjera već su se dobro nalazili u medijima. Doduše kao predmet, vijest, pojava, a ne kao sugovornik i aktivni subjekt. Mediji su bili brži i moćniji pa je sav napor uložen da se barem sustigne tog suparnika i da ga se pretvori u dobronamjernog sugovornika. Put od Crkve i vjere prema medijima i obrnuto isprepleten je mnogim prilikama i izazovima. Neki od njih su u bujici kasno modernih previranja nestali, a drugi tek dolaze. Međutim, nije se nadišla sve do danas složenost toga suodnosa", naglasio je dr. Žižić te se upitao što se "događa kada se vjera, vjerske vrednote i vjerski svjetonazor nađu pod reflektorima medija i u samom medijskom prijenosu. I što se događa kad se mediji nađu u vjeri i teološko-pastoralnim strategijama u crkvenoj praksi? Tom jedinstvenom pitanju s dva lica željeli smo posvetiti ovaj znanstveni skup", istaknuo je, između ostalog, dr. Žižić.

Sve je okupljene potom pozdravio Veliki kancelar KBF-a u Splitu mons. dr. Marin Barišić, koji je istaknuo suvremenost teme te je naglasio da su mediji "uvijek bili važni u svakom vremenu, ovisno o njihovoj razvijenosti i dostupnosti. A danas su na poseban način vrijedni i važni. Oni na neki način vrjednuju čovjeka". Tu je misao nadbiskup razjasnio na šaljiv način, kazavši da kada bi jedan biskup ili netko iz Crkve danas pokušao gradom igrati igru *Pokemon*, sutra bi već u medijima bio proglašen blaženim i svetim. Zbog važnosti medija treba se njima ozbiljno baviti i koristiti. Nadbiskup Barišić u tom je svjetlu istaknuo važnost pastorala u medijima i medija u pastoralu, a najbolji učitelj i komunikator je Isus Krist.

Pozdravnu riječ uputili su i vicekancelar Fakulteta fra Joško Kodžoman te prorektor Sveučilišta u Splitu prof. dr. Marko Rosić, koji je istaknuo da je tema zanimljiva i aktualna, da je vezana uz

strategiju splitskoga Sveučilišta te da KBF kao njezina sastavnica ima važnu poziciju. Simpozij je otvorio dekan KBF-a izv. prof. dr. Anđelko Domazet koji je rekao kako vjeruje da će predavači osvjetliti barem jedan vid te kompleksne teme i da će potaknuti na dublje razmišljanje o kršćanskom poslanju u digitalnom svijetu. Zaželio je svima dobar rad, zanimljiva izlaganja, otvorenu raspravu i ugodno druženje.

Nakon pozdravnih govora uslijedilo je predstavljanje zbornika radova prošlogodišnjeg, XXI. međunarodnoga znanstvenog simpozija, koji se bavio temom stida: *Stid. Višeznačnost jednog osjećaja*. O zborniku su govorili prof. dr. sc. Mladen Parlov i prof. dr. sc. Ante Vučković. Potom je prvo predavanje održao mons. dr. sc. Claudio Maria Celli (Vatikan) o temi "Rastuća prisutnost Crkve u digitalnom svijetu – izazovi i prilike". U lipnju 2007. imenovan je predsjednikom Vijeća za sredstva društvene komunikacije. Taj isti mjesec izašla je prva generacija *iPhonea* te su pristupačni i praktični pametni telefoni počeli ulaziti u naše živote. Tada je *Facebook* već bio navršio tri godine, s više od 40 milijuna korisnika, no bio je još uvijek na drugome mjestu u odnosu na *Myspace*. *Twitteru* se bila navršila tek jedna godina postojanja, a u prosjeku je imao 50 tisuća *tweetova* dnevno. *YouTube* (2005.) i *Flickr* (2004.) pojavili su se malo prije, a *Pinterest* i *Instagram* su se trebali pojaviti na tržištu tek za tri godine. Dr. Celli svratio je pozornost na te činjenice kako bi nazočne podsjetio koliko se toga promijenilo u posljednjem desetljeću i, što je možda još važnije, koliko još uvijek ima promjena. Tijekom posljednjih devet godina pobrinuo se da prioritet Vijeća bude potaknuti Crkvu, osobito one koji djeluju na području komunikacija, da promisle o naravi tih promjena i razviju prikladne oblike zalaganja. U svojem je izlaganju podijelio s nazočnima neke intuicije koje mu se nameću, a koje proizlaze iz takvog promišljanja, te je nastojao razmotriti kako one mogu pomoći u oblikovanju strateškog pristupa digitalnoj komunikaciji, koji bi bio utemeljen na jasnom i preciznom razumijevanju te preobrazbe pod utjecajem društvenih medija.

"Kad je riječ o razvoju institucionalne strategije prikladne za naše sudjelovanje u društvenim medijima, imamo sreću što u Crkvi imamo bogato iskustvo s obzirom kako na osobe koje rade u novinama, na radiju, televiziji i u izradi internetskih stranica povezanih s Crkvom tako i pionire društvenih medija. Mogu razumjeti neodobravanje onih koji sudjeluju u onima koje nazivamo tradicionalnim medijima, no dobra komunikacija uvijek će iziskivati i stručne sposobnosti audiovizualnih pisaca, urednika i producenata. Razvoj strategije prikladne za digitalni svijet zahtijevat će, pak, da ti struč-

njaci preispitaju svoj način rada”, naglasio je dr. Celli. Kao drugi institucionalni izazov istaknuo je: naučiti komunicirati u okruženju u kojem tradicionalni “autoriteti” nemaju više utjecaj koji su nekoć imali. Nadalje, drži da je potrebno šire i obuhvatnije teološko promišljanje na području ekleziologije. Zaključuje da moramo omogućiti da se Crkva očituje u svojoj majčinskoj prisutnosti koja bi grijala srca ljudi i bodrila obeshrabrene.

Na kraju svojeg izlaganja svrnuo je svima pozornost na važnost osobnog obraćenja, ono se osobito “iziskuje od onih vjernika koji nastoje pronositi svoju vjeru društvenim medijima. Često će biti podvrgnuti nepravednim kritikama i suočeni s izljevima mržnje i snažnog prezira, no važno je da se suzdrže od uzvraćanja istom mjerom. Isusov poticaj za ‘okretanje drugog obraza’ možda je pronašao nov izričaj u društvenim medijima, a neosporno je radikalniji i protivniji kulturi nego ikada prije. Važno je da se nikada ne plaše proturječiti neistinama, razjasniti nesporazume i predstaviti našu vjeru i Crkvu u pozitivnom svjetlu, te da se trse prionuti tom zadatku sa snošljivošću i strpljivošću. Bit će djelotvorniji kao svjedoci naše vjere i nade budu li ‘govorili istinu u ljubavi’.”

Drugoga dana, u petak 20. listopada, program je započeo predavanjem izv. prof. dr. sc. Davora Džalte (Rim). Tema njegova izlaganja bila je “Medij vjere”. Suvremeni masovni mediji izazov su za poslanje Crkve u današnjem svijetu, suočavajući nas s brojim pitanjima: Kako koristiti medije? Mogu li mediji (primjereno) prenijeti kršćanski nauk, službe, različite izraze vjere, i u kojoj mjeri? – naglasio je dr. Džalta, dodavši kako se ipak čini da je jedna od najznačajnijih tema u tom surječju tema (ne)kompatibilnosti digitalnih medija masovne komunikacije s nekim od osnovnih vidova kršćanske antropologije. Moguće je zauzeti stav kako su antropološke implikacije suvremenih, digitalno proizvedenih slika, koje nam masovni mediji svakodnevno predstavljaju, vrlo različite u odnosu na kršćansko razumijevanje ljudskog bića i ljudske egzistencije, kako na ovom svijetu tako i na onomu budućem. Ovo nas vodi, istaknuo je dr. Džalta, sljedećem pitanju: Može li se i na koji način takav medij konstruktivno iskoristiti za prenošenje nekih od osnovnih istina kršćanske vjere, uključujući i antropološke vidove te vjere? Imajući u vidu ta pitanja, svoje je izlaganje fokusirao na dvije ključne teme. Prva je sama logika suvremenih, digitalno proizvedenih slika koje nalazimo u masovnim medijima i antropološke implikacije te logike. Druga je šira tema slika uopće, njihova značenja, mjesta i uloge u kršćanskoj antropologiji i ontologiji. “Idealan medij vjere morao bi biti sposoban izbjeći individualističke antropološke konsekvence,

kao i redukcionizam u kojem je vjera svedena na određeni sustav manje ili više jasno definiranih principa, etičkih postulata i propisa”, kazao je dr. Džalto te zaključio da je liturgija taj idealan medij kojim se premošćuje jaz između onoga što vjerom saznajemo kao “realno” i našega povijesnog postojanja “ovdje i sada”.

Drugo predavanje pod naslovom “(Crkveni) mediji – izazov teološko-pastoralnom promišljanju i djelovanju” održao je izv. prof. dr. sc. Jerko Valković (Zagreb). Prepoznajući u današnjem svijetu medija suvremeni Areopag, dr. Valković je naglasio da osobito posljednji pape ističu nužnost evangelizacijskog poslanja i prisutnosti u tim područjima koja svakodnevno nastanjuju mase ljudi širom svijeta. Međutim, uz poziv na smjeli ulazak u “virtualni kontinent” upućen svim članovima Crkve, pape pozivaju i na što je moguće jasnije razotkrivanje, odnosno razgraničenje perspektiva medijskog djelovanja i evangelizacijskog poslanja. Naime, ističe dr. Valković, zalazeći u medijsku arenu, potrebno je ponajprije razumjeti, a onda i dobrim dijelom prihvaćati logiku djelovanja medija, odnosno logiku “kretanja” unutar prostora javnosti. “Nije glavni izazov i glavni zadatak Crkve pred svijetom medija promišljanje o što efikasnijoj upotrebi medija ili nastojanje oko njihova pribavljanja. Puno je veći izazov, u ovom trenutku, poznavanje njihova utjecaja, formiranje kulture i modela komuniciranja koji mediji razvijaju unutar društva, ali i oblikovanja nove antropologije koja se njihovim utjecajem razvija”, naglasio je predavač. Razmišljanje na koje je uputio odnosi se na mogućnost “inkulturacije” Radosne vijesti u svijet medija, pazeći pritom da navještaj (Otajstva) ne bude ograničen imanentno medijskom logikom. Zaključio je da će se istinski dijalog Crkve i medija temeljiti “na poštivanju granica, naravi i načina funkcioniranja kako Crkve tako i medija. Važno je da medijska logika ne apsorbira ili profanira poruku otajstva”. Predavanja su izazvala žustru raspravu u koju se uključio i splitsko-makarski nadbiskup Marin Barišić. Neka pitanja koja su iz rasprave proizašla su: Kako Crkva, kao najveći vlasnik medija, koristi medije i osposobljava li se za prisutnost i djelovanje u javnom prostoru? Koliko neki medijski vjerski sadržaji sprječavaju doći do Boga i zašto su toliko primamljivi?

Nakon kratke stanke uslijedila su dva predavanja. Doc. dr. Ivića Šola (Osijek) govorio je o slici vjere i Crkve u hrvatskim medijima, a izv. prof. dr. Božo Skoko (Zagreb) o imidžu Katoličke Crkve u hrvatskoj javnosti i mogućnosti upravljanja njime. Dr. Šola u svojem izlaganju analizira sliku Crkve kao proizvod pet strategija koje je prikazuju bilo negativno, bilo pozitivno. Pod strategijom ne misli na smišljeni koncept, nego je riječ o duhu vremena koji proizvodi

određenu percepciju Crkve i crkvenih ljudi u medijskom prostoru. Prva strategija od koje polazi je: papa Franjo da, Crkva ne. Tu se pita: Koje je Crkve “proizvod” papa Franjo? Kako može biti dobro nešto što je izraslo u lošem (Crkvi)? Tako se papa Franjo koristi kao medijski malj protiv Crkve u Hrvata, i općenito protiv Katoličke Crkve. Druga strategija proizlazi iz prve: posramljivanje. Nošena je negativnim stereotipima: pedofili, financijske malverzacije, narod gladuje, Crkva pliva u novcu i privilegijima. Treća strategija je: naglašavanje ekscesnog, ignoriranje redovitog. Teolozi i svećenici osebnog stila, teologiziranja i politiziranja dobivaju golem medijski prostor, dočim redovitost Crkve i njezina poslanja nije vijest. Četvrta strategija je: medijska transupstancijalizacija vjere. Teror vidljivosti nasuprot otajstvu (tajna). Mediji nisu samo negativno raspoloženi prema Crkvi, naglašava dr. Šola, nerijetko hvale pojedine dobre inicijative i djela Crkve, no ona su odsječena od vjere kao svog izvora, svedena su na aktivizam, poput bilo koje nevladine udruge koja se bavi dobrotvorjem. Svećenici umjesto “upravitelja svetih tajni” postaju “zvijezde” ili *opinion makeri* (stavotvorci), a ne navjestitelji evanđelja. Peta strategija je: zamjena ikone idolom. Hvaliti svećenika ili biskupa ne znači upućivati na Boga, nego fetišizirati ljudsko biće. Posebno je to izraženo kod praćenja pojedinih karizmatika i u kontekstu političkog katolicizma. Dr. Šola je kazao da mnogi karizmatici u Hrvatskoj “ubijaju” vjeru i da česti medijski prijenosi misa “ubijaju” sakralno.

Dr. Skoko je, za razliku od dr. Šole, naglasio da Crkva mora brinuti o tomu kakvu sliku odašilje u javnost. Analizira imidž Katoličke Crkve u hrvatskoj javnosti te se bavi načinima kreiranja imidža i mogućnostima njegove promjene. Posebno naglašava subjekte odgovorne za identitet i imidž Crkve te komunikacijske kanale koji oblikuju javno mnijenje i formiraju sliku Crkve u hrvatskoj javnosti. Središnje pitanje njegova izlaganja je uloga odnosa s javnošću u kreiranju i upravljanju imidžom Crkve te nastojanjima da Crkva, umjesto komunikacijskog objekta kojim se drugi bave, postane komunikacijski subjekt koji proaktivno i strateški utječe na javno mnijenje te pridonosi boljem razumijevanju njezine uloge u društvu. Dr. Skoko zaključuje da su mediji važni, ali nisu presudni za imidž Crkve. Potom je uslijedila plodna rasprava.

Poslijepodnevni dio programa započeo je predavanjem dr. sc. Jarosława Krzewickoga (Rim) o temi “Masovni mediji kao predmet evangelizacije u teološkoj perspektivi *Evangelii gaudium*”. Narav evangelizacijskog poslanja Crkve je posvećivati osobe i “posvećivati” prostore gdje se susreću ljudski i Božji putovi. Masovni mediji stva-

raju virtualni prostor, slično trgovima i ulicama napučenim ljudima. Nije dovoljno vidjeti masovne medije pod vidom sredstva i jamca pastoralne učinkovitosti, naglasio je predavač. Evangelizirati masovne medije znači obratiti protagoniste komunikacije, a njihove odnose ispuniti evanđeoskim vrijednostima, sijući Riječ i čuvajući korijene. Teološka perspektiva apostolske pobudnice *Evangelii gaudium* pape Franje obilježena je temom obraćenja, kazao je dr. sc. Krzewicki te dodao: "To znači ozbiljenje cjelovitoga čovječstva na temelju evanđeoskih kriterija. Ljubav, milosrđe, prihvaćanje, poštivanje nose su točke Papine refleksije, koja ide u pravcu procesa evangelizacije masovnih medija suočavajući se i iscjeljujući postojeće probleme. Poslanje se Crkve u odnosu prema masovnim medijima širi i postaje skrb za duh evanđelja o kojem govori *Evangelii gaudium*."

Dr. sc. Mihael Prović (Split) i dr. sc. Marijo Volarević (Split) govorili su o važnosti korištenja medija u vjerskom odgoju mladih za etiku komunikacije. Problem odgoja u novije informacijsko doba postaje veći i izraženiji zbog činjenice da se mlade smatra "digitalnim urođenicima", a odrasle koji bi ih trebali odgajati, poučavati i voditi, smatra se "digitalnim pridošlicama". To je i Crkva shvatila kao izazov te namjerava odgajati mlade za preuzimanje odgovornih uloga u današnjem društvu, stavljajući ih u središte obrazovnog procesa, naglašeno je u predavanju. U društvu je potrebno uspostaviti linearni komunikacijski proces između mladih, "suvremenog lica Crkve", i društvene zajednice kojoj pripadaju. Danas nitko ne osporava važnost primjene informacijsko-komunikacijske tehnologije u pastoralno-katehetskom djelovanju Crkve, koja može biti snažan i privlačan "alat"/"medij" u službi realizacije odgojno-obrazovanih ciljeva. Kao temeljni problem postavlja se pitanje kako preko sredstava komunikacije dovesti mlade do etike komunikacije, istaknuto je u predavanju. Današnje su generacije mladih često prepuštene sebi na putu zrelosti, dok medijski stereotipi neprestano nude različite modele koji znaju biti i neprikladni, zaključuju predavači. Široka je ljestvica i raznolikost društvenih obavijesnih sredstava dostupnih svima: knjige, časopisi, radio, televizija, internet, itd., koji sa svim svojim sadržajima idu od vijesti do čiste zabave, od molitve do pornografije, od kontemplacije do nasilja.

Zadnje predavanje održao je dr. sc. Jure Strujić (Split) o temi "Internet u službi crkvenog navještaja". Predavanje u svom uvodnom dijelu govori o internetu koji unosi promjene u prostor komunikacija, otvara nove mogućnosti dijaloga, solidarnosti te međusobne povezanosti, prožimajući sve segmente svakodnevnog života i stvarajući novu kulturu. Velike promjene koje internet unosi u svijet

postavljaju i pred Crkvu nove izazove, pitanja i mogućnosti te je stoga Crkva od početka nastanka interneta hrabro zakoračila u svijet umreženih računala, kazao je dr. Strujić. U izlaganju je kratko iznio povijest crkvene prisutnosti u internetskom prostoru, sve do danas. Želeći prikazati mogućnosti koje internet nudi kao nove evangelizacijske putove, u izlaganju je istaknuo nekoliko važnih poglavlja vezanih uz tu temu: Internet kao “evangelizacijska oglasna ploča”; “Digitalni kontinent” kao novi prostor evangelizacije; Crkva pred izazovima novih komunikacija – suočavanje s novim problemima i opasnostima; Interaktivnost i dvosmjernost komunikacije kao poziv na mijenjanje evangelizacijskih oblika; Društvene mreže: evangelizacijske mogućnosti i izazovi; Mobilne aplikacije u službi evangelizacije. U završnom je dijelu predavač dotaknuo otvorena pitanja vezana uz evangelizaciju u digitalnom prostoru kao što je pitanje molitve i religioznog života unutar virtualnog svijeta, postojanje virtualnih crkava u kojima se odvija religiozna praksa i život, prijenosa liturgijskih slavlja putem medija. Posebno je važan crkveni govor o opasnostima i zamkama virtualnog svijeta, mogućnostima kršenja privatnosti i dostojanstva osobe, zapostavljanje odgovornosti za druge te jasno isticanje novih oblika grijeha koje omogućuje napredak digitalne komunikacije.

Nakon rasprave završnu riječ uputio je dekan Fakulteta dr. sc. Anđelko Domazet. Napravio je kratak sažetak onoga što se događalo na simpoziju te, između ostaloga, naglasio da bi “Crkvi bilo nemoguće ostvariti vlastito misijsko poslanje bez upotrebe suvremenih sredstava društvene komunikacije. No brzina promjena tehnoloških inovacija takva je da se čini gotovo nemogućim na odgovarajući način vrjednovati i prosuditi sve njezine učinke. Protekla dva dana razmišljali smo o slici vjere u medijima i koja je uloga medija u navještaju vjere. Dvije temeljne kategorije masmedija jesu ‘slika i stalna novost’. Treba li, pitali smo se, promicanje kršćanske poruke kroz masmedije uzeti s velikom zadržkom? Mogu li tehnologija i misterij ići zajedno, a da pritom sveto ne izgubi svoju duhovnu dubinu i domašaj? U tom kontekstu analizirane su mnoge ‘opasnosti i zamke u virtualnom svijetu’, kao i mogućnosti za evangelizaciju. Čini se da je danas kršćanskoj vjeri i uopće religijama najveći izazov prihvatiti činjenicu da su upravo masovni mediji u velikoj mjeri preuzeli zadaću i ulogu koju su ranije imale religije. Drugim riječima, masovni mediji danas utječu na stil čovjekova mišljenja i života, oni interpretiraju svijet, mediji postaju arbitri istine, i sl.” Pozivajući se na predavače, kazao je da je Crkva pozvana postati “‘komunikacijski subjekt koji proaktivno’ utječe na javno mnijenje, pozvana je

oblikovati strateški pristup digitalnoj komunikaciji, svjesna logike digitalno proizvedenih slika i implikacija za kršćansku antropologiju. Smatram da je tema ovogodišnjeg simpozija osvijetlila barem neke aspekte odnosa između navještaja kršćanske poruke i modernih medija, te potakla sve nas na ustrajno osposobljavanje kako na osobnoj tako i na crkvenoj razini za svjedočenje vjere u medijskom prostoru”, zaključio je dekan. Zahvalivši svima koji su sudjelovali u organizaciji i izvedbi simpozija, proglasio je simpozij završenim.

Silvana Burilović Crnov