



Filosofija i
Teologija

Mediji u službi Evandelja

fra Marko Pudar

Crkva koja ima poslanje od Isusa Krista i čiji izvor Crkve jest Isus Krist, dužna je ostvariti poslanje koje joj je On ostavio. A za poslanje je potrebna komunikacija. „Zapravo, sama je evangelizacija komunikacija riječi koja je mnogo više od riječi jer to nije riječ koja samo o nečemu govori ili nešto prikazuje. To je navještaj koji upućuje na jedan način života ali, također, to je Riječ koja je Život.“¹

Liturgijski prostor – crkva kao temeljni medij

Crkva ima svoj program koji se naziva evangelizacija. Evangelizacija je navještaj koji se širi na sve ljude u svim njihovim životnim situacijama. Zato se danas upotrebljavaju svi komunikacijski kanali kako bi se svim ljudima po čitavoj zemlji navijestilo Kristovo evanđelje.

Prvi i temeljni medij koji Crkva ima jest liturgija, u liturgiji i liturgijskom slavlju te u prostoru (crkva) čovjek se s drugim čovjekom susreće „licem u lice“. Crkva evangelizira kroz različite evangelizatorske oblike, bilo da je to misijsko propovijedanje, kateheze, liturgijska slavlja ili teološki oblici evangelizacije.

Danas je Crkva pozvana u evangeliziranju ne biti samo ona koja naviješta Radosnu vijest, nego i ona koja sluša i osluškuje bilo pojedinca, bilo zajednicu

i njezinu kulturu jer prije kad nisu bili ovako razvijeni komunikacijski mediji to je gledano s komunikacijskog gledišta, bila jedn-osmjerna komunikacija.² Zato je danas potrebno da postoji ta komunikacija u raznim oblicima evangelizacije bilo od onih koji su pošiljalci Radosne vijesti, bilo od onih koji su primatelji.

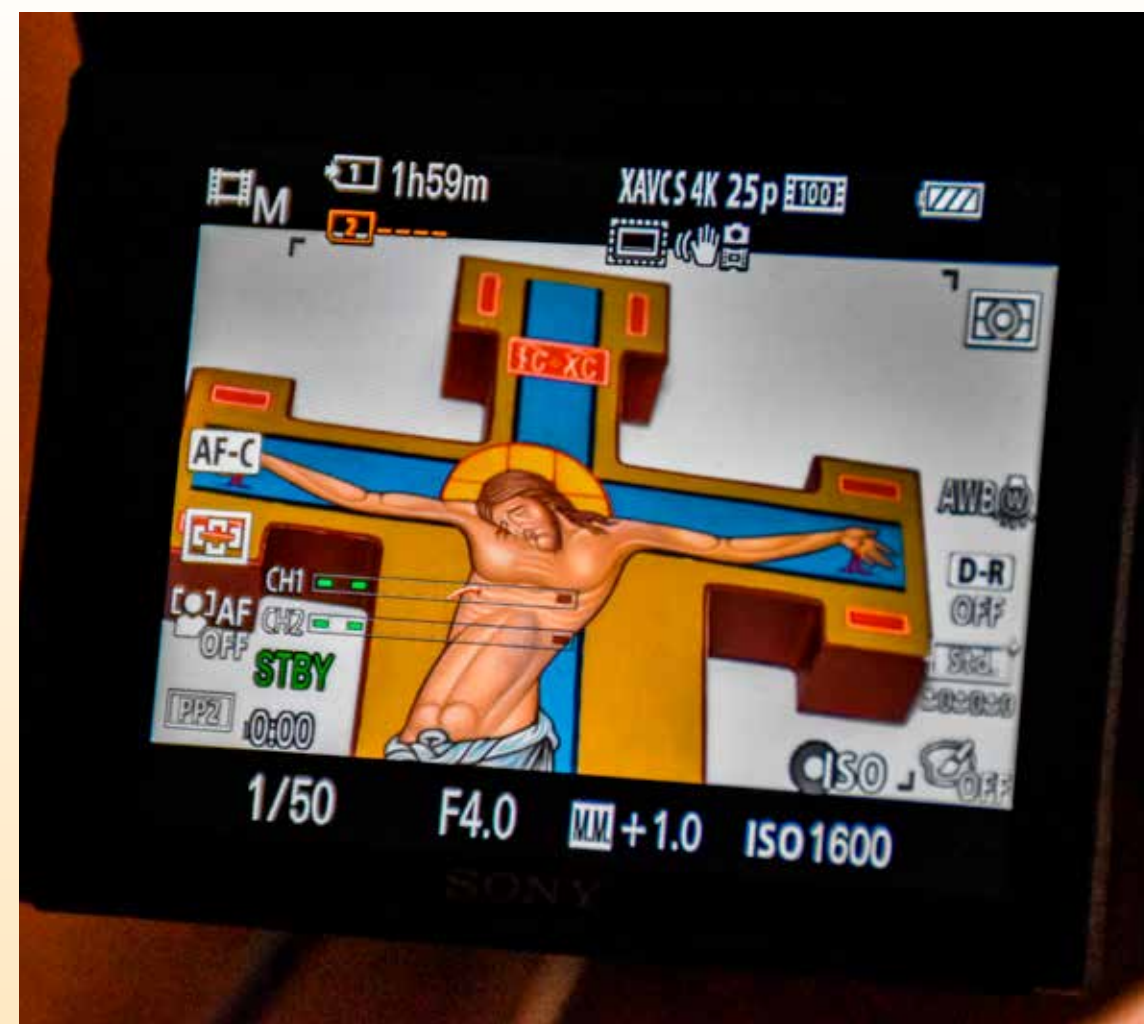
Evangelizacija i novi mediji

Katolička Crkva je za Božić 1995. god. kada je papa Ivan Pavao II. prvi put poslao božićnu poruku putem www.vatican.va, koja je otišla po cijelom svijetu, ušla u novo vrijeme u svijet „novih medija.“³ Crkva je pozvana uvijek u svjetlu evanđeoske poruke (Mk 16,15) tražiti nove načine i njima se služiti u naviještanju i komunikaciji prenošenja radosne vijesti. Otvorenost Crkve prema medijima danas nije više neka opcija nego zaista nužnost s kojom se mogu postići veliki plodovi na polju evangelizacije i komunikacije.

Novi mediji (računalo, tablet, mobitel, internet) te novi načini komuniciranja i slanja poruka preko društvenih mreža (Facebook, WhatsApp, Twitter, Instagram...) nisu danas sredstva priopćavanja, nego i novi komunikacijski prostor, ambijent u kojem danas većina ljudi provodi dosta svoga vremena. To je također prostor u kojem danas stotine milijuna ljudi širom svijeta komuniciraju, tj. današnji čovjek je u suživotu s drugima koji su udaljeni tisućama kilometara.

² Mario Knezović, *Evangelizacija u digitalnom dobu – Crkva mediji i odnosi s javnošću*, SUM., Mostar, 2019., str. 31.

³ Usp. Jure Strujić, *Evangelizacijsko poslanje Crkve i novi oblici komunikacije*, KBF Split, Split, 2015., str. 273.



Pitanje današnjih medija je ujedno i pitanje antropologije čovjeka, jer: „Novi mediji ne samo da otvaraju nove mogućnosti komuniciranja, već upućuju na drukčije odnose i načine doživljavanja temeljnih kategorija identitetskih odrednica (vremena, prostora, tjelesnosti, odnosa među osobama, doživljavanje realnog i virtualnog svijeta).“⁴

Zato je crkva po pitanju pristupa novim medijima i komunikacijskim kanalima pozvana biti odgovornom u vjeri preko kana-

la društvenog priopćavanja. Jer današnji čovjek traži odgovore na mnoga pitanja pa tako i na pitanje vjere. No današnji čovjek teško može naći sve odgovore u medijima, a posebno na internetu. Današnjeg čovjeka kada uđe u svijet medija čeka „šuma informacija“, ponuda i odgovora. Čovjekova je zadaća „dekodirati“. Upotrebljavajući klasični mehanizam reklame, možemo reći da današnji čovjek dobiva odgovore na pitanja koja još nije postavio.⁵

¹ Jerko Valković, „Evangelizacija u eri medija: mogućnosti i problemi komuniciranja“, u: *Bogoslovka smotra*, Zagreb 3/2011., str. 676.

⁴ Jerko Valković, „Evangelizacija u eri medija: mogućnosti i problemi komuniciranja“, str. 684.

⁵ Isto. Str. 686-687.