

# MASOVNI MEDIJI KAO PREDMET EVANGELIZACIJE U TEOLOŠKOJ PERSPEKTIVI APOSTOLSKE POBUDNICE EVANGELII GAUDIUM

Jaroslav Krzewicki

Papinsko sveučilište Svetog Križa  
Rim

UDK: 2-766: 659.3  
Izlaganje na znanstvenom skupu  
Rad zaprimljen 05/2017.

## Sažetak

*Sredstvima društvenog priopćavanja autor pristupa s gledišta evangelizacije, budući da sredstva ne samo da prenose poruku nego se po njima susreću osobe. Ta sredstva, smatra autor, premda nisu bez opasnosti po suvremenog čovjeka jer ga dovode do sve većeg otuđenja, ipak nisu kriva sama po sebi, jer je uvijek čovjek onaj koji se njima služi. Stoga je nužno i u sredstva društvenog priopćavanja uvesti evangelizaciju, a to nije drugo doli trajni poziv na obraćenje, kako Crkvi u cjelini tako i svakom pojedinom kršćaninu. Taj poziv uključuje i svijest o poslanju naviještanja Radosne vijesti i na novom području što ga stvaraju nova sredstva društvene komunikacije, tzv. "digitalnom kontinentu". A koliko će poslanje biti uspješno ovisit će s koliko će radosti i životnog svjedočanstva kršćani biti prisutni na novom "kontinentu".*

*Ključne riječi: mass mediji, svjedočanstvo, Radosna vijest, obraćenje, radost.*

## UVOD

U ovom bih se izlaganju htio ponajprije usredotočiti na pastoralni vid. Što su masovni mediji? Što čine i kako valja prosuditi njihovo djelovanje? Služe evangelizaciji, no mogu li i sami biti evangelizirani? Ova preliminarna pitanja suočit će nas sa zamislima pape Franje sadržanima u njegovom proročanskom dokumentu koji sažima dah Duha Svetoga na koji se Papa odaziva. U dokumentu se Prvosvećenik ne dotiče doktrinarnih pitanja, nego se izjašnjava s obzirom na neke pastoralne pojmove poput obraćenja, dijaloga, radosti, prihvaćanja, bodrenja, milosrđa. U svjetlu tih riječi pokušat ćemo ocrtati izazov evangelizacije masovnih medija u trenutnoj povijesnoj etapi njihova sazrijevanja.

## 1. SREDSTVA ILI OSOBE?

Što su masovni mediji? Sredstva masovne komunikacije. Prema jednoj od definicija, *masovni mediji* su sredstva namijenjena ostvarivanju oblika komunikacije, "otvorenih, na daljinu, s mnogim osobama u kratkom vremenskom razdoblju".<sup>1</sup> Riječ "sredstva" zapravo ukazuje na složene organizacije kojima je svrha proizvoditi, razrađivati i dijeliti poruke namijenjene vrlo širokoj i raznorodnoj te prostorno raštrkanoj publici.<sup>2</sup> Definicija je prilično upečatljiva te uključuje i ta nova sredstva, naglašavajući i pomoćni vid komunikacije. Čini se da je to više ili manje definicija pojma masovnih medija, na koju se i Crkva poziva. Sredstva društvene komunikacije jednostavno su sredstva poučavanja u Crkvi.<sup>3</sup>

S razvojem novih tehnologija uporaba masovnih medija korjenito se mijenja. Razvoj interneta stvorio je mrežu odnosa, međuovisnosti, omogućujući izravan i uzajaman dodir. Masovni mediji, dakle, više nisu predmeti poput papira, kamena, freske, slike, filma, nego mreža koju čine osobe u svojim uzajamnim odnosima.<sup>4</sup> Svaka od njih može primiti, ali i širiti riječ, sliku, filmski zapis ili audio-zapis. Glavna zadaća tih novih sredstava ne podrazumijeva više jednosmjerno dijeljenje poruka, nego razmjenu gdje primatelji često imaju priliku odigrati ulogu pošiljatelja, stvarajući tako pravu mrežu međudnosa unutar kojih se odvija komunikacija. Poveznica u tome je sposobnost da se dopre do udaljenih prostora i široke publike, prevladavanje granica vlastite kuće ili mjesta uzajamnim dopiranjem do osoba iz cijeloga svijeta.<sup>5</sup> Žarište pojma medij valja prenijeti sa sredstva u smislu predmeta na način komunikacije, tj. na samu djelatnost jedne osobe ili više njih, koje se izražavaju stupajući u odnos s drugima. U nekadašnjem konceptu taj se odnos nije događao ili je bio vrlo osiromašen. Danas masovni mediji omogućuju istinski susret, a ne samo prijenos informacija. U tom kontekstu dolazi do situacija koje izazivaju smijeh ili pobuđuju strah, a u kojima se osobe koje putuju istim vlakom dopisuju putem *Messengera*, umjesto da odu zajedno na kavu. Ako i nisu iskusili

---

<sup>1</sup> Denis McQuail, *McQuail's Mass Communication Theory*, SAGE Publications, London, 2010., 79.

<sup>2</sup> Usp. T. Goban-Klas, Komunikowanie i media, u: *Dziennikarstwo i świat mediów*, ed. Z. Bajer, E Chudziński, Universitas, Kraków, 2000., 12.

<sup>3</sup> Usp. *Zakonik kanonskog prava*, kan. 822.

<sup>4</sup> Usp. R. Nunnari, *La rivoluzione dei Media dal Times ad Al Jazeera: Dalla supremazia anglosassone all'exploit arabo*, Roma, 2015., 12.

<sup>5</sup> Usp. A. Kozłowska, *Oddziaływanie mass mediów*, Warszawa, 2006., 2 i sl.

zadovoljstvo ispijanja kave, mogu iskusiti radost susreta. Način je drukčiji, ali promjena je zapravo manja nego se to na prvi pogled može učiniti. Do susreta ipak dolazi.

Komunikacija je dakle svodiva na iste elemente: na poruku u određenom obliku (pisana riječ, zvukovi, slike), kao izričaj kako osobe tako i načina prijenosa. Sadržaja je bezbroj, a oblici su ograničeni, no ipak se mijenjaju u procesu sazrijevanja. U tom svjetlu nameće nam se pitanje o pravoj naravi sredstava komunikacije. Ovaj medij uvijek se odnosi na istu ljudsku osobu, koja se izražava bilo gestama odobravanja, odmahivanjem glave, bilo odabirom ikone svidanja ("lajkanjem"), koje stavlja ispod prijateljeva profila. Načini komunikacije imaju ustaljene konvencije koje se mijenjaju s obzirom na vrijeme, prostor i druge okolnosti.

Vraćajući se na korijene komunikacije, valja zamijetiti da je najnaravnije sredstvo znak<sup>6</sup> koji se potom uobličuje u riječ. Ova potonja služi se vokalnim traktom. Riječ i taj vokalni trakt istodobno su i sjedinjeni i odvojeni. Katkada, kada je vokalni aparat izvan funkcije, čovjek se služi drugim sredstvima, poput glasovnog modulatora. Tako ovaj potonji postaje njemu vlastit. I ovdje uočavamo dva elementa medija: sadržaj u jednom obliku i pomoćno sredstvo prijenosa tog sadržaja.

Naravno, u slučaju masovnih medija njihova vlastitost je sposobnost da poruke učine razumljivima mnogim osobama. No pridajući pozornost samom sredstvu ograničava se i stvara prepreka pojmu masovnih medija. Posljedično, onemogućuje primjenu evangelizacije s obzirom na masovne medije. Svedemo li masovne medije isključivo na tehnološki i funkcionalni vid, nepotrebno je govoriti o evangelizaciji. Tada bi bilo dovoljno blagosloviti internetski poslužitelj svetom vodom kako bi se odagnali zlodusi i problem bi bio riješen. Izražajni potencijal koji je čovjek dosegao tada se svodi na tehnicizam, dok su masovni mediji u svojoj biti vlastiti ljudskim osobama i sposobni omogućiti stvaranje odnosa. Ti odnosi, pak, mogu biti istinski ili iskrivljeni, slobodni ili ograničeni, ispravni ili pogrešni. Problem valja riješiti na moralnom, pravnom i društvenom planu. Mediji kao fenomen pripadaju osobi, odnosno zajedništvu osoba koje se priključuju na mrežu, spajaju se i, drugim riječima, obraćaju pozornost na drugoga.<sup>7</sup>

<sup>6</sup> Usp. E. Kulczycki, *Teoretyzowanie komunikacji*, 39.

<sup>7</sup> Usp. B. Reeves – C. Nass, *Media i ludzie*, Warszawa, 2000., 294.

## 2. GRIJEH MASOVNIH MEDIJA

Shvatimo li masovne medije manje kao sredstva, a više kao načine ljudske komunikacije, možemo ih i moralno odrediti s obzirom na učinke koje proizvode. U tom su pogledu kritike masovnih medija raznorodne, a odnose se kako na formu tako i na sadržaj.

Što se tiče forme, kaže se da otuđuju čovjeka,<sup>8</sup> da pospješuju bijeg od stvarnog svijeta te da stvaraju ovisnost. Govoreći o sadržaju, često se zapaža kako imaju tendenciju manipulacije, iskrivljavanja informacija,<sup>9</sup> stvaraju izopačene i pogrješne životne stilove te nemoralna gledišta, ograničavaju pogled na stvarnost, pristrani su, vode medijske ratove i kampanje,<sup>10</sup> prepuštajući se u ruke manipulativnim. <sup>11</sup> Sve se te kritike mogu činiti utemeljenima. No krivci nisu sredstva, nego osobe koje možda još nisu na visini zadatka uporabe novih tehnologija s humanističkoga gledišta. Problem našeg vremena je taj što smo previše unaprijedili tehničke znanosti, zanemarujući odgovarajuću humanističku formaciju. Tako se čovjek ponaša kao loše odgojeno dijete u vlaku: prostači i neuljudan je. Razilaženje između onoga što osoba jest i što zna činiti previše je izraženo.

Valja, nadalje, primijetiti da se ovisnosti i bjegovi mogu naći i drugdje. To mogu biti igre, droga i sl. Problem se, između ostaloga, može riješiti odgojem i praćenjem u svrhu poštivanja slobode.

Što se tiče sadržaja, problemi gore nabrojani bili su aktualni i u tradicionalnim medijima. Internet je unio značajnu promjenu učinivši informaciju potpunijom, slobodnijom, provjerljivijom te, samim time, istinitijom.

No problemi ne nedostaju. Jedan od poljskih autora, Piotr Luczys, spominje sedam glavnih grijeha masovnih medija.<sup>12</sup> Ima raznorodnih tumačenja. Možemo se zapitati gdje je korijen problema?

U temelju tih grijeha nalazi se uvijek ista ljudska drama, problem udaljavanja od istine, ljubavi, u iskrivljenom poimanju slo-

---

<sup>8</sup> Usp. M. Misiewicz, *Mass media – władcy umysłów*, 95, na: <http://www.pedkat.pl/images/czasopisma/pk13/07.pdf> (16. 07. 2017).

<sup>9</sup> Usp. T. Goban-Klas, *Media i komunikowanie masowe. Teorie i analizy prasy, radia, telewizji i internetu*, Warszawa-Kraków, 1999., 110-113.

<sup>10</sup> Amalfitano Giacomo, *Guerra e mass media*, u: Franco Lever - Pier Cesare Rivoltella - Adriano Zancchi (prir.), *La comunicazione. Dizionario di scienze e tecniche*, na: [www.lacomunicazione.it](http://www.lacomunicazione.it) (16. 07. 2017).

<sup>11</sup> Usp. D. McQuail, *Teoria komunikowania masowego*, Warszawa, 2008., 72-73.

<sup>12</sup> P. Luczys, *Siedem grzechów głównych mass mediów w kontekście idei społeczeństwa obywatelskiego*, na: [Krytyka.org](http://krytyka.org), <http://krytyka.org/siedem-grzechow-glownych-mass-mediow-w-kontekscie-idei-spoleczenstwa-obywatelskiego/> (16. 07. 2017.).

bode, svođenju solidarnosti na sebičnost i tolikim specifičnostima. Istočni grijeh masovnih medija sastoji se u oholosti koja se očituje u tolikim prohtjevima, za dominacijom, ali osobito u težnji za zauzimanjem Božjega mjesta.

Budući da su masovni mediji u rukama osoba koje često tvore mala udruženja u službi informacija, moramo razmišljati o njihovoj evangelizaciji. No sada to više nije dovoljno, jer nisu više samo novinari, tehničari i publicisti protagonisti procesa masovnog informiranja.

Masovni mediji imaju tolikih zasluga, ali i ništa manje nedostataka. Jednako ih se cijeni i hvali koliko ih se osporava i optužuje za tolika zla. Pobuđuju suprotna mišljenja. Povjerenje i zahvalnost rastu, ali poteškoće ne nestaju.

### 3. ALTERNATIVNI SVIJET ILI PERIFERIJA

Za jednog od svojih putovanja papa Franjo se osvrnuo na prijetnje koje dolaze od virtualnog svijeta. Na povratku iz Sarajeva, Prvosvećenik je govorio o negativnim posljedicama neumjerenе uporabe tehničkih sredstava komunikacije i njihovog utjecaja na svakodnevicu mladih.<sup>13</sup> Papa je izrazio zabrinutost što su mladi previše navezani na elektronička sredstva komunikacije. To, prema njegovu mišljenju, šteti duši, oduzima slobodu i čini čovjeka robom računala. Virtualni je svijet posljedica napretka, no donosi mnoge opasnosti za različita područja života: udaljuje od obitelji, prijatelja, od života u zajednici, onemogućuje tjelesnu aktivnost ili otežava dodir s umjetnošću.

Teško je pridati ovim riječima učiteljski autoritet, no očito je da Papa izražava mišljenje Crkve temeljeno na istraživanjima znanstvenika, psihologa, liječnika, sociologa i pedagoga.<sup>14</sup>

Uranjanje u virtualni svijet donosi jednu opasnost, u kojoj čovjek gubi samoga sebe, ne uspijeva više razlikovati istinito od neistinito-

<sup>13</sup> Francesco, Conferenza stampa del Santo Padre durante il volo di ritorno da Sarajevo, 6 giugno 2015, [https://w2.vatican.va/content/francesco/it/speeches/2015/june/documents/papa-francesco\\_20150606\\_sarajevo-conferenza-stampa.html](https://w2.vatican.va/content/francesco/it/speeches/2015/june/documents/papa-francesco_20150606_sarajevo-conferenza-stampa.html) (17. 07. 2017.).

<sup>14</sup> O toj temi postoji broja literatura. Između korištenih upućujemo na nekoliko članak u časopisima: Z. Frydel, Śmietnik w głowie, u: *Nowa Szkola* (1996) 6; B. Nita-Kosek – E. Rozmus, Uzależnienie od gier komputerowych, u: *Problemy opiekuńczo-wychowawcze*, siječanj 2003.; M. Wargacka, Komputer i Internet, u: *Świat problemów* br. 134, ożujak 2004.

ga. Grijesi tradicionalnih masovnih medija mogu se uvišestručiti u virtualnom svijetu, gdje neki elementi mogu biti opasnima. Međutim, virtualni svijet privlači zahvaljujući mogućnostima koje pruža. Njegovo supostojanje sa stvarnim svijetom i njihovo međusobno prožimanje nesporna je činjenica, proces koji bi mogao zaustaviti samo veliki i nepredvidljivi destruktivni događaj. Mreža je još uvijek posjećena, no, s obzirom na tzv. *second life* (drugi život), težnja za stvaranjem paralelnog života, gotovo igre, u cilju ostvarivanja strasti, provođenja hobija, na pomalo nepromišljen i neodgovoran način, često je pogubna za stvarne odnose. Osim što je za neke taj *second life online* (drugi život na mreži) već postao *first life* (stvarni život), i sama je podjela na virtualni i stvarni svijet opasna. Nije razborito povlačiti granicu između tih dvaju svjetova, nego ih valja ujediniti. Čovjek sudjeluje u društvenom životu na mreži, gdje se sudionici susreću virtualnim putem, ali na konkretan i osoban način. Što ako nam se ne sviđa taj virtualni svijet ili nas plaši? Možemo imati tisuću razloga da u njemu vidimo opasnosti, ali valja sebi posvjestiti i pozitivne vidove te priznati da se većina aktivnosti s različitih područja života odvija na mreži. Možemo ustvrditi da je to velika životna periferija kamo čovjek prenosi dio svojih djelatnosti, periferija koju danas posjećuju i u kojoj obitavaju mnogi.

U apostolskoj pobudnici *Evangelii gaudium* (*Radost evanđelja*) Papa kaže: "Svaki kršćanin i svaka zajednica 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".<sup>15</sup>

Znači li to izaći iz praznih crkava u kojima nema ljudi kako bismo ih pronašli tamo gdje se nalaze? Sada se trebamo zapitati možemo li taj pojam periferije primijeniti i na svijet na mreži ako se ne želimo iznevjeriti smislu Prvosvećenikovih riječi. Dovoljno je konzultirati sociologe radi utvrđivanja jednostavnih činjenica: dok su se prije mladi nalazili na gradskom trgu, odlazili na sportsko igralište, danas ih tamo više nema. No može ih se susresti na mreži. Tamo se igraju, upoznaju, zaljubljuju, uče, prikupljaju nove spoznaje, dijele razne stvari, no i poduzimaju inicijative koje ih vraćaju u stvarni svijet. Možemo reći da nam se to ne sviđa i da bismo htjeli da se nalaze u središtu svakodnevice, no stvarnost je takva kakva jest, oni su tamo.

Ne bismo se smjeli odreći stupanja u taj virtualni svijet. Možda je taj svijet i potrebitiji nazočnosti riječi, slike i zvuka evanđelja,

---

<sup>15</sup> Papa Franjo, *Evangelii gaudium*, KS, Zagreb, 2014., 20.

napuštajući granice informacije, dijeljenja, ali i usvajajući načelo međuljudskih odnosa. Očito je da nas zanimaju osobe u svim vidovima njihovih međudnosa, u koje se Crkva mora uključiti.

#### 4. OBRAĆENJE

Jedna od središnjih tema *Radosti evanđelja* je zahtjev obraćenja. Taj sveobuhvatni koncept u Franjinu programatskom dokumentu poprima misionarske konotacije. Crkva mora izići iz sebe same, mora se odreći usredotočenosti na samu sebe. Papa zahtijeva pastoralno i misionarsko obraćenje.<sup>16</sup> Istina je da obraćenje podrazumijeva povratak Gospodinu, no, kako naglašava mons. Fernandez, to je i obraćenje za Kraljevstvo, sa svim njegovim dimenzijama. To podrazumijeva i veću blizinu samom čovjeku, u njegovoj individualnoj i društvenoj dimenziji. Ta zajedničarska dimenzija traži od čitavog naroda Božjega veću otvorenost milosti koja nas približava jedne drugima i omogućuje "društveno obraćenje".<sup>17</sup>

Papina je želja da nas takovo pastoralno obraćenje potakne da tragamo za onima koji su se udaljili od evanđelja, od Crkve. To podrazumijeva čitav niz posadašnjega, strukturalnih reformi, promjene u izričaju, ali i u stilu pastoralne djelatnosti, blizinu i milosrđe, kao i iznalaženje novih načina evangelizacije. Komunikacija, dakle, mora tražiti i koristiti nove načine, služeći se i odgovarajućim sredstvima. U biti, kako tvrdi mons. Fernandez, velika tema *Radosti evanđelja*, o čemu svjedoči i podnaslov, jest "navještaj" evanđelja. U poslanju *ad gentes* taj je navještaj u samoj svojoj biti kerigmat-ski, naviještanje Oca koji bezuvjetno ljubi, koji daruje svoga Sina za naše spasenje i koji ga danas opetovano pruža kako bismo stupili u zajedništvo s njim.<sup>18</sup>

Očito je da obraćenje podrazumijeva i napuštanje predrasuda, strahova, raspoloživost za rizik odlaska na nove brodove, traganja za novim mrežama, stupajući tako i u sveobuhvatnost tzv. virtualnih odnosa.

<sup>16</sup> Usp. G. Angellini, *Evangeli gaudium. La conversione pastorale e la teologia*, u: *Teologia* 39 (2014.) 4, dostupno i na internetu: <http://www.teologiamilano.it/teologiamilano/allegati/1167/EDITORIALE%20Angellini%20sito.pdf> (26. 08. 2017.).

<sup>17</sup> Usp. V. M. Fernandez, *Una pastoral ordinaria mas misionera desde la V Conferencia de Aparecida. O come la renovacion misionera interpela a las estructuras pastorales?*, u: *Seminarios* 188 (2008.), 51-53

<sup>18</sup> Usp. V. M. Fernandez, *Il progetto di Francesco*, EMI, Bologna, 2014., 44.

## 5. PRIHVATANJE, HRABROST

Papa ukazuje na to da Crkva mora biti otvorena i prijemčiva. Mora krenuti ususret drugima kako bi doprla do ljudskih periferija. No to ne znači da mora bezglavo i nepromišljeno juriti prema svijetu. Kada Papa kaže da "crkve posvuda moraju držati otvorena vrata", možemo prizvati u pamet nove prostore koji neće biti namijenjeni isključivo bogoslužju, nego će biti u službi čovjeka u njegovoj cjelovitosti.

Mogu li se ove tvrdnje primijeniti i na virtualni svijet? Možemo promišljati kako se apostolski žar novog misionara koji je usvojio *Radost evanđelja* ne smije zaustaviti pred mrežom kao da bi ova vodila k paklenim tminama. Crkva upravo tamo mora ići kako bi liječila, iscjeljivala, pomagala u sazrijevanju odnosa, vidala rane. To ne može činiti osvajanjem, nego svjedočenjem, istinom i zrelošću. Ne smije dolaziti u ulozi suca i učitelja, nego nadasve kao sestra ili majka, poput prijatelja pripravnoga pridržati čovjeka u svemu za njegovu dobrobit. Taj proces evangelizacije masovnih medija nužno mora biti dobro organiziran, na cjelovit i sveobuhvatan način. Isto naglašava i Papa.<sup>19</sup> Možemo ustvrditi da nije riječ o nebrojenim informativnim stranicama, iako i one mogu poslužiti, nego o tome da se uvidi prilika za prisutnost na mreži u njezinu bogatstvu i različitosti. Tamo bi se trebali očitovati problemi, rane koje valja vidati putem djelovanja koje se služi komunikacijom, ali nije na nju ograničeno.

Nova sredstva komunikacije ne prihvaćaju samo predavaonice, propovjedaonice, nego nadasve ognjišta, s interaktivnim sudjelovanjem u kojem je svatko protagonist, gdje je svatko pojedinačno u središtu pozornosti drugih. Najraširenije društvene mreže nemaju nikakav monopol na provođenje crkvene djelatnosti. Moguće je, međutim, osnovati neku katoličku društvenu mrežu, župnu, biskupijsku ili svjetsku. Papa kaže: "Sanjam o misijskom opredjeljenju koje može sve preobraziti, tako da crkveni običaji, načini na koje se stvari čine, satnice, jezik i sve strukture postanu prikladan kanal za evangelizaciju današnjeg svijeta više no za samoočuvanje. Reforma struktura, koju zahtijeva ta pastoralna preobrazba, može se shvatiti jedino kao dio naporâ koji se ulažu da one postanu više misionarske, da redovni pastoral u svim svojim aspektima bude širi i otvoreniji, da se u pastoralnim djelatnicima probudi stalna želja za 'izlaženjem' i tako potpomogne pozitivni odgovor svih onih kojima Isus nudi svoje prijateljstvo..."<sup>20</sup>

---

<sup>19</sup> Usp. M. Teani, *Aperture*, u: *Aggiornamenti Sociali* IV (2015.), 342-345.

<sup>20</sup> *Evangelii gaudium*, 27.



Čitajući ove riječi, nameće se pitanje koje možda valja razriješiti u idućem zakoniku kanonskoga prava, koji bi govorio o unutarnjoj strukturi i ograničenosti Crkve, a koji ne bi smio zanemariti svijet masovnih medija kao predmet evangelizacije ili, štoviše, kao dio strukture same Crkve, i ne samo kao puko sredstvo prijenosa crkvenih ili doktrinarnih informacija.

## 6. DIJALOG

Uočava se kako Papa zdušno zagovara dijalog.<sup>21</sup> Dijalog se ostvaruje u komunikaciji, osobito putem novih masovnih medija. Ne smije se odvijati u svađi, natjecanju ili prozelitizmu, već dijeljenjem i svjedočenjem.

Valja spomenuti da Papa u svojem dokumentu zdušno traži da se uvažavaju i vjernici laici. Oni su poslani biti protagonistima u misijama. Papine riječi postaju veoma aktualne kada zahtijeva od svih da se ne odreknu vlastitoga kršćanskog identiteta i vrijednota u koje vjeruju.

Tome se može nadodati: Valja zahtijevati da svatko, pa i u virtualnom svijetu, bude svoj. Samo će tako moći biti ozdravljeni odnosi na mreži. Možda bi se kršćani još snažnije trebali ujediniti na mreži? Ovdje nema razlike između muškarca i žene, svećenika i laika. Na mreži se ne podjeljuju sakramenti, barem je još dug put do toga, a možda se to nikada i neće ostvariti. No na mreži valja djelovati u ime vlastitoga krštenja. Potrebno je usvojiti specifični izričaj i stav.

Dijalog zahtijeva istinu. Kako jamčiti za doktrinarnu vjerodostojnost u rijekama poruka koje se razmjenjuju na mreži, a da se ne izgubi cjelovitost nauka? Odgovor se sam nameće, putem dijaloga. Papa ne osporava činjenicu da se pastiri moraju izjasniti o tolikim stvarima.

Nauk Crkve o aktualnim situacijama podložan je razvoju novih tehnologija i može biti predmetom rasprave, no ne možemo izbjeći izravnost – ne ulazeći u pojedinosti – kako velika društvena načela ne bi ostala puke opće smjernice koje se ne dotiču nikoga. Valja propitati posljedice u praksi kako bismo “učinkovito utjecali i na složene situacije današnjice”. Pastiri, prihvaćajući doprinose raznorodnih znanosti, imaju pravo izraziti mišljenje o svemu što se dotiče

<sup>21</sup> Usp. A. Bobbio, Dialogo: papa Francesco, il paziente tessitore, u: *Famiglia Cristiana*, digitalno izdanje od 20. 07. 2017., na: <http://www.famigliacristiana.it/articolo/rispetto-e-dialogo-reciproco-francesco-il-paziente-tessitore.aspx>, (3. 09. 2017.).

života ljudi, s obzirom na to da zadaća evangelizacije podrazumijeva i zahtijeva cjelovito promicanje svakoga ljudskog bića. Unutar masovnih medija može se odvijati dijalog. On podrazumijeva širok spektar odnosa s društvom, s drugim religijama, s nevjernicima. Dijalog može biti ostvaren kada je čovjek vjeran vlastitom identitetu i uvjerenjima.

## 7. RADOST

Teološki vid *Radosti evanđelja*, obilježen temom obraćenja, označuje očovječenje prema božanskom kriteriju ostvarenom na sliku evanđelja.<sup>22</sup> No je li moguće očovječiti ono što se očituje kao val koji obuhvaća kodificirane informacije? Ono gdje nedostaje izravan dodir, pogled ili stisak ruke? Glavna je zadaća očovječiti masovne medije. Kako? Nastojeći sjediniti stvarnost s iluzijom, povratkom u bit ljudskoga susreta, koji se uvijek temelji na razmjeni, istini, ljubavi, slobodi, solidarnosti i pravdi. "Radost evanđelja ispunja srce i čitav život svakog onog koji susretne Isusa. Oni koji prihvate Njegovu ponudu spasenja oslobođeni su od grijeha, žalosti, duhovne praznine i osamljenosti. S Isusom Kristom radost se uvijek iznova rađa".<sup>23</sup>

Temeljno pitanje koje se nameće jest kako donijeti kršćansku radost na mrežu. Ako je moguće oživotvoriti Kristovu prisutnost učinivši ga protagonistom odnosa s drugima, kako se to može ostvariti sa sudionicima na mreži? Biti kršćanima, biti radosnima na mreži znači prenijeti Kristovu prisutnost unutar zajednice koja se okuplja putem sredstava masovne komunikacije.

## 8. ZAKLJUČNA RAZMIŠLJANJA

U svojoj apostolskoj pobudnici *Radost evanđelja* Papa pridaje značajnu pozornost društvenoj dimenziji evangelizacije. Pritom od velike pomoći mogu biti dinamike koje se odvijaju unutar sredstava masovne komunikacije, jer premošćuju granice, otvarajući mogućnost susreta svima. Njegov dokument ima proročki značaj, a nije mu svrha uvjetovati, teži za tim da nadahnjuje, a ne da opisuje. Činjenica da su opaske poopćene omogućuje nam da ih primijenimo na

---

<sup>22</sup> Usp. G. Angelini, *Evangeli Gaudium. La conversione pastorale e teologia*, na: <http://www.teologiamilano.it/teologiamilano/allegati/1167/EDITORIALE%20Angelini%20sito.pdf> (3. 09. 2017.); M. Semeraro, *Al Clero di Faenza*, na: [http://www.webdiocesi.chiesacattolica.it/ci\\_new/documenti\\_diocesi/69/2016-09/27-75/Conversione%20Pastorale%20di%20EG.pdf](http://www.webdiocesi.chiesacattolica.it/ci_new/documenti_diocesi/69/2016-09/27-75/Conversione%20Pastorale%20di%20EG.pdf) (3. 09. 2017.).

<sup>23</sup> *Evangeli gaudium*, 1.

svijet stvoren sredstvima društvene komunikacije, tj. i na virtualni svijet koji, sviđalo se to nama ili ne, postoji.

Moramo se boriti protiv ograničenog pogleda na masovne medije. Ponajprije, više nije riječ o pukim sredstvima, nego o onome što su stvorili, o mreži odnosa. To bi tražilo malo pastoralne kreativnosti, koju valja poticati i pratiti, a ne gušiti pravnim sredstvima, odredbama, savjetima i prijedlozima pastoralnog značenja. Valja nam naučiti snalaziti se u tom svijetu, ali i regulirati prisutnost i način obitavanja u njemu. To i od kanonskoga prava traži da stvori sveobuhvatniju viziju koja bi bila prikladnija novoj zbilji. Vrlo je plodonosno stvarati prostore, nove oblike prisutnosti na mreži. To nam sredstvo pruža mogućnost beskonačne kreativnosti; stvaranje molitvenih skupina, kampova sjećanja po uzoru na groblja, raznih tečajeva, *online* seminara za djecu i mlade, ali i euharistijskih klanjanja i kružoka krunice. Sve je to poželjno osmisliti, uz pomoć tehničkih, grafičkih, glazbenih sredstava, iznalaženjem novih oblika za vrijedne i uvijek svježe sadržaje. Crkva ne smije propustiti priliku da stvori nešto gdje će moći jamčiti za vlastita načela, umjesto da ih zastupa drugdje i na drukčiji način.

Prisjetimo se da se zadaća Crkve izražava u trima zadaćama, lat. *munera: docendi, sanctificandi, regendi*. Prvi je *munus* vrlo prisutan na mreži, ali nadasve u informativnom obliku. Treći je moguće razviti stvaranjem strukturalnih stvarnosti na mreži. Ostaje, međutim, pitanje *munus sanctificandi*. Ako je bilo moguće uvesti televizijske i radijske prijenose euharistijskih slavlja, bi li bilo moguće osigurati uvjete i načine da se to učini i na mreži? Argumenti koji su priječili ispovijedanje telefonom, pozivali su se na potrebu čuvanja ispovjedne tajne. Sada, budući da se na mreži mogu izvršavati sve bankovne transakcije, problem tajnosti mogao bi napokon biti riješen. Nedostaje osobni susret, no sada kada takav susret postoji na mreži, zašto ne razmisliti o tome? U prijenosima liturgijskih događaja nedostajao je osobni i izravan dodir, komunikacija se odvijala samo u jednom smjeru, no Crkva je već premostila tu prepreku otvorivši se televizijskim prijenosima liturgijskih događaja. Tim više bi se mogla koristiti novim sredstvima koja pružaju više mogućnosti sudjelovanja. Ako već ispovijed neće biti omogućena, barem neka se omogući duhovno vodstvo. Naravno, problematika je složena i nameće tisuću pitanja i poteškoća s kojima se valja suočiti. Umjesto da čeka da se stare crkve same popune, Crkva bi trebala ući u katakombe na mreži, živjeti i evangelizirati sve koji žele da ih se tamo pronade. Virtualni crkveni prostori bi, međutim, trebali biti tek vrata ili mostovi koji će ubrzo, na elegantan, ugodan i prijemčiv

način, dovesti do punine susreta, sjedinjujući virtualno s posvemašnjim ljudskim iskustvom. Masovni mediji moraju biti istinska mjesta evangelizacije, ne puka sredstva, nego i predmet evangelizacije u pravom smislu riječi – ono što obuhvaća sve njezine sastavnice.

Jesu li masovni mediji izraz drevne težnje da se izgradi babilonska kula koja bi dosegla nebo, ili oblik razvoja na koji je čovjek pozvan u trenutku stvaranja? Omogućuju nam komunikaciju u četiri oka u velikoj obitelji ljudskih osoba koje je stvorio Bog i koje ljubi. Narav masovnih medija je, dakle, otkriće čovjeka koje se može upotrijebiti za njegov rast. Uloga sredstava društvene komunikacije je u porastu. Promijenila su povijest, unijela revoluciju u svijet i ne znamo kamo će nas još odvesti. Je li to ispravan smjer? Ne znamo. Ne koristi nam opirati se, ali možda bi svakako trebalo prihvatiti pozitivne strane. Govoreći o masovnim medijima, moguće je iznijeti tolike opaske i kritike, no jednu jedinu stvar ne smijemo zaboraviti, a to je da je prvi i istinski medij bio i ostaje čovjek sam. Onaj koji je nada i put Crkvi. On je taj koji evangelizira i biva evangeliziran.

*S talijanskog prevela: Mirna Čudić*

MASS MEDIA AS OBJECT OF EVANGELIZATION IN  
THEOLOGICAL PERSPECTIVE OF APOSTOLIC EXHORTATION  
*EVANGELII GAUDIUM*

*Summary*

The author approaches the means of social communication from the perspective of evangelization, since they not only convey the message but through them people meet each other. The author holds that these media, though not without dangers to modern man because they lead him to ever greater alienation, are not guilty of themselves, because man is always the one who uses them. Therefore, it is necessary to introduce evangelization even in the means of social communication, which is nothing but a permanent call to conversion, both to the Church as a whole and to every single Christian. This call includes awareness of the mission of proclaiming the Good News also in the new area created by the new means of social communication, on the so called “digital continent”. The amount of success of the mission will depend on the amount of joy and life witnessing invested by the Christians on this new “continent”.

*Key words:* mass media, witnessing, Good News, conversion, joy