

Ivan Šaško:

## **Inicijativa *Missio Metropolis* i Godina vjere: „Medijski djelatnici – nositelji nove evangelizacije“**

Susret župnih medijskih suradnika  
i crkvenih medijskih djelatnika

*u Nadbiskupijskome pastoralnom institutu, u dvorani 'Vijenac' (Kaptol 29A)  
u srijedu, 23. svibnja 2012., s početkom u 19 sati.*

### **Uvod**

Ovaj je susret zamišljen kao dio cjelokupnoga razrađenog programa susreta s raznim skupinama vjernika Zagrebačke nadbiskupije u okviru inicijative *Missio Metropolis*. U skladu s tim je izabran i naslov. Što se tiče moga obraćanja vama, želim da to bude stanoviti nastavak na naš prethodni susret, samo što bih danas s vama, kao nositeljima nove evangelizacije, želio razmišljati o potrebnim preduvjetima za evangeliziranje u strogome smislu riječi; o preduvjetima koji govore o nužnim vidicima evangelizacijskoga djelovanja.

U pripremnome dokumentu (pod imenom *Lineamenta – Ocrti*) XIII. Redovite opće skupštine *Biskupske sinode* koja će se održati u Rimu ove godine na temu *nove evangelizacije* pitanje sredstava društvenoga komuniciranja dotaknuto je nakon Uvoda, u prvome dijelu (6. točka) s podnaslovom: *Scenariji (prizorišta) nove evangelizacije*.

Ta točka slijedi nakon približavanja pojma 'nove evangelizacije' koja se sastoji u stavu, odvažnome stilu ili – reći će se također – u novome žaru i novim metodama. No, zanimljivo je da je zapravo riječ o „sposobnosti kršćanstva da zna pročitati i odgonetnuti nova prizorišta koja su stvorena u povijesti“. Ta prizorišta treba „nastaniti i preoblikovati u mjesta svjedočenja i naviještanja evanđelja“.

Scenariji o kojima govore *Lineamenta* su: društveni, kulturalni, gospodarski, politički i religijski. Ta sam područja dodirnuo u našem prošlom susretu (19. studenoga 2011.). Danas bih htio u tome smjeru ići korak dalje.

**I.** U skladu s naslovom ovoga mog izlaganja, smatrajući da su medijski djelatnici uistinu važni, nipošto jedini, nositelji nove evangelizacije, mislim da danas u Hrvatskoj ne smijemo jednostavno stati na novim metodama i na novome žaru, kao

da oni nemaju veze sa sadržajem. Sadržaj evangelizacije je uvijek isti, ali nipošto banalan. Mislim da s pravom mogu reći da postoji zavodljivost da se usredotočimo na nove pristupe, a kao samo po sebi razumljivim smatramo usvojenost i vladanje sadržajem. Dopustite mi izraziti veliku dvojbu i reći da je na ozbiljnoj kušnji evanđeoski sadržaj. O metodama treba govoriti paralelno s brigom o sadržaju, a za jedno i za drugo je odlučujuća gorljivost, odnosno žar.

Medijski djelatnici nisu samo osposobljeni prenositelji, tehničari koji ne vide cjelinu. Za tu cjelinu svima nam je potrebna veća osjetljivost i izoštravanje slike. Tako ćemo u pripremnome dokumentu govor o sredstvima društvenoga komuniciranja (medijima) pronaći zajedno s drugim prizorištima, što upućuje na međuovisnost koju ne bi bilo primjereno zanemariti. A što se to nalazi u povezanosti?

**II.** Kulturološka pozadina odražava razdoblje duboke sekularizacije, s vidno narušenom osjetljivošću prema evanđeoskoj poruci koja bi imala oživljujuću snagu. Sekularizacija se danas u našoj kulturi predstavlja s pomoću pozitivne slike oslobođenosti i mogućnost zamišljanja života svijeta i čovječanstva bez suodnosa s transcendencijom.

Nema puno snažnih izravnih, premda niti oni ne nedostaju, govora protiv Boga, religije i kršćanstva. Danas je sekularizacijsko djelovanje drukčije, dopadljivo, s 'umivenim licem' u nastojanju razvijanja mentaliteta u kojemu se propovijeda odsutnost Boga iz života ljudi i njihovih savjesti. Tako se sekularizacija ne postavlja samo kao prijetnja izvana, nego je za vjernike svakidašnji prostor sučeljavanja koji ima važne antropološke posljedice, stavljajući u pitanje temeljna ljudska iskustva, kao što je suodnos muškarca i žene, smisao rođenja i rađanja, smisao smrti i umiranja.

U sekularizaciji važnu ulogu igra i kultura slike sa svojim proturječnim modelima i poticajima koji nerijetko završavaju u površnosti i egocentrizmu kojima se iznimno teško suprotstaviti. Opasnost gubitka osnovnih sastojnica gramatike vjere je stvarna, povlačeći za sobom u duhovnu atrofiju i prazninu srca ili pak u surogate religijske pripadnosti ili nejasne duhovnosti. To je nedvojbeno prostor nove evangelizacije koja ne vidi samo opasnosti, nego primjećuje i čežnju, buđenja, traženja čovjeka koji osjeća prazninu u, kako ga neki u odnosu na sekularizacijske procese zovu, postsekularnom vremenu.

**III.** Uz taj prvi kulturalni scenarij, postoji drugi, snažnije socijalno obilježen, a to su migracije, miješanje kultura kakvo naše društvo ne poznaje stoljećima. Kao rezultat tih kulturalnih dodira, susreta, prožimanja je ozračje iznimne fluidnosti,

nestalnosti, unutar kojega je malo mjesta za velike tradicije i njihovu zadaću strukturiranja smisla povijesti i identiteta pojedinih subjekata. Ti procesi, obično zvani imenom globalizacije, od kršćana traže težak posao razlikovanja. Fenomen globalizacije može se čitati kao negativan, ako prevlada determinističko tumačenje, povezano ekonomskom i proizvodnom dimenzijom.

No, jednako tako, može se čitati kao trenutak rasta, u kojemu čovječanstvo uči razvijati nove oblike solidarnosti i zajedništva. Za novu evangelizaciju je važno pitanje o Bogu postaviti u sve te procese susreta.

**IV.** Nakon ta dva scenarija, *Lineamenta* govore o izazovu sredstava društvenih komunikacija. To je postao prostor posebnoga društvenoga iskustva, s pozitivnim i negativnim utjecajem na kulturu. S pozitivnim, jer omogućuje lakši i brži pristup informacijama, spoznajama, razmjenama, novim oblicima solidarnosti i građenju svijesti o blizini i uronjenosti u život širokih raspona. No, i tu živimo neobičnu proturječnost. Širina o kojoj govorim ne umanjuje individualizam do mjere sebičnosti. Uviđa se isticanje emotivnih dimenzija u stvaranju međusobnih odnosa i društvenih veza; uviđa se gubitak objektivne vrijednosti razmišljanja, svedenoga nerijetko na potvrđivanje vlastitih dojmova i osjećaja. Svjedoči se progresivnom otuđenju etičke i političke dimenzije života, što drugost svodi na funkciju ogledala ili gledatelja (*speculum et spectaculum*) vlastitoga života. Zrcalo, *speculum*, ne uspostavlja odnos i ne nudi mogućnost ljubavi, baš kao niti *spectaculum* i spektakularnost.

U medijskome su svijetu upravo ta dva pojma, dodajući im treći (a u latinskome sve tri riječi počinju slovom 's') – *sensatio* (od *sensus*) trenutno nosiva ili barem vrijedna pozornosti: *spektakularnost* i *senzacionalizam*. Prvi i drugi vezani su uz gledanje i ogledanje, a treći uz osjećajnost. Kao dolazna točka, kao cilj te opasnosti nalazi se kultura površnoga, neposrednoga, privida, odnosno društvo koje nije sposobno živjeti *spomen* i *budućnost*. Ako ove misli preklopimo kao raster na naše hrvatske prilike, ne će nam biti čudno što su naše poteškoće razdirane između tih odrednica nesposobnosti življenja spomena i nebrige za njega, kao i zatvorenosti smisla budućega.

**V.** Medijski djelatnici kršćanskoga nadahnuća ulaze u te prostore velikih reduciranja i u njima mogu progovoriti tako da se osjeti preobražajna snaga Radosne vijesti koju ne treba braniti kao neki polog, nego sijati.

Na spomenuta se prizorišta nadovezuj: gospodarsko, znanstveno i tehnološko, s velikim iskušenjem da upravo iz tih scenarija budu rođeni novi idoli i religija

sadašnjosti, od koje se očekuju odgovori na pitanja o istini i smislu, znajući da ti isti odgovori ostaju djelomični te stoga nedostatni. Zbog toga se i evangelizacija susreće s izazovima novih gnostičkih smjerova, s pokušajima organiziranja života koji bi kao posljedicu imao terapeutsko djelovanje i trenutni boljitak.

Kao šesti u nizu scenarij naveden je politički koji je u zadnjih pola stoljeća proživljavao snažne promjene i razne krize ideologija, što je pogodovalo slobodi ispovijedanja vjere i poštivanju dostojanstva čovjeka, te novim nastojanjima glede suradnje raznih kultura i religija. No, ujedno su njegove napetosti i opasnosti i najvidljivije.

**VI.** Svako od navedenih prizorišta zahvaćeno je medijskim utjecajem. Nositelji evangelizacije ponajprije računaju s darom Božjega Duha, ali u svojim mogućnostima razmišljaju i o okolnostima u koje ih Bog postavlja. Teško da netko danas može predvidjeti kakva je budućnost tzv. 'medijskoga društva' (*Mediengesellschaft*). Puno toga ne znamo, ali neke smjerove kojima je krenuo razvoj prepoznajemo. Kao Crkvi nam je to i poslanje: promatrati, razmatrati, zauzeti se i to snagom darovane vjere, pri čemu je važan teološki pristup. Naš cilj nije preduhitriti događanja, nego vrjednovati događanja i u povijesti vjerodostojno uprisutniti, komunicirati Krista. Taj posao je nezamisliv bez vjerodostojnosti svjedočenja vjere.

*Speculum* i *spectaculum* mi djeluju sretno izabrani pojmovi koji upozoravaju na središta pozornosti i na dosege (iz kojih je sasvim logičan produžetak u senzacionalizam). Prvi vodi u dopadljivost, ali i u konačno razočaranje; drugi u sudjelovanje koje je ograničeno i u konačnici beživotno. I jedno i drugo je ograničeno: na čovjeka samoga ili na pripadnost koja zaustavlja život i ostavlja u dvorani u kojoj se pale svjetla, ali ne i Svjetlo koje prodire dalje od zemaljskoga. *Speculum* i *spectaculum* su zatvorenost, prepuštenost interpretacijama i mišljenjima u kojima samo naizgled ne treba objektivnost i istina, tj. otajstvo koje je po svojoj naravi lišeno nadzora i manipulacije pojedinca.

Ti prostori postaju samo 'zavjetrina' na kratko vrijeme, ali ne i odgovori na egzistencijalna pitanja.

**VII.** Ali ne bi bilo dobro previdjeti njihov utjecaj na društvo u odgojnome, političkome i etičkome smislu. I kada se dođe do te točke većina će se složiti da je potrebna odgovornost. Dakle, problem društva u kojemu mediji imaju takvu ulogu jest (ne)odgovornost. No, i tu se nalazimo u slijepoj ulici, ako ne znamo čemu odgovara odgovornost. Jezici za ocrtavanje te stvarnosti koriste neku riječ koja sadrži

korijen u odgovaranju (na primjer: *responsible; verantwortlich*), a onda se spontano nameće pitanje: odgovor na što; na što se odnosi odgovornost; odgovornost je odgovor na kakav govor, na čiji govor? Gdje su uporišta? I dolazimo na pitanje svih pitanja – ono o vrijednostima. Ako ne postoji suglasje o vrijednostima, nemoguće je stvoriti etičku podlogu; ako nema etičke podloge, nemoguće je suvislo društveno strukturiranje. Ako ne postoje tematske cjeline vrijednosti nemoguće je izgrađivati institucije i njihove simbole. Ako toga nema, obična je floskula da institucije trebaju funkcionirati. Bez vrijednosti koje imaju suvisle međuodnose, institucije ne mogu funkcionirati. A simboli postaju ispuhani baloni bez preobražajne i obnoviteljske snage, što svako društvo zahtijeva da bi moglo živjeti.

Kršćanstvo ima svoje odrednice vrijednosti. Zbog toga je moguće ustrojavanje društva u raznim kulturološkim odnosima. No, to ne jamči njegovu prihvaćenost. Baš suprotno. Isus nas je upozoravao na protivljenja i na neprihvatanje. Zbog toga ne smijemo biti malodušni, kada se s njima susretnemo. Naviještati evanđelje, evangelizirati znači živjeti osporavanost, što nipošto ne znači izazivanje sukoba radi sukoba.

**VIII.** Nova evangelizacija se odvija u prostoru antropološke dezorijetiranosti ili barem snažnih antropoloških neusklađenosti. One su rezultat nekoordiniranoga susreta različitih kulturoloških utjecaja (V. Noè).

Pa ipak, koliko god izgledali kao prijetnja kršćanskoj Radosnoj vijesti, mi ih čitamo u svjetlu prisutnosti Boga, gospodara povijesti. Da bismo danas ozbiljno govorili o evangelizaciji, otvara se pitanje komu je navještaj upućen. Budući da sam i sam više puta i na više mjesta spomenuo da je evangelizacijski važno pred sobom imati kulturu, želio bih upravo to malo i produbiti i ne se jednostavno zadržati na sintagmi da treba evangelizirati kulturu. Za medijske djelatnike je to iznimno važno, jer su baš oni nositelj poimanja kulture.

Prije svega središnji je primatelj evanđeoske poruke konkretan čovjek, pojedine osobe. Kao *sjeme života* evanđelje je posijano u čovjekovu srcu. Time dohvaća i kulturalne vrijednosti, ali po konkretnome čovjeku. Ako se rabi sintagma 'evangelizacija kulture', tada ju treba rabiti upravo vodeći brigu o osobama koje su zahvaćene evanđeljem usmjeravale kulturalna gibanja s kršćanskim predznakom. Krist obnavlja i preporuča čovjeka, a čovjek, odnosno skupine ljudi, narodi stvaraju kulturu. Ovime se ne umanjuju kulturalne odrednice; baš suprotno. Treba uočiti

razliku između evangelizacije i kulturalne preobrazbe. To su dva procesa s dva važna cilja.

Ako bi se išlo suprotnim smjerom, nužno bi se došlo do onih oblika kulturalnih revolucija koja su zanemarila čovjeka i otkriva svu opasnost ideologija suprotnih kršćanstvu. Kulturalne revolucije mogu biti neosobne, evangelizacija to ne može biti. Evangelizacija zahtijeva poznavanje drugoga, dohvaćanje njegova iskustva i komuniciranje Kristove poruke spasenja.

**IX.** Usudimo se pitati dalje: Kakav je odnos između evangelizacije i preobrazbe kulture? Da bismo došli do odgovora, moramo dodirnuti drugi veliki suodnos, a to je odnos između kulture i povijesti.

U sadašnjemu hrvatskom trenutku susrećemo se s ozbiljnim pitanjima odnosa prema povijesti. To nas ne bi smjelo čuditi, jer svaka diktatura, zanemarujući čovjeka, zanemaruje suodnos kulture i povijesti.

Zbog toga kažemo da je kršćanstvo uvijek u susretu s kulturom na razini institucija i ponuda vrijednosti, ali se tiče čovjeka osobno, njegove osobne povijesti, kao dionika neke kulture. Zbog toga kršćanski intelektualci, kako ih običavamo zvati, imaju poziv unutar kršćanske zajednice raskrinkati pred vjernicima one suptilne varke koje se od vremena do vremena predstavljaju u okviru raznih kulturalnih izražaja i ponuditi kulturalne oblike koji su usklađeni s evanđeoskim vrijednostima. Tako mogu s pravom reći da su medijski djelatnici vjernici važna služba unutar vjerničke zajednice, bez obzira rade li u katoličkim, javnim ili privatnim medijima. Iz rečenoga također slijedi da nešto što bi se moglo zvati 'novom kulturom' može – kršćanski gledano – nastati samo iz obnovljene crkvene zajednice, misleći pritom na novost života u Kristu.

*Misije u gradovima* pokušale su odškrinuti vrata takvoga pristupa, te se i ovaj susret nadovezuje na nastojanje trajne unutarcrkvene kulturalne preobrazbe. Sadašnje stanje nužno stvara više obrambenih negoli promicateljskih stavova. Ovakvi susreti pomažu nam u razlikovanju, u razlučivanju, u prepoznavanju i jačanju crkvene kulture koja vjeruje u snagu Duha Svetoga i u ovome vremenu. Zbog toga kao neizostavnu odliku medijskih djelatnika kao nositelja evangelizacije ističem binom: *razumijevanje-komuniciranje*.

**X.** Premda međusobno isprepletene, kultura i povijest izražavaju dvije različite razine ljudskoga življenja: prva se odnosi na kodifikaciju ponašanja i vrijednosti u sustav simbola i društvenih obreda, dok se druga tiče izražavanja vlastite

iskustvenosti i doživljavanja pojedinih događaja. Dakle, posrijedi je ljudska nutarnjost.

Moguće je da se u čovjeku dogode duboke nutarnje promjene. U tome slučaju njegov život, mada kulturalni kontekst u kojemu živi ostaje isti, započinje 'novu povijest', onu naime koja je mogući početak kulturalne preobrazbe. Takvi ljudi, a za nas su u Crkvi to ponajprije sveci, stvaraju nove kulturalne mikorelemente koji pokreću iskustvenu novost, kako kvasac nove kulture.

Zbog toga, na egzistencijalnoj razini povijest prethodi kulturi, jer nutarnje iskustvo prethodi vanjskim odredbama. Evanđelje je usmjereno prema srcima ljudi, prema osobnim povijestima, gdje se 'utjelovljuje'. Zbog toga je važno poznavati evanđeosku poruku, poznavati vlastitu vjeru koja traži interpersonalnu komunikaciju. Prije nje je odlučujuće nutarnje iskustvo koje prati proces poznavanja, na tragu Djevice Marije koja je događaje (čitaj: povijest) čuvala u svome srcu; prebivala ih, razmatrala (usp. *Lk 2, 17-19; 2, 46-52*).

Na tome tragu je neodgodivo pitati se što je sa sadržajem naše vjere, a ne samo sa sredstvima. Do kuda dopire taj sadržaj; gdje je usvojen i gdje vidljiv? Evanđelje ne može imati odjek u široj povijesti, ako nema u našoj osobnoj. I ovdje smo se ponovno okupili, da bismo komunicirali. Hoće li biti nešto više od ideja? Mislim da hoće, jer ste u međuvremenu svoje iskustvo vjere živjeli i ugrađivali u svoje zajednice.

Bez komuniciranja nema zajedništva. *Communicatio* i *communio* idu zajedno. Bez komuniciranja, nema povijesti, a bez povijesti kulture. Zbog toga mi se čini prevažnim unuarcrkvena komunikacija koja kao cilj nema razmjenu informacija, nego izgradnju zajedništva. A kada živi zajedništvo tada je snažniji svaki iskoračaj, onaj obrambeni i onaj promidžbeni. Nije stoga čudno da se svaki neprijatelj Crkve usredotočio na razbijanje crkvenoga jedinstva i zajedništva, a puno manje na osporavanje ideja.

Nisam vidio u zadnje vrijeme da je netko napao naše učenje o Duhu Svetome, ali vidim iz dana u dan traženje načina da se poljulja jedinstvo Crkve. U tome jačanju crkvenoga zajedništva danas mediji imaju prevažnu evangelizacijsku ulogu.

Nalazimo se pred svetkovinom Pedesetnice. Zbog toga na kraju donosim jedan liturgijski jasan pokazatelj. U samome pozdravu na početku euharistijskoga slavlja rabimo pojam koji potvrđuje rečeno. Latinski, preuzimajući riječi svetoga Pavla sa završetka njegove Druge poslanice Korinćanima (usp. *2Kor 13, 13*), moli: *Gratia Domini nostri Iesu Christi, et caritas Dei, et communicatio Sancti Spiritus, sit cum omnibus*

*vobis.* („Milost Gospodina našega Isusa Krista, ljubav Boga Oca i zajedništvo Svetoga Duha, sa svima vama.“) Grčka riječ *koinonia* prevedena je latinskom riječju *communicatio*.

Zahvaljujem vam, braćo i sestre, jer se ugrađujete u to zajedništvo i što ga novim sredstvima učvršćujete.