



Biskupska konferencija
Bosne i Hercegovine



Nedjelja, 28. rujna 2025.

59. Svjetski dan sredstava društvenih komunikacija

“Dijelite dobrostivo nadu koja je u vašim srcima”

(usp. 1 Pt 3, 15-16)

Predgovor

59. Svjetski dan sredstava društvenih komunikacija

Već 59 godina zaredom rimski biskupi se, u povodu Svjetskoga dana sredstava društvenih komunikacija, koji se ove godine na mnogo strana slavio 1. lipnja, posebnom porukom obraćaju cijeloj Katoličkoj Crkvi, kao i svakom njezinu članu ponaosob, ali i cijelomu svijetu, posebice vlasnicima, urednicima i svim djelatnicima u tom važnom području života suvremenoga svijeta. Naravno, obraćaju također jednako i korisnicima njihovih poruka, ideja i informacija. I svake godine ta je poruka posvećena nekoj novoj temi, koja u prethodnom razdoblju nije bila sadržaj papinskih poruka.

U skladu s odlukom Biskupske konferencije Bosne i Hercegovine iz 2003. godine, Svjetski dan sredstava društvenih komunikacija održava se u našim biskupijama svake godine u posljednju nedjelju mjeseca rujna. Tako je odlučeno da bi ovaj dan bio što „vidljiviji“. Naime u proljetno vrijeme u našim zajednicama zbivaju se mnoga druga pastoralna događanja. Tako će taj dan biti obilježen 28. rujna.

Kroz prošlih deset godina ustalio se običaj, da predsjednik Vijeća za sredstva društvenih komunikacija BK BiH, u dogovoru s nadležnim biskupom i župnikom, na taj dan predvodi slavlje Svete Mise u jednoj od naših župnih zajednica. Svake godine u drugoj biskupiji i drugoj župi. Započelo je u Mostaru 2014. godine, te nastavljeno u Sarajevu, Banjoj Luci, Tomislavgradu, Žepču, Drvaru, Potocima kod Mostara, Tolisi, Bihaću, Trebinju i Prozoru. I nastavljajući tu lijepu tradiciju, ove godine će to, ako Bog da, biti u Prnjavoru, gdje ćemo još jednom uputiti zajedničku molitvu Gospodinu Bogu za izgradnju zdravoga zajedništva među ljudima.

U vidu budućeg obilježavanja 59. svjetskog dana sredstava društvenih komunikacija pokojni papa Franjo se 24. siječnja 2025. obratio cijeloj svjetskoj javnosti porukom, koju je, u skladu s temom nade koja je osnovna nakana jubilarne 2025. godine od Isusova

rođenja, posvetio potrebi da se s blagošću drugima dijeli nada koja je u srcima (usp. 1 Pt 3,15-16).

U toj poruci kaže se da: „U naše vrijeme, prečesto, komunikacija ne budi nadu, nego strah i očaj, predrasude i ogorčenost, fanatizam pa čak i mržnju. Prečesto se tako njome pojednostavljuje stvarnost kako bi se izazvale instinktivne reakcije. Komunikacija koristi riječi kao oštricu mača; čak pribjegava lažnim ili namjerno iskrivljenim informacijama kako bi širila poruke čija je namjera uzburkati duhove, isprovocirati ili povrijediti.“ A naspram tim pojavama: „Razmišljajući o Jubileju koji slavimo ove godine kao vremenu milosti u ovako teškim vremenima, ovom porukom želim vas pozvati da budete prenositelji nade, nadahnjujući se u svojem radu i poslanju duhom evanđelja.“

Budući da su novinari najvažniji čimbenik u tom važnom području suvremenoga načina života i kulture, neka bude ponovljeno također ove godine, da se izborom datuma objave papine poruke nastavlja praksa, da ona bude objavljena 24. siječnja, na blagdan nebeskoga zaštitnika novinara (od 1923.) svetoga Franje Saleškoga, ženevskoga biskupa (umro 1622.) i crkvenoga naučitelja (1877.).

Po zagovoru svetoga Franje Saleškoga, preporučujemo u Božji blagoslov živote i plemenita nastojanja svih djelatnika u sredstvima društvenih komunikacija da, promičući dostojanstvo i prava ljudske osobe, istinu i opće dobro, dadnu svoj doprinos za izgradnju i učvršćenje stvarnoga zajedništva, mira i sloge među ljudima.

Sarajevo, 27. kolovoza 2025.

Nadbiskup Tomo Vukšić

Predsjednik Vijeća BK BiH za sredstva društvenih komunikacija

Poruka pape Franje za 59. Svjetski dan sredstava društvenih komunikacija (2025.)

„Podijelite s blagošću nadu koja je u vašim srcima“ (usp. 1 Pt 3,15-16)

Draga braćo i sestre!

U našem vremenu obilježenom dezinformacijom i polarizacijom, u kojem samo nekoliko centara moći kontrolira do sada neviđeno mnoštvo podataka i informacija, obraćam se vama jer sam svjestan koliko je – danas više negoli ikada prije – potreban vaš rad novinara i medijskih djelatnika. Potrebno je vaše hrabro zalaganje kako bi osobna i kolektivna odgovornost za bližnjega prispjela u središte komunikacije.

Razmišljajući o Jubileju koji slavimo ove godine kao vremenu milosti u ovako teškim vremenima, ovom porukom želim vas pozvati da budete prenositelji nade, nadahnjujući se u svojem radu i poslanju duhom evanđelja.

Razoružati komunikaciju

U naše vrijeme, prečesto, komunikacija ne budi nadu, nego strah i očaj, predrasude i ogorčenost, fanatizam pa čak i mržnju. Prečesto se tako njome pojednostavljuje stvarnost kako bi se izazvale instinktivne reakcije. Komunikacija koristi riječi kao oštricu mača; čak pribjegava lažnim ili namjerno iskrivljenim informacijama kako bi širila poruke čija je namjera uzburkati duhove, isprovocirati ili povrijediti. Već sam u više navrata istaknuo koliko je važno komunikaciju „razoružati“, osloboditi je oštrice agresivnosti. Svođenje stvarnosti na slogane nikad ne donosi dobre plodove. Svi vidimo kako – od televizijskih talk-showova do verbalnih ratova na društvenim mrežama – prijeti opasnost da prevlada paradigma natjecateljstva, suparništva, želje za dominacijom i posjedovanjem, manipulacije javnim mnijenjem.

Postoji još jedan zabrinjavajući fenomen koji bismo mogli nazvati „planskim raspršivanjem pozornosti“ posredstvom digitalnih sustava

koji, profilirajući nas prema logikama tržišta, mijenjaju našu percepciju stvarnosti. Događa se da se često nađemo u situaciji da smo bespomoćni svjedoci svojevrstne atomizacije interesa koja u konačnici potkopava same temelje zajednice, sposobnost zajedničkog rada za opće dobro, slušanja jedni drugih i razumijevanja motiva drugih. Tada se čini da je otkrivanje „neprijatelja“ na kojeg se trebamo verbalno obrušiti nešto prijeko potrebno za vlastito samopotvrđivanje. A kada se od drugoga stvori „neprijatelja“, kada mu se zamagli lice i dostojanstvo kako bi ga se izrugivalo i ismijavalo, tada je i sve manje razloga za nadu. Kao što nas je učio don Tonino Bello, svi konflikti „imaju svoje korijene u obezvredjivanju lica“¹. Ne smijemo se prepustiti toj logici.

Zaista nije lako nadati se. Georges Bernanos rekao je da „imaju nadu samo oni koji su imali hrabrosti razočarati se u iluzije i laži, u kojima su nalazili sigurnost koju su pogreškom smatrali nadom. (...) Nada je rizik koji se mora preuzeti, to je rizik nad rizicima“². Nada je skrivena vrlina, ustrajna je i strpljiva. Za kršćane, međutim, nada nije puka opcija, nego neophodan preduvjet. Kao što je papa Benedikt XVI. podsjetio u svojoj enciklici *Spe salvi*, nada nije pasivan optimizam nego, naprotiv, krepost *performativnog* karaktera koja može promijeniti život: „Onaj koji ima nadu, živi drukčije: dan mu je nov život“ (br. 2).

Dobrostvo obrazložiti nadu koja je u nama

U Prvoj Petrovoj poslanici (3,15-16) nalazimo prekrasnu sintezu u kojoj se nadu dovodi u vezu s kršćanskim svjedočenjem i prenošenjem kršćanske poruke: „*Gospodin – Krist neka vam bude svet*, u srcima vašim, te budite uvijek spremni na odgovor svakomu koji od vas zatraži obrazloženje nade koja je u vama, ali blago i s poštovanjem.“ Želim se zaustaviti nad trima porukama koje možemo izvući iz tih riječi.

¹ „La pace come ricerca del volto“, u *Omellie e scritti quaresimali*, Molfetta 1994., 317.

² Georges Bernanos, *La liberté, pour quoi faire?*, Pariz 1995., tal. prev. „A che serve questa libertà“, u: *Lo spirito europeo e il mondo delle macchine*, Milano 1972., 255-256.

„Gospodin – Krist neka vam bude svet“: nada kršćanâ ima lice, a to je lice uskrsloga Gospodina. Njegovo obećanje da će uvijek biti s nama po daru Duha Svetoga omogućuje nam nadati se protiv svake nade i vidjeti skrivene tragove dobra pa i kada se sve čini izgubljenim.

Druga poruka poziva nas da budemo spremni obrazložiti nadu koja je u nama. Zanimljivo je primijetiti da Apostol potiče da nadu obrazložimo „svakomu koji od vas zatraži“. Kršćani nisu prije svega oni koji govore o Bogu, već oni koji odražavaju ljepotu njegove ljubavi, doživljavanje svega na nov način. Ljubav, koju se živi, pobuđuje pitanje i traži odgovor: zašto živite tako? Zašto ste takvi?

Naposljetku, u očitovanju svetoga Petra nalazimo treću poruku: odgovor na ovo pitanje treba dati „blago i s poštovanjem“. Komunikacija kršćanâ – ali rekao bih i komunikacija općenito – treba biti protkana blagošću, blizinom: stilom suputnikâ, po uzoru na najvećeg Komunikatora svih vremena, Isusa iz Nazareta, koji je razgovarao s dvojicom učenika iz Emausa na putu te su gorjela njihova srca zbog načina na koji je, u svjetlu Svetoga pisma, tumačio događaje.

Sanjam zato komunikaciju koja nas može učiniti suputnicima mnoge naše braće i sestara, kako bi se u njima ponovno zapalio plamen nade u ovim turbulentnim vremenima. Sanjam komunikaciju koja zna govoriti srcu, ali koja ne izaziva strastvene reakcije zatvaranja i srdžbe, nego stavove otvorenosti i prijateljstva; koja je kadra usredotočiti se na ljepotu i nadu, pa i u naizgled bezizglednim situacijama; komunikaciju koja će pobuditi predanost, empatiju, zanimanje za druge, komunikaciju koja će nam pomoći „prepoznati dostojanstvo svake osobe i zajednički se brinuti za naš zajednički dom“ (enc. *Dilexit nos*, 217).

Sanjam komunikaciju koja ne prodaje iluzije ili strahove, nego je kadra dati razloge za nadu. Martin Luther King rekao je: „Ako mogu nekome pomoći na putu kojim prolazim, ako mogu razveseliti

nekoga riječju ili pjesmom... onda moj život neće biti uzaludan.“³ Da bismo to učinili, moramo ozdraviti od „bolesti“ protagonizma i autoreferencijalnosti, izbjеći opasnost da mrmljamo sebi u bradu. Dobar komunikator postiže to da oni koji slušaju, čitaju ili gledaju mogu sudjelovati, da se u to *užive* doživljavajući to kao nešto blisko, da mogu ponovno otkriti najbolji dio sebe i s tim stavovima postati dijelom ispričane priče. Takva komunikacija pomaže da postanemo *hodočasnici nade*, kako glasi geslo Jubileja.

Nadati se zajedno

Nada je uvijek projekt života zajednice. Razmislimo na trenutak o veličini poruke ove godine milosti: svi smo pozvani – uistinu svi! – krenuti ispočetka, dopustiti Bogu da nas podigne, dopustiti da nas zagrli i da nas obaspe milosrđem. U svemu tome isprepliću se osobna i zajednička dimenzija. Zajedno krećemo na put, hodočastimo s mnogom braćom i sestrama, zajedno prolazimo kroz Sveta vrata.

Jubilej ima mnoge društvene implikacije. Sjetimo se, primjerice, poruke milosrđa i nade za one koji žive u zatvoru ili poziva na blizinu i nježnost spram onih koji pate i potisnuti su na rub društva.

Jubilej nas podsjeća da će se mirotvorci „sinovima Božjim zvati“ (Mt 5,9). Tako nas otvara nadi i ukazuje na potrebu za pažljivom, dobrotivom, promišljenom komunikacijom, kadrom pokazati putove dijaloga. Stoga vas potičem da otkrijete i pripovijedate mnoge priče o dobroti skrivene između redaka svakodnevnih vijesti; da oponašate tragače za zlatom koji neumorno prebire u pijesku u potrazi za sićušnim grumenom. Lijepo je pronaći te sjemenke nade i upoznati s njima svoje bližnje. To će pomoći svijetu da bude malo manje gluh na vapaje najmanjih među nama, malo manje ravnodušan, malo manje zatvoren. Znajte uvijek pronaći iskre dobre koje nam omogućuju nadati se. Takva komunikacija može pomoći tkati zajedništvo, osjećati se manje usamljenima i ponovno otkriti važnost zajedničkog hoda.

³ Propovijed *The Drum Major Instinct*, 4. veljače 1968.

Ne zaboraviti na srce

Draga braćo i sestre, pred zadivljujućim dostignućima tehnike, potičem vas da se brinete za svoje srce, odnosno da njegujete svoj unutarnji život. Što to znači? Dat ću vam u vezi s tim nekoliko smjernica.

Morate biti blagi i nikad ne zaboravite lice druge osobe; govorite srcima žena i muškaraca prema kojima je vaše djelovanje usmjereno; radite svoj posao.

Ne prepuštajte se u komunikaciji instinktivnim reakcijama. Uvijek širite nadu, pa i kada je teško, pa i kada za to treba platiti kakvu cijenu, pa i kada se čini da ne donosi ploda.

Nastojte ostvarivati komunikaciju koja će znati izliječiti rane naše ljudskosti.

Dajte prostora povjerenju srca koje poput krhkoga, ali otpornoga, cvijeta ne vene u olujama života, nego cvjeta i raste na najne očekivanijim mjestima: u nadi majki koje se svaki dan mole da im se djeca vrate iz ratnih rovova; u nadi očeva koji migriraju usred bezbrojnih opasnosti i udaraca sudbine u potrazi za boljom budućnošću; u nadi djece koja se znaju igrati, smijati i vjerovati u život, pa i usred ratnih ruševina i na ulicama sirotinjskih četvrti.

Budite svjedoci i promicatelji komunikacije koja neće biti neprijateljska, koja će širiti kulturu brige, graditi mostove i probijati vidljive i nevidljive zidove našega vremena.

Pričajte priče prožete nadom, imajući na srcu našu zajedničku sudbinu i pišući zajedno priču naše zajedničke budućnosti.

Sve to možete i možemo činiti s Božjom milošću, koju nam Jubilej pomaže primiti u obilju. Molim za to i blagoslivljam svakoga od vas i vaš rad.

Rim, Sveti Ivan Lateranski, 24. siječnja 2025., na spomen svetoga Franje Saleškoga.

Franjo

Predložak homilije za Dan medija, 28. 9. 2025.

Svjetski dan sredstava društvenih komunikacija (ili Svjetski dan medija) Crkva obilježava svake godine još od 1967. godine. Tako je i ove godine, po 59. put. Na razini cijele Katoličke Crkve prigodom ovog dana papa redovito upućuje svoju poruku te je objavi 24. siječnja na spomendan sv. Franje Saleškog, zaštitnika novinara i komunikatora. Tako je učinio i blagopokojni papa Franjo. Obično se Svjetski dan sredstava društvenih komunikacija (ili Svjetski dan medija) slavi u drugu nedjelju u mjesecu svibnju, a naša BK BiH je odredila da se zbog brojnih liturgijskih slavlja u svibnju, kao što su krizme, prve pričesti, hodočašća i blagoslov polja, na području BiH taj dan obilježi zadnje nedjelje u mjesecu rujnu.

U današnjem svijetu nije moguće zamisliti život bez medija. Otkad ujutro otvorimo oči pa sve do poćinka veliki dio pažnje usmjeren je upravo na sredstva društvenog priopćavanja: internet, radio, TV, društvene mreže. Nažalost, posvećujemo im često više vremena nego svojoj obitelji ili prijateljima. Mediji određuju što se dogodilo a što nije, jer ono što nije objavljeno kao da se nije ni dogodilo. Utjeću na to što ćemo odjenuti, koji ćemo proizvod kupiti ali i za koga ćemo glasovati na izborima. U tome je i snaga medija jer svojim objavama uvelike utjeću na ljude koji onda na osnovu objava u medijima stvaraju svoje sudove o društvu i politici. Tu leži opasnost manipuliranja ljudima i njihovim mišljenjima. Današnji moderni čovjek postao je vizualno biće općinjeno slikom, gotovo hipnotiziran te bez kritičkog pristupa olako prihvaća objave u medijima. Svjesni njihove moći mnogi političari i velike svjetske korporacije nastoje staviti medije pod svoju kontrolu.

Glavna uloga medija trebala bi biti prijenos informacija, tj. da svoje primatelje informiraju i educiraju pa tek onda na koncu i da zabave. Čini se da se danas sve pretvorilo u zabavu, u svojevršni show i spektakl, pri čemu se izgubila informacija. Dok izvještavaju, mediji ne govore samo o činjenicama i informacijama, oni ih animiraju, pretvaraju u priče sa zapletima, stvaraju dramatične tragedije i emotivne saponice s neizvjesnim završetkom. Izvještavanje se

pretvorilo u zabavu kako bi bilo zanimljivo, a time privlačno za ljude. Zato je velika većina naslova u medijima šokantna. Time privlače publiku, a s druge strane to znači i više zarade i utjecaja na ljude i javno mnijenje.

Važno je znati da mediji sami po sebi nisu problem. Svaki medij je dobar ako je u rukama onih koji ih žele iskoristiti za promicanje temeljnih ljudskih vrednota, a medijski djelatnici trebaju hrabro koristiti od Boga im darovane talente. Mediji su darovi Božji, kako kažu crkveni dokumenti. Mediji nam otvaraju nove vidike jer možemo saznati puno informacija. Naravno da ne možemo utjecati na one ljude koji objavljuju informacije. Ali možemo mijenjati sebe, možemo sami birati sadržaje koje ćemo gledati, čitati ili slušati. Ne treba slijepo vjerovati svemu što vidimo i čujemo. Medijima treba pristupiti kritički i odgovorno. S druge strane, i oni koji objavljuju informacije moraju slobodno, kritički i odgovorno prenositi informacije, s ciljem da ljude objektivno informiraju i educiraju.

Medije treba koristiti, ne bježati od njih. O medijima trebamo diskutirati, moramo ih poznavati, razumjeti, pravilno primjenjivati, ali i tumačiti, te se medijski opismeniti. Da su mediji u današnjem obliku postojali u vrijeme Isusa Krista dok je hodio ovom zemljom, sigurno bi svojim apostolima rekao da iskoriste i moć medija da se proširi Radosna vijest – Evanđelje. Mediji moraju biti uvijek u službi čovjeka. Zato je tema ovogodišnje papine poruke za Dan medija ova: „Podijelite s blagošću nadu koja je u vašim srcima“ (usp. 1 Pt 3,15-16).

„U vremenu obilježenom dezinformacijama i polarizacijom, u kojem nekoliko centara moći kontrolira dosad nezabilježenu masu podataka i informacija“, papa se na početku svoje poruke obraća novinarima i medijskim djelatnicima: „Potrebno je vaše hrabro zalaganje kako bi se osobna i kolektivna odgovornost za bližnjega stavila u središte komunikacije“, pozivajući ih da budu prenositelji nade, počevši od obnove svog rada i poslanja u skladu s duhom Evanđelja.

Papa potom poziva da se komunikaciju „razoruža“. „Danas prečesto komunikacija ne rađa nadu, već strah i očaj, predrasude i ogorčenost,

fanatizam pa čak i mržnju. Ona se služi riječima kao oštricom mača; čak koristi lažne ili namjerno iskrivljene informacije za širenje poruka čija je namjera uzburkati duhove, isprovocirati ili povrijediti“ upozorava papa ističući kako je važno komunikaciju „osloboditi“ agresivnosti.

U drugom dijelu poruke papa najveći prostor posvećuje kreposti nade. Kršćanska nada ima lice, lice uskrsloga Gospodina. Njegovo obećanje da će uvijek biti s nama po daru Duha Svetoga omogućuje nam nadati se protiv svake nade i vidjeti skrivene djeliće dobra čak i kad se sve čini izgubljenim. Zato papa potiče vjernike da u ovim teškim vremenima ponovno bude nadu među svojom braćom i sestrama. Poziva nas da se služimo komunikacijom koja umije govoriti srcu, pobuditi ne emocionalne reakcije zatvaranja i ljutnje, nego stavove otvorenosti i prijateljstva, komunikacijom u čijem će središtu biti ljepota i nada, pa i u naizgled najbezizlaznijim situacijama, komunikacijom koja će pobuditi predanost, oduševljenje, zanimanje za druge.

Upravo je međusobna odgovornost i zanimanje za druge tema današnjih misnih čitanja na 26. nedjelju kroz godinu. U prvom čitanju prorok Amos (Am 6, 1a.4-7) upućuje žestoku kritiku vladajućim strukturama i vođama u narodu i proriče im propast u vidu progonstva. A koji je razlog kritike i buduće propasti? Kako kaže prorok, oni prave sebi velike kuće i vile, prave namještaj od skupocjene bjelokosti, hrane se najboljom hranom, piju najizvrsnija vina, mažu najskupocjenijim uljima i, što je najgore, oni uopće ne mare za narod i njegovu sudbinu, bez obzira što od toga naroda žive, i to dobro i raskošno žive. Imaju nepravedno stečeno bogatstvo, a potpuno su bezosjećajni za nevolje i bijedu ljudi, od kojih je sve to na nepravedan način uzeto.

U drugom čitanju (1Tim 6, 11-16) apostol Pavao potiče i ohrabruje Timoteja, voditelja jedne kršćanske zajednice, da se osobno ponaša po darovima Duha Svetoga kojeg je primio, te da dalje prenosi Duh i vjeru na članove svoje zajednice prije svega svojim lijepim ponašanjem i odnosom prema drugima.

Naposljetku, evanđeoska prispodoba o bogatašu i siromašnom Lazaru (Lk 16, 19-31) ima za temu upravo loš odnos koji ljudi uspostavljaju prema zemaljskim dobrima do te mjere da to uvjetuje njihov stav prema braći ljudima. Vidljivo je to u liku bogataša koji je potpuno obuzet svojim slatkim i lagodnim životom, te oko sebe ne primjećuje ništa drugo, niti ima komunikacije s drugim. Za njega Isus kaže da se „odijevao u grimiz i tanani lan i danomice se sjajno gostio“. Takav način života uzrokovao je da ne vidi pored sebe ništa drugo i nikog drugog nego vlastite užitke, te stoga nema ni osjećaja ni sućuti za potrebe onih koji su bili čak pred njegovim vratima. Bili su mu nadomak ruke, ali on nije mario pružiti svoju ruku i pomoći čovjeku koji se patio u bolesti i neimaštini u njegovoj blizini.

Prispodoba ne vrednuje bogataša u nekom moralnom pogledu, kao ni siromaha. Prispodoba ne govori o Lazarovoj dobroti i bogataševoj zloći, nego ističe da bogatašu nedostaje empatije, solidarnosti i osjećaja za drugoga čovjeka, za čovjeka u nevolji, te da je Bog onaj koji tim odbačenim ljudima pomaže, a što se ostvarilo i u Lazarovu imenu koje znači na hebrejskom Bog pomaže ili Bog spašava. Biti bogat ne znači za Isusa biti unaprijed osuđen i biti siromašan ne znači automatski biti spašen. Ovom prispodobom Isus nas potiče da shvatimo vlastitu odgovornost jednih za druge, jer svi ljudi imaju neotuđivo dostojanstvo koje trebamo imati u vidu. Otvoriti nam je oči za braću i sestre pored sebe, to jest ne dopustiti da nam želja za zemaljskim nasladama zatvori oči da postanemo duhovni slijepci. Istinski, Božji čovjek kako kaže sv. Pavao, treba imati osjećaj i empatiju za drugoga čovjeka i to ga doista čini sretnim i čovječnim. Čak nešto još više i uzvišenije – to ga čini sličnim Bogu.

(Predložak homilije napisao je fra Danijel Nikolić)

Molitva vjernika

Braćo i sestre, uputimo svoje molitve svemogućemu Bogu, počelu svega stvorenoga koji nas je stvorio na svoju sliku i priliku, i prvi nam se obratio u svojoj istini i ljubavi pozivajući nas da budemo njegovi svjedoci u ovome svijetu.

Recimo zajedno: ***Gospodine, usliši nas!***

1. Gospodine, za sve pastire Crkve: za papu Lava, biskupe, svećenike, da potpomognuti Tvojom milošću i oboružani snagom Duha Svetoga budu vjerni svjedoci i navjestitelji Tvojega evanđelja, molimo te!

2. Gospodine, za sve nas ovdje okupljene da u ovom promjenjivom i digitalnom svijetu, ostanemo vjerni Tebi i tvojoj Crkvi svjedočeći da si Ti jedini Spasitelj, molimo Te.

3. Gospodine, za sve odgovorene u civilnom društvu da sredstva društvenih komunikacija koriste za promicanje istine i dobra čovjeka izbjegavajući vlastiti probitak i promidžbu, molimo Te.

4. Gospodine, daj jakosti djelatnicima u javnim medijima da u stvaranju javnog mnijenja ne podliježu pritiscima raznih političkih i interesnih skupina, nego da pred očima uvijek imaju istinu i dobro onih kojima bi trebali služiti, molimo Te.

5. Gospodine, za one koji kreiraju društvene mreže, da ih kreiraju tako da budu za izgradnju čovjeka dostojna slike i prilike Božje, a ne protiv njega, molim Te.

6. Gospodine, za sve one koji se koriste društvenim mrežama i javnim medijima, osobito za naše mlade da u njima traže prikladnu pomoć kako bi se u njima sve više očitovala tvoja slika, molimo Te.

7. Gospodine, za sve pokojne navjestitelje evanđelja, za sve pokojne djelatnike u javnim medijima, da ih primiš u svoje nebesko kraljevstvo, molimo Te.

Gospodine, primi i usliši naše molitve i daruj nam milost da sve ono što iznosimo u javni prostor, bilo svjedočeći životom ili govoreći riječima bude na veću slavu Tvoju. To te molimo po Kristu Gospodinu našem.

(Predložak Molitve vjernika napisao je don Milenko Krešić)

„Etika u obavijesnim sredstvima“ – 25 godina poslije

Papinsko vijeće za društvena obavijesna sredstva u lipnju 2000. godine izdalo je dokument „Etika u obavijesnim sredstvima“. Na polju obavijesnih sredstava zbile su se kroz proteklih 25 godina velike promjene. Podsjetimo, 2000. godine svijet interneta je bio u začecima, malo je ljudi koristilo e-mail, među tražilicama je tek u povoju bio danas sveprisutni Google, društvene mreže bile su nepoznanica (točnije bile su tek na svojim počecima danas već skoro zaboravljeni Sixdegrees i Makeoutclub), a nitko se nije previše zamario ni zakonskom regulativom na tom području... Utjecaj televizije među medijima je bio najjači, a tiskano novinarstvo još se nije bilo suočilo s krizom koja će uslijediti upravo u prvom desetljeću trećeg tisućljeća. To je vrijeme kada se tek počinju značajnije koristiti mobiteli koji bi za većinu današnjih korisnika sličili na „muzejske eksponate“.

Netko bi se možda u prvi tren upitao može li se, nakon svega navedenoga, uopće dokument „Etika u obavijesnim sredstvima“ danas smatrati relevantnim? Kada ga pažljivo pročitate jasno se uočava da se taj dokument oslanja na brojne prethodne dokumente koje je Katolička Crkva izdala u ranijim desetljećima i da pronicavo nagovještava neke od izazova s kojima će se obavijesna sredstva, ali i njihovi korisnici - među njima i katolici, suočiti u budućnosti. Jednostavno rečeno - katolički pogled na etiku ostao je nepromijenjen. Naravno, njegovi urednici nisu još ni približno mogli zamisliti kakve će promjene nastupiti na tom polju u iduća dva i pol desetljeća.

Sami biramo

„Način kojim se ljudi služe obavijesnim sredstvima može proizvesti pozitivne i negativne učinke. Premda se često kaže, a mi ćemo to također često ovdje ponoviti, da društvena obavijesna sredstva 'vedre i oblače', ona ipak nisu slijepe prirodne sile koje izmiču ljudskom nadzoru. I premda komunikacije često imaju nepredvidive posljedice, ljudi sami odabiru hoće li koristiti društvena obavijesna sredstva u dobru ili lošu svrhu, na dobar ili loš način. Ovi se izbori, temeljni za

etičko pitanje, ne odnose samo na one koji priopćenja primaju gledatelje, slušatelje, čitatelje nego i na one koji nadziru društvena obavijesna sredstva i utvrđuju njihovo ustrojstvo, njihove politike i njihov sadržaj“, poručuje ovaj dokument u svom uvodu.

Također se ističe da je pristup Crkve društvenim obavijesnim sredstvima temeljno pozitivan i ohrabrujući. „Ona jednostavno ne sudi i ne osuđuje, štoviše, ona smatra ta sredstva ne samo proizvodima ljudskoga genija, nego također velikim Božjim darovima i pravim znacima vremena.“

„U razmišljanju o društvenim obavijesnim sredstvima moramo se pošteno sučeliti s 'najbitnijim' pitanjem proizašlim iz tehnološkog napretka; postaje li čovjek u sklopu tog napretka zaista bolji, to znači: duhovno zreliji, svjesniji dostojanstva svoje ljudske naravi, odgovorniji, otvoreniji prema drugima, osobito prema onima koji su slabiji i potrebniji pomoći, postaje li otvoreniji svima pružiti i donositi pomoć? (usp. Ivan Pavao II., *Redemptor hominis*, 15).“

U dokumentu „Etika u obavijesnim sredstvima“ posebno se skreće pozornost na Drugi vatikanski sabor i pastoralnu konstituciju o Crkvi u suvremenom svijetu, „*Gaudium et Spes*“ te pastoralni naputak o društvenim obavijesnim sredstvima „*Communio et progressio*“ koji tumače da su ta sredstva pozvana služiti ljudskom dostojanstvu pomažući ljudima dobro živjeti i djelovati u društvu. U dokumentu se ističe da on ne želi pružati ništa osim uvida u neke ekonomske, političke, uljudbene, odgojne i vjerske dobrobiti. Potom slijedi dio dokumenta u kojima se iznose činjenice koje govore o društvenim obavijesnim sredstvima u službi ljudske osobe te dio teksta o tome čime ta ista obavijesna sredstva krše dobro ljudske osobe.

Sve se sažima u rečenici koja se više puta ponavlja u samom dokumentu: „Ukratko, društvena obavijesna sredstva mogu se koristiti za dobro ili zlo, to je pitanje izbora.“

U nastavku se ističe da etička načela i norme koje važe na drugim područjima vrijede i za područje društvenih obavijesnih sredstava. „Načela društvene etike, poput solidarnosti, pravednosti, supsidijarnosti, jednakosti i odgovornosti u korištenju javnih izvora i

u razvoju zadaća koje se temelje na povjerenju ljudi, trebaju se uvijek držati na pameti. Priopćavanje mora uvijek biti u skladu s istinom, jer istina je bitna za osobnu slobodu i za pravo međusobno zajedništvo... Priopćavanja bi trebali raditi ljudi u korist cjelokupnog razvoja drugih ljudi.“

Važno je napomenuti da dokument naglašava da se odluke o sadržajima i usmjerenjima medija ne bi smjele prepustiti samo tržištu i ekonomskim čimbenicima, ili stjecanju dobiti. Također se ističe da društvena obavijesna sredstva moraju ostati „areopag“ (Redemptor missio, 37) forum za izmjenu ideja i informacija, ujedinjujući pojedince i skupine, promičući solidarnost i mir. Dobro se naslućuje da „internet naročito potiče određenu zabrinutost oko 'radikalno novih posljedica koje donosi: gubitak prave vrijednosti sredstava informiranja, nediferenciranu jednoličnost u porukama koje su tako svedene na puku informaciju, nedostatak odgovornog osvrtnja i određeno obeshrabrenje u međuosobnim odnosima' (Prema pastoralnom pristupu kulturi, 9).“

„Isus je uzor i primjer našeg ophođenja“

Dokument naglašava da etičke obveze imaju i korisnici. „Prva je dužnost korisnika društvenih obavijesnih sredstava razlikovanje i odabir. Oni se trebaju informirati o medijima, njihovim ustrojstvima, načinima djelovanja i sadržajima, te načiniti izbor prema zdravim moralnim načelima o tome što će čitati ili gledati ili slušati. Danas je svima potreban određen oblik trajnog odgoja za medije, bilo osobnim učenjem ili sudjelovanjem u organiziranom programu ili i jedno i drugo... Po svojim školama i odgojnim programima Crkva bi morala pružati takvu izobrazbu na području medija...“

U zaključku dokumenta „Etika u obavijesnim sredstvima“ iz 2000. godine konstatira se da čovječanstvo, približavajući se trećem tisućljeću kršćanske ere, stvara globalnu mrežu za trenutačno prenošenje informacija, ideja i procjena u nauci, trgovini, odgoju, zabavi, politici, umjetnosti, religiji i na svakom drugom području. Dodaje se da su tu mrežu već izravno prihvatile mnoge osobe u svojim domovima, školama i na radnim mjestima, ili gdje god se

mogu naći. „Naravno je pratiti događaje na drugom dijelu svijeta, od onih športskih do ratnih, u stvarno vrijeme događanja. Moguće je izravno se uključiti u brojne događaje koji su donedavno bili izvan dosega mnogih znanstvenika i studenata. Čovjek može dostići vrhunce genija i ljudskih kreposti ili se strovaliti u ponore gubljenja dostojanstva, jednostavno sjedeći sam pred 'ekranom' i tipkovnicom.

Tehnologija društvenih obavijesnih sredstava dostiže uvijek nove ciljeve, s golemom mogućnošću za dobro i za zlo. Povećavanjem međudjelatnosti, razlika između izvjestitelja i korisnika iščezava. Zbog toga je potrebno trajno istraživanje učinaka i osobito etičkih posljedica nadolazećih društvenih obavijesnih sredstava.

Ipak, unatoč njihovoj golemoj moći, društvena obavijesna sredstva jesu i ostat će samo sredstva, ili oruđe koje se može koristiti za dobro ili za zlo. Na nama je da izaberemo. Društvena obavijesna sredstva ne zahtijevaju novu etiku nego primjenu ustaljenih načela u novim okolnostima.

No najvažnije je naglasiti ono što dokument ističe na samom kraju. Za kršćanina, katolika, kreatora ili korisnika društvenih obavijesnih sredstava, tu je srž svega. „Isus je uzor i primjer našeg ophođenja. Za one koji rade na području društvenih obavijesnih sredstava, bilo kao oni koji donose odluke bilo kao stručnjaci ili korisnici medija, zaključak je jasan: 'Zato odložite laž i govorite istinu jedan drugomu, jer udovi smo jedni drugima... Nikakva nevaljala riječ neka ne izlazi iz vaših usta, nego samo dobra, da prema potrebi saziđuje' (Ef 4,25.29). Služenje ljudskoj osobi, izgrađujući ljudsku zajednicu utemeljenu na solidarnosti, na pravednosti i na ljubavi te širenje istine o ljudskom životu i njegovu konačnom ispunjenju u Bogu bili su, jesu i ostat će srž etike društvenih obavijesnih sredstava.“

Dokument „Etika u obavijesnim sredstvima“ i nakon 25 godina itekako ima što poručiti svojim čitateljima. Napredak tehnologije na polju obavijesnih sredstava možemo koristiti i za dobro i za zlo. Posebno je važno da korisnici jasno razlučuju o tome što nude društvena obavijesna sredstva, odnosno o vrijednostima koje zastupaju. Obrazovanje vjernika i svećenika na tom polju mora biti

stalni zadatak Crkve. Dokument nas podstiče i da promislimo koliko su nova obavijesna sredstva potaknula da budemo bolji ili gori ljudi. Društvena obavijesna sredstva ne zahtijevaju novu etiku nego primjenu ustaljenih načela u novim okolnostima...

Možda je najveća „slabost“ dokumenta, kao i većine sličnih, da takvi „smjerokazi“ najčešće ostanu tema promišljanja uskog kruga ljudi, a teže se probijaju do šireg kruga vjernika. No da je moguće očekivati i novi osvrt s tom tematikom, posebice, s porastom uporabe društvenih mreža i snažnim razvojem tehnike, zaključka je koji se sam nameće, a potkrepljuju ga i sljedeći podaci.

Internet i društvene mreže danas

Detaljna analiza tvrtke Kepios pokazuje da je početkom srpnja 2025. diljem svijeta bilo 5,41 milijardu korisnika društvenih mreža, što je jednako 65,7 posto ukupne svjetske populacije. Broj korisnika društvenih medija nastavio je rasti i u posljednjih 12 mjeseci, s 241 milijunom novih korisnika. To je jednako godišnjem rastu od 4,7 posto, uz prosječnu stopu od 7,6 novih korisnika svake sekunde.

Najnovije brojke pokazuju da 95,7 posto svjetskih korisnika interneta, bez obzira na dob, sada koristi društvene medije svaki mjesec. Ti podaci sugeriraju da je broj „odraslih“ korisnika društvenih mreža diljem svijeta (tj. onih u dobi od 18 i više godina) sada jednak 88,9 posto svih odraslih u toj dobnoj skupini. Tipični korisnik interneta provede više od 1 punog dana svaki tjedan koristeći društvene mreže. I zajedno, svijet provede 14 i pol milijarde sati konzumirajući sadržaj na društvenim platformama svaki dan, što je ekvivalent gotovo 1,7 milijuna godina ljudskog postojanja.

I očito je da će te brojke i dalje rasti... Na sve povezano s tim novim digitalnim svijetom, gdje internet i društvene mreže umnogome utječu na život suvremenog čovjeka, ali i tehnološkim iskoracima koji se tek naziru, a tiču se etičkih i moralnih pitanja, Crkva će morati ponoviti svoj jasan stav već iznesen u brojnim dokumentima od Drugog vatikanskog sabora, pa sve do danas. Ne zaboravimo: Repetitio est mater studiorum – „Ponavljjanje je majka znanja.“

Priredio: Brane Vrbić

Citati iz apostolskog pisma Ivana Pavla II. *Brzi razvoj upućenoga* 24. siječnja 2005. „odgovornima za sredstva društvenih komunikacija“

„Crkva, doista, nije samo pozvana koristiti se medijima kako bi branila evanđelje nego, posebice u današnje doba, kako bi uklopila poruku spasenja u 'novu kulturu' što je moćna sredstva komunikacije stvaraju i osnažuju“ br. 2

„...u enciklici *Redemptoris missio* htio sam podcrtati da je prvi *areopag* modernoga doba upravo svijet komunikacija, sposoban ujediniti čovječanstvo, čineći od njega – kako se običava reći – 'globalno selo“ br. 3

„S ciljem analiziranja procesa i vrijednosti društvene komunikacije očima vjere, može bez sumnje biti od pomoći dublje proučavanje Svetoga pisma, koje je 'veliki kodeks' komuniciranja poruke koja nije površna ni prolazna, nego bitna po svojoj spasenjskoj vrijednosti“ br. 4

„Zahvaljujemo Bogu zbog postojanja tih moćnih sredstava koja, ako se vjernici njima koriste u duhu vjere i poučljivosti svjetlu Duha Svetoga, mogu pridonijeti lakšem širenju evanđelja i stvaranju učinkovitijih spona zajedništva među crkvenim zajednicama“ br. 6

„Današnji fenomen društvenih komunikacija potiče Crkvu na neku vrstu pastoralnoga i kulturalnoga preispitivanja, kako bi se bila u stanju na odgovarajući način suočiti s povijesnim promjenama u kojima živimo“ br. 8

„No uz internet se valja koristiti i ostalim novim medijima te ponovno prosuditi moguću vrijednost tradicionalnih sredstava. Dnevne i tjedne novine, izdanja različite naravi, katolička televizija i radio ostaju i nadalje korisni u punoj panorami crkvene komunikacije“ br. 9

„...sredstva društvenih komunikacija predstavljaju baštinu koju valja čuvati i promicati. Neophodno je da i društvene komunikacije uđu u okvir cjelovito strukturiranih prava i dužnosti sa stajališta kako etičke formacije i odgovornosti tako i u odnosu na zakone i institucijske nadležnosti“ br. 10

„Nameće se ovdje nekoliko važnih zadataka... Na prvom je mjestu potrebno široko *formativno djelovanje* kako bi se upoznalo medije, te bi se njima savjesno i prikladno koristilo. Novi načini izražavanja, koje su oni uveli, preoblikuju procese razumijevanja i kvalitetu ljudskih odnosa, zbog čega se, bez odgovarajuće formacije, dolazi u opasnost da, umjesto u službi osobe, oni osobu počnu teško instrumentalizirati i uvjetovati... Na drugom bih mjestu htio privući pozornost na dostupnost medija, kao i na suodgovorno sudjelovanje u njihovu upravljanju... Na kraju, ne smiju se zaboraviti velike mogućnosti što ih mediji imaju u promicanju dijaloga, postajući tako sredstva međusobnoga poznavanja, solidarnosti i mira“ br. 11

„Kako komunikacija unutar crkvene zajednice, tako i ona Crkve i svijeta, traže transparentnost i novi način hvatanja u koštac s pitanjima vezanim uz svijet medija. Takva komunikacija mora ići prema konstruktivnom dijalogu u cilju promicanja ispravno informiranoga javnoga mnijenja unutar crkvene zajednice, kako bi ona bila sposobna za prosuđivanje“ br. 12

„Suvremene tehnologije dojmljivo povećavaju brzinu, količinu i doseg komunikacije, ali ne daju prednost onoj krhkoj razmjeni između uma i uma, srca i srca, koja mora biti značajkom svake komunikacije u službi solidarnosti i ljubavi“ br. 13

„Djelatnicima u komunikacijama, a osobito vjernicima koji rade u tom važnom području društva, namjenjujem poziv što sam ga još na početku svoje službe pastira sveopće Crkve uputio čitavom svijetu: 'Ne bojte se!'. Ne bojte se novih tehnologija! I one su među 'čudesnim stvarima' – '*inter mirifica*' – što nam ih je Bog dao na raspolaganje... Ne bojte se protivštine svijeta! Isus nam jamči: 'Ja sam pobijedio svijet!' (Iv 16, 33). Ne bojte se ni svoje slabosti ni nedostatnosti! Božanski je Učitelj rekao: 'Ja sam s vama u sve dane, do svršetka svijeta' (Mt 28,20)“ br. 14

„Komunicirajte poruku nade, milosti i ljubavi Kristove, održavajući uvijek živom, u ovom prolaznom svijetu, vječnu budućnost Neba, budućnost što je nikakvo sredstvo komunikacije nikada neće moći izravno dostići“ br. 14

Priredio: Josip Vajdner



Biskupska konferencija Bosne i Hercegovine

www.ktabkbih.net