16/06/2023

# Răzvan Bucuroiu: Basilica.ro pe rețelele de socializare. Vechile adevăruri pe noile media

Image not found or type unknown

La aniversarea a 15 ani de la publicarea primei știri Basilica.ro, jurnalistul Răzvan Bucuroiu scrie despre activitatea agenției pe rețelele de socializare.

În editorialul său, jurnalistul concluzionează că „prezența și prestanța Basilica.ro reprezintă o lecție și o pildă pe care Biserica, în calitate de comunicator al Adevărului, o arată tuturor comunităților creștine, invitând la dialog senin, la bunăstare sufletească, la dorința de a face cunoscut binele în lume”.

Basilica.ro pe rețelele de socializare. Vechile adevăruri pe noile media
A ști nu este totuna cu a cunoaște, iată un adevăr vechi de când lumea. Informația în sine reprezintă un palier, esențial de altminteri, care poate conduce spre cunoașterea adevărată care este tocmai legătura profundă, analitică între informațiile/cunoștințele de diferite feluri.

Dar a ști, a fi informat a devenit deja marca modernității noastre. Am ajuns să trăim într-o infosferă, într-un înveliș informațional care ne accelerează zilnic sinapsele, dar și pulsul cardiac. E drept, cantitatea uriașă din fluxul de știri este asemenea unui tsunami, însă stă în puterea noastră, pe baza discernământului propriu, să selectăm atât cât avem nevoie, să consumăm atât cât ne face bine. Info-bulimia nu duce decât la dependență și la dezechilibre emoționale. Iar în ceea ce privește discernământul, acesta provine din două surse: credința și educația.

Așadar, odată ce am dobândit criteriile pentru a putea naviga printre recifele fluxurilor de informații, pe diferite canale și medii, putem stabili o ierarhie a priorităților, a lucrurilor cu adevărat folositoare și care nu ne creează tulburări emoționale constante, în genul „știrilor de la ora 5”. Și în această listă folositoare, care zidește un conținut sufletesc bun și un intelect curățit de zgura senzaționalului, aflăm agenția Basilica a Patriarhiei Române. Caz cvasi-singular de presă „sănătoasă”, optând dintru început pentru știrile care îmbunătățesc stare de spirit a cititorului, agenția s-a impus în peisajul mediilor românești ca fiind una curată în intenții, deschisă adevărului societal – nu numai celui religios. De aceea, numărul mare de cititori (abonați, urmăritori etc) se explică tocmai prin calitatea

știrilor, prin selecția și gestionarea lor corectă în acord cu deontologia și cu normele civilizației democratice.

Noile medii prin care se comunică mesajele au un impact uriaș. Pratic, aproape tot pământeanul are astăzi o identitate digitală. Fie pe rețelele de socializare, fie pe canalele YouTube, pe bloguri sau vloguri, pe TikTok sau pe alte noi platforme, oamenii sunt prezenți, cu miliardele. Numai în România peste 9 milioane de persoane au conturi în social media. Așadar, există o viață digitală extrem de intensă, care generează un timp enorm al prezenței în fața ecranelor. Ar fi fost ceva de neînțeles ca Biserica să absenteze din acest spațiu al informației și al dialogului care poate fi totodată și arenă de dezbateri dar și câmp misionar activ. 9 milioane de români adunați într-un singur loc nu e puțin lucru, dimpotrivă! Este o șansă unică de a încerca să-i atingi cu un mesaj, ceea ce agenția Basilica are tot timpul în vedere. De aceea, văd în această agenție de știri chiar vârful de lance al unui mesaj care are conținut religios, ambalat în formele și rigorile comunicării moderne.

Și aici trebuie spus că este meritul incontestabil al Patriarhului Daniel de a fi avut viziunea comunicării moderne atunci când, cu 15 ani în urmă, în cadrul Centrului de Presă Basilica a înființat această agenție a Bisericii. Mă gândeam la un omolog al său din alte vremuri, la Întâistătătorul Bisericii din Transilvania, mitropolitul Andrei Șaguna care a înființat Telegraful Român, organ de presă care dăinuie și astăzi, și care a purtat un nume foarte curajos – telegraful fiind, în acele vremuri (1853), cea mai avansată formă de comunicare. Asociindu-l chiar în denumire cu un organ de presă al Bisericii, Sfântul Andrei Șaguna a vrut să arate explicit legătura între tradiție și modernitate, dar și faptul că noile medii de comunicare nu încurcă Biserica ci dimpotrivă, o ajută în misiunea ei! Imaginați-vă în prezent un canal media denumit TikTokul ortodox, Ortho-Instagram, Holly(Face)Book etc. Glumeam, desigur, însă curajul bine temperat (de natura misiunii proprii) de a fi prezent acolo unde lumea este prezentă, trebuie asumat. Și trebuie asumat așa cum se cuvine: fără demagogie, sclifoseală sau fonfăială vetustă. Trebuie să vorbim pe limba omului de azi, o limbă pe care el o poate înțelege. Cincizecimea asta a fost: traducerea simultană din toate limbile pământului sau, mai mult, depășirea barierei lingvistice, adică a diferitelor identități.

Din toate aceste motive precum și din multe altele, salut prezența și prestanța media a agenției Basilica a Patriarhiei Române. Este o lecție și o pildă pe care Biserica, în calitate de comunicator al Adevărului o arată tuturor comunităților creștine, invitând la dialog senin, la bunăstare sufletească, la dorința de a face cunoscut binele în lume.

Foto credit: Ziarul Lumina

basilica.ro