

Самир Љајић

Универзитет у Нишу, докторанд Филозофског факултета, Ниш

e-mail: ljajics@gmail.com

Милан Дојчиновић

Универзитет у Нишу, докторанд Филозофског факултета, Ниш

e-mail: milan.dojchinovic@gmail.com

ОРГАНИЗАЦИОНА КУЛТУРА НОВИХ МЕДИЈА У ФУНКЦИЈИ ЈАЧАЊА МЕЂУРЕЛИГИЈСКОГ ДИЈАЛОГА

Апстракт: Предметним радом аутори проматрају значај медија у неговању интеррелигијског дијалога, као и утицај организационе културе нових медија у афирмисању интеррелигијског дијалога. Будући да је савремено друштво, и да су ставови савременог човека, умногоме изграђени на основу медијске културе и медијске контекстуализације догађаја, од нарочите је важности размотрити улогу медија у очувању и служби промовисања интеррелигијског дијалога. У фокусу рада су нови медији као канали комуникације, посредници у реализацији и очувању међурелигијског дијалога.

Кључне речи: организациона култура, нови медији, међурелигијски дијалог, медијска култура, интернет комуникација

Уводна разматрања

Одређујући етимолошки речи медиј (лат. *medium, medius* – средина, средишњи пут, посредник), религија (лат. *religio, religare* – повезати се) и дијалог (грч. *dialogos* – разговор у двоје, грч. *dialegomai* – разабирати, разговарати се) уочава се нит која спаја све три речи. У средишту медија, религије и дијалога налази се повезивање људи, разговор кроз поштовање саговорника или верника, нит која спаја људе у разумевању, комуникацији и поштовању њихових разлика, разнородности, врлина и мана. Дијалогом се решавају несугласице, дијалогом се превазилазе комуникационе баријере. Дијалогом се решавају сукоби. „Док разговарају, људи су изван сваког зла: насиље је порицање сваке вредности човеку! Дијалог изводи из света насиља и уводи у свет слободе“¹.

Онда када људи престану да разговарају, престају и да се договарају. Онде где речи преточене у дијалог престају, ту свет насиља и манипулације почиње. Овакав свет се рађа из рђавих људи, из неетичних медија. Из неетичних медија настају медијске инсинуације и друштвена стигматизација. Из неетичних медија расизам букти, а мржња према људима друге вере подмукло тиња. У мржњи и медијској манипулацији, дијалог се своди на свађу која рађа неслогу. Манипулативна својства медија и тенденциозне медијске слике потпомажу разједињење и укидају човечност. Свет у коме царују неетични медији и рђав морал деконструира Реч.

1 Шушњић 2008, 20.

Потреба за успостављањем међурелигијског дијалога расте с обзиром на културну и религијску плурализацију друштва, најпре Западних земаља, али све више и земаља Трећег света. Савремена друштва су све повезанија и „светоназорски“² све хомогенија. Овај парадокс хомогено-хетерогеног друштва проистиче из чињенице да у свету мултикултурализма све више „различитих“ људи, у свакодневной интеракцији посредством мас-медија, поприма глобални карактер и уједначаје ставове који се манифестују кроз поп-културу и потрошачки конзумеризам. Иако је о теми међурелигијског дијалога било увелико разматрано у досадашњој научној пракси кроз призму теологије, антропологије и социологије религије, о овој тематици је мало разматрано са комуниколошког и медиолошког аспекта, а још мање писано у научној литератури.

Појмовно-категоријално одређење организационе културе и нових медија

Комуникациони процес је перманентан - подразумева емисију и пријем информација, а уз вербалну и невербалну компоненту процеса, за основни циљ има размену мисли и идеја посредством размене порука. Да би овај циљ био остварен, нужно је и превазилажење комуникационих баријера и свих евентуалних сметњи, односно препрека и застоја у комуникацијском процесу.

Организационом културом нових медија, предметним радом, подразумевана је категорија организационе културе запослених у дигиталним медијима који су засновани на веб 2.0 стандарду³. Веб 2.0 представља базу на којој су изграђене друштвене мреже и савремени медијски веб портали. Организациона култура у предметном домену веома је сложен систем вредности, схватања, уверења, етике, животних стилова, посебности и карактера запослених у дигиталној медијској организацији. Видљиви ниво организационе културе састоји се од јасних форми које је могуће научно посматрати. На пример: језик, примена симбола, обреда, обичаја, многобројних метода решавања проблема, употреба алата или технологије, и томе слично.

„Организациону културу можемо дефинисати као: систем претпоставки, веровања, вредности и норми понашања које су чланови једне организације развили и усвојили кроз заједничко искуство, који су манифестовани кроз симболе и који усмеравају њихово мишљење и понашање“⁴.

Други, мање видљиви ниво организационе културе, чине организационе вредности, такозване „подупирујуће вредности“, у које су укључени стратегија, циљеви и филозофија управљања.

„Управљање односима према запосленима може се сагледати из неколико различитих перспектива. Неки га посматрају као решавање конфликта у организацији, односно решавање неминовних сукоба економских интереса између послодавца и запосленог. Други наглашавају начин вођења фирме и формална конститутивна питања, којима се одређује надокнада и услови, политика рада и расподела моћи у оквиру

2 Свјетоназор (ијек.) или светоназор (ек.). Етимолошки од немачке речи *Weltanschauung* - у значењу укупности ставова о ономе што човека окружује. Појам *Weltanschauung* први је описао Имануел Кант у оквиру немачке филозофије, у књизи *Kritik der Urteilskraft*, 1790. године.

3 Web 2.0 означава другу генерацију интернета, односно могућност интерактивне, двосмерне комуникације посредством веб портала. На бази Веба 2.0 заснива се и грађанско новинарство, али и *feedback*, односно повратна спрега, која је корисницима Интернета омогућена кроз секцију коментара или креирање блогова, форума, чет соба, итд..

4 Јанићијевић 2008, 301.

организације. Трећи приступ јесте да управљање односима према запосленима обухвата низ избора у вези са степеном и природом учешћа запослених (employee involvement)⁴⁵.

Синтагма „нови медији“ у научној је употреби још од седамдесетих година XX века. Овај појам се, у првобитном значењу, односио на истраживаче из различитих научних дисциплина који су истраживали ефекте информационо-комуникационих технологија на друштво. Са дигитализацијом медијског сигнала, од деведесетих година прошлог века, синтагма „нови медији“ бива редефинисана у нове канале комуникационе праксе. Нови медији, у савременом контексту, представљају Интернет медије (веб портале, друштвене мреже, блогове итд.). За разлику од традиционалних медија, у којима је пренос информација једносмеран, у новим медијима информација је вишесмерна јер се преноси мултипликованим каналима од извора до реципијента, као и између самих реципијената. Рад нових медија заснован је на Веб 2.0 стандарду.

Предметним доменом рада, у фокусу проматрања и повезивања појма „организационе културе“ и појма „нови медији“ у синтагму „организациона култура нових медија“ обухваћене су тзв. подупирујуће вредности, као и организационе могућности и потенцијали нових медија за спровођење међурелигијског дијалога.

Историја дијалога у контексту међурелигијске комуникације

На дијалогу су настале и изграђене су државност и цивилизација готово у оној мери у каквој су нам познате данас. Антички полиси и демократија створени су на монологу и дијалогу. Центар доношења одлука за функционисање полиса била је Агора, у којој су зрели и пунолетни мушкарци управљали градовима-државама. Сократ је тада говорио: „Ја истине изводим из тмине на светло, баш како се дете рађа.“ У академској методици често је изучаван и Сократовски метод. „Сократов метод није ништа друго до непрестано трагање за суштином, бивством и истином, у неуморној афирмацији ‘сазнања које је у нама’“⁴⁶.

Од Софиста и софизама настали су еристичари и ПР еристичка⁴⁷, претеча данашњег ПР менаџмента. Путујући учитељи и мудраци, „Киничари“⁴⁸, подучавали су говорништву и беседништву своје следбенике. Херодотова историја нас учи о културној размени између Истока и Грка на основу дијалога који се одвијао између учењака и путника, грчких и египатских или грчких и персијских путника. Дијалог је засигурно постојао и пре нове ере, и у примитивним друштвима, с тим што је такав дијалог вођен миметички, невербално и вербално-ономатопејски.

„Међурелигијски дијалог представља такав тип комуникације који иде за тим да се заједнички расте у спознавању и практиковању истине о свету и човеку, уз истовремено уважавање посебности сваког од саговорника“⁴⁹.

Међурелигијски дијалог, какав познајемо данас, проистекао је од иницијативе католичких бискупа из САД 1893. године, када су заједно са Презбитеријанском црквом из Чикага сазвали „Парламент религија“, са идејом да докажу да су толеранција и разумевање међу религијама пожељни и могући. Међутим, међурелигијски дијалог је од

5 Torrington, Hall, Taylor 2004, 478, 479.

6 Радовић, Цветановић, Бојков 2018, 307.

7 „Протагора је ученицима помагао да слабе тврдње учине јачим. Таква се дијалектика код млађих софиста претворила у *еристику*... где еристичари са једнаком уверљивошћу доказиваше било какве поставке...“ Радовић, Цветановић, Бојков 2018, 50, 51.

8 „Киничари (лат. *супісі*) Киничка школа (популарни путујући учитељи), једна од сократовских школа у оквиру античке филозофије. Основна област киничара била је етика, којој Диоген додаје социологију и политику.“ Радовић, Цветановић, Бојков 2018, 322.

9 Бижаца 1997, 24.

тад стагнирао, да би се поново успоставио Другим ватиканским концилом¹⁰ који је папа Иван XXIII сазвао 1962. године. Значајан документ званичног отварања Хришћанства према нехришћанским религијама донет је 1965. године, „*Nostra aetate*“ (лат. У наше време), и ова Декларација је заправо била плод Другог ватиканског сабора. На крилима ове Декларације родила се и идеја 1991. године, поводом двадесетпетогодишњице од доношења „*Nostra aetate*“, о издавању новог документа „Дијалог и наговештај“, чиме је начињен још један значајан корак ка евангелизацији и међурелигијском дијалогу. Други ватикански сабор је навео црквене великодостојнике не само на дијалог, већ и на дебате о начинима за јачање и спровеђење међурелигијског дијалога. Након више дебата, Екуменско веће цркава је 1977. године, на генералном заседању у тајландском граду ChiangMai, донело документ „Основне смернице за дијалог с људима различитих религија и идеологија“.

Разумевање, дијалог и медији

Међурелигијски дијалог остварив је онде где има разумевања и где постоји заједничко искуство по питању вере. Уколико желимо разговарати са неким о вери и његовим религијским схватањима ми и сами морамо поседовати религијско искуство и бити верник. Стара латинска сентенца каже: *Audiat et altera pars* - нека се чује и друга страна. Уколико друга страна не разуме саговорникову побожност полазиће се од предубеђења и предрасудних мисли, док ће се религија свести на плод маште, а понекад поистоветити са митологијом или паганством. Може се рећи да дијалог између верника и атеисте не може бити сврсисходан и остварен на духовном нивоу. Лишавањем духовне стране човек своје биће обезглављује. „Што важи за појединца, важи и за народ и његову културу. Народ који не учи од других народа лишен је сваке наде за развој, а култура која се затвара у себе, осуђена је да постепено вене, и увене.“¹¹

Краљевство уједначених „разлика“¹²

Време у којем живимо прожето је мноштвом контаката са људима различитих култура и различитих вера. Дигитализација контаката многоструко је увећала свакодневну интеракцију, док је могућност велике друштвене покретљивости омогућила да се што боље упознамо. Док су наши преци само из прича или усмених, поколењских предања, слушали о људима друге расе и другачије вере, технолошки напредак подигао је друштвеност на виши ниво, а чуђење о другачијем човеку претворио у интегративно и асимилационо сагласје. Организациону културу нових медија (веб портала, друштвених мрежа) карактерише масовност и интерактивност. Из ових двеју основних карактеристика проистиче могућност за упознавање другачијих култура, вредносних оријентација, људских понашања и стилова живота. „Градови су одувек ‘искуства разлике’: мултиетничке и мултикултурне творевине“¹³. У свету глобално премрежених и

10 Други ватикански сабор или концил био је најважнији црквени догађај XX века због тога што је полазио од става отворености према модерном друштву – *aggiornamentu* ,и предлагао отворенији приступ према другим светским религијама. Поред установљења отворенијег приступа према другим религијама, међу важном одлуком овог Сабора била је и одлука о служењу Мисе на народним језицима.

11 Шушњић 2008, 22.

12 Метафора за мултикултурно, мултиконфесионално и мултиетничко глобално друштво окупљено у Интернет заједници.

13 Вујовић 2003, 178.

умрежених градова толеранција расте, а сваки глобални проблем постаје и наш проблем. Перцепција друштвене одговорности је промењена, верујемо на боље.

„Свет је данас, како се то воли рећи, глобално село. Не можете живети у селу, а не познавати језик својих суседа. Дијалог је данас обавеза свих народа и о њу се нико не сме оглушити.“¹⁴

Дигитални медији укидају културолошке разлике и доприносе повезивању различитих култура и религија. Повезивање и рад умреженог човека савременог доба, у оквиру мултинационалних компанија које послују преко Интернета, омогућују људима да сарађују са мулти-етничким пословним партнерима. У заједничком циљу долажења до зараде и руковођени заједничким интересом, људи различитих култура постају уједињени, не базирајући се на културолошке и верске различитости. На основу савремених информационо-комуникационих средстава, боље смо упознали верске и културолошке разлике људи са којима сарађујемо, јер религија не подразумева само успостављање односа на релацији појединац-Бог него и на релацији са другим људима. Кроз умрежено друштво дигиталног доба, нових медија и глобалне културе, дијалогу је отворен пут ка остварењу у *Краљевству уједначених разлика*. Нећемо претерати уколико кажемо да су на путу изградње поменутог Краљевства значајно потпомогле информационо-комуникационе платформе. Нови, технолошки посредовани дијалог ослобађа нас од гвоздених ограда које су у прошлости постављане међу религијама. На Интернету смо сви једнаки. Оваква врста дијалога учи нас да задатак религије није само успостављање односа са нечим трансценденталним и бесконачним, него и са људима међусобно.

„Сврха је дијалога да се с другима осећамо боље, да постанемо свеснији самих себе и да будемо вернији својим темељним вредностима, да постанемо вреднији. До тога се не долази само апстрактним умовањем. Стога, дијалог не захтева само појашњење идеја и одређени спознајни ниво властитих и туђих становишта, него захтева укључење целе особе“¹⁵.

У наведеном се може наслутити и психолошка страна употребе нових медија за редукцију тензије. Сама комуникација и дељење проблема са другим, човека ослабађају стреса, притом будући у њему осећај емпатије. Мас-медији су то постигли својим глобалним карактером, при чему нам је далеки свет другачијих људи сада приближен у свој нашој сличности и схватању о истоветности човековог *хобитуса*. Окупљени у *Краљевству уједначених разлика*, људи су почели да увиђају да идентични свакодневни животни проблеми постоје и код оног човека жуте или црне расе, исламске, јудаистичке, хришћанске или било које друге вероисповести.

„Дијалог је користан онда кад за резултат има разумевање, онда кад два човека добро схвате један другог и тиме нестане разлога за непријатељство. Разлог за дијалог јесте да је од почетка јасан његов циљ, а циљ је међусобно разумевање“¹⁶.

У организационој култури нових медија уочавају се и одређени напори за разумевањем других у њиховој „различитости“, као и напори за спровођење међурелигијског дијалога. У оквиру Фејсбукове (Facebook) кампање из 2019. године, под називом „Multicultural care“, овај информационо-комуникациони гигант алудирао је на међусобно поштовање људи различитих култура и вера тако што је почетну страницу свог веб сајта уредио са фотографијама људи различитих раса, религијског и културолошког опредељења и порекла.

14 Mojtebayi 2006, 110.

15 R. Kiely (предговор), Dalai Lama, *Incontro con Gesu*, стр. XXIV.

16 Mojtebayi 2006, 109.

„Више би требало да се посвети пажње „фактору културне блискости”, према којем о догађајима у земљама сличног културноисторијског развоја, језика, треба извјештавати са посебном пажњом. Медији могу деловати у два правца: 1. могу допринијети развоју толеранције и хармонизацији заједнице; 2. могу подстицати стереотипизацију мањинских култура, те продубљивати јаз између мањина и већине“¹⁷.

Као што организациона култура предузећа „настаје у процесу стварања заједничких претпоставки, веровања, вредности, норми, симбола и њихових прихватања од свих или већине“¹⁸, тако и организациона култура дигиталних веб медија, у контексту међурелигијског дијалога и поштовања, настаје у демократичности коју они пружају. Демократски карактер нових медија поспешује дијалогско понашање. Стога, може се рећи да масовни карактер друштвених мрежа ствара поступно *менталитет солидарности*, који се неретко манифестује и као глобални активизам и тежња ка стварању што ширег простора активне и делатне дијалогске вредности. Илустративно за наведено могу бити кампање на друштвеним мрежама за прикупљање новца за помоћ државама и друштвима које је задесила природна катастрофа, попут поплава или пожара. Тако се глобално, мултикултурално и мултиконфесионално друштво, окупљено на друштвеним мрежама ујединило 2019. и 2020. године у помоћи Аустралији да се избори са масовним пожарима, креирајући посебне хештегове ([#helpaustralia](#)[#helpkoalas](#)) за пружање моралне подршке и материјалне помоћи, не само за борбу са ватреном стихијом, већ и за спасавање угрожене животињске врсте коала. Све што је глобалног карактера не мора имати негативни предзнак, јер унутар простора који стварају нови Интернет медији, постаје могуће вредновати свачије посебности, чиме се даје значајан допринос колективном Добру.

Категорија међурелигијског дијалога са медиолошког аспекта упућује на интерперсоналне односе, једнакост третмана саговорника, размену информација, укидање различитости, обострано или вишестрано признање вредности, обострано богађење духа и духовни раст саговорника који учествују у комуникационом чину. Наведеном нарочито помажу и технолошко-дискурзивна својства нових медија - интерактивност, хипертекстуалност, мултимедијалност, лакоћа ступања у комуникацију посредством чета и веома потцењена категорија вођења јавне дебате, у оквиру секције коментара у онлајн медијима.

Као што организациона култура организација настаје у процесу групног (колективног) решавања проблема, са којима се суочавају чланови једне групе или организације¹⁹, тако се међурелигијски дијалог у новим медијима остварује кроз масовни карактер и менталитет солидарности.

Једна од најважнијих карактеристика међурелигијског дијалога, који се ослања на организациону културу нових медија, тиче се и смањења напетости јер се међурелигијски дијалог, нпр. посредством групног видео чета, може спроводити у неформалној комуникацији будући да организовани живи конгреси „окивају комуникацију“ кодификацијом понашања и „крутим манирима“. Наравно да је жива реч незаменљива, но савремено доба подразумева и трагање за новим приступом у спровођењу међурелигијског дијалога. Хипотетички оквири наведеног би могли у перспективи бити реализовани на начин да се сусрети верских великодостојника најављују и преносе путем нових медија, на начин на који штампа, радио и телевизије у власништву црква извештавају о саборима, црквеним делатностима и обредима. С тим у вези, међурелигијски дијалог посредством нових медија може се посматрати на два нивоа. Први ниво се односи на интерперсоналну и групну

17 Ђурић 2012, 129.

18 Јанићијевић 2008, 318.

19 Јанићијевић, 2008.

комуникацију верника посредством комуникационих канала нових медија. Други ниво се односи на емисију, односно пренос заседања и сабора, од представника верских заједница до њихових поштовалаца и верника.

Онлајн друштвеност какву је, између осталог, наметнула и глобална пандемија „Корона“ вируса у великој мери зависи од повезаности људи посредством информационо-комуникационих канала на Интернету. Отежано функционисање друштва услед спровођења епидемиолошких мера изискује потребу за спровођење међурелигијског дијалога посредством Интернета, као и отварање религија ка употреби нових технологија и медија.

Медијска култура као детерминишући фактор конфесионалне културе

Уколико размотримо предметну тему у домену медија као агенаса социјализације, односно медија као носилаца социјализаторске улоге у друштву, увидећемо да организациона култура медија може постати део опште културе. Из медијске репрезентације догађаја и бодријарски конструисаних медијских слика, симулације и симулакрума, зависиће став који ће појединци заузети према одређеној теми. Заправо, из медијске културе се делимично генерише општа култура и креира се „клима мишљења“ о неком друштвеном проблему. Нећемо погрешити уколико кажемо да се из медијске културе заправо генерише и *конфесионална култура*. Клима мишљења би требало да поспешује међурелигијски дијалог јер нас непостојање међурелигијског дијалога може навести на друштвену странпутицу. Илустративан пример је догађај из јануара 2015. године који следи након што француски сатирични лист „Шарли Ебдо“ објављује карикатуру Мухамеда, Божијег изасланика у Исламу, што доводи до убиства 12 новинара и карикатуриста овог листа. Читав свет је обавештен о овом терористичком акту и за кратко се активира питање међурелигијског дијалога, али убрзо затим и бива заборављено. У Паризу се организује митинг националног јединства, а парола „Ја сам Шарли“ постаје слоган подршке породицама настрадалих у нападу, као и слободи медија. Свет осуђује напад на редакцију, нападаче истог дана полиција убија, али се кључно питање граница слобода медија нигде не поставља.

Управо тако нерешена питања конфесионалног дефинисања терористичких аката неминовно изазивају увек и изнова нове верске нетрпељивости. Наиме, у извештавању о тероризму неки медији га готово увек дефинишу одредницом „исламски“ тероризам, када је починилац терористичког акта припадник Ислама, док се у многобројним другим примерима тешких терористичких напада (Норвешка, Нови Зеланд) нигде не користи дефинишућа одредница да је реч о тероризму религије којој припада починилац терористичког акта, већ само синтагма - терористички акт. Чини се да је резултат таквог извештавања распиривање међуверске нетрпељивости. Још један пример медијски неодговорног извештавања, у контексту реченог, догодио се у Паризу у октобру 2020. године. Професора Самуела Патија ученик убија јер је говорећи о слободи медија показао карикатуру Мухамеда, Божијег изасланика у Исламу. Готово на идентичан начин као 2015. године, хиљаде људи окупља се поново на Тргу Републике, носећи паролу „Ја сам Самуел“ и „Слобода изражавања и слобода предавања у школи!“

Да би слика о предметној проблематици била јаснија, од нарочите важности су и два примера из праксе медијског извештавања која се тичу терористичких напада у Норвешкој, као и на новом Зеланду. Више од 85 људи убијено је у пуцњави у летњем кампу младих лабуриста на острву у близини Осла, на које је нападач пуцао у полицијској униформи, а у експлозији у главном граду Норвешке убијено је најмање седморо људи. Шеф норвешке полиције, Свејнунг Спонхем, наводи да поруке које је осумњичени,

тридесетдвогодишњи Норвежанин, Андерс Беринг Брејвик, слао путем Интернета, „указују да су његови политички ставови наклоњени десници и да има антимуслиманске ставове“. Норвешки премијер, Јенс Столтенберг, изјавио је том приликом да је „прави одговор на насиље још више демократије, још више хуманости, али не и више наивности“²⁰.

Четрдесеторо људи је убијено, а више од 20 тешко рањено у масовним пуцњавама у две цамије на Новом Зеланду. Овај стравичан акт премијерка Новог Зеланда, Јасинда Ардем, описала је као „као терористички напад“. Пуцњава се одвијала током молитве у петак, а у цамијама је био велики број верника. Аустралијски премијер, Скот Морисон, потврдио је да је нападач аустралијски држављанин Брентон Тарант, који се после главног напада и убиства четрдесеторо верника враћа до цамије и још једном пуца у већ мртве људе. Починилац убистава претходно поставља на друштвене мреже свој манифест у коме објашњава свој чин, који произилази из верске нетрпељивости и верских убеђења. Премијер Скот Морисон га у новом медијском обраћању назива „екстремистичким, десничарским, насилним терористом“²¹.

Многи медији преносе ову вест, али без предзнака и ван контекста религијског тероризма. У другим случајевима, при медијском извештавању готово увек се среће синтагма „исламски“ тероризам, ако га је починио припадник ислама. Чак и после оваквих гнусних догађаја изостаје одређење да је то само и искључиво терористички акт, а не тероризам религије којој починилац терористичког акта припада. Оваквим извештавањем суспендује се питање међурелигијског дијалога и медијске дебате изостају, а догађај бива засењен површним и неодговорним извештавањима, продубљујући рефлексију медијске културе на конфесионалну културу.

Медијска култура локалних медија прераста у глобалну културу масовних медија, кроз нетрпељивост и генерализовано извештавање о тзв. „исламском екстремизму“. Кроз медијску и општу културу ствара се конфесионална култура и на тај начин се врши стигматизација свих муслимана, чиме се ствара превид о истинитој, реалној кривици и одговорности појединца изван религијског контекста. Друштво у целини ни овога пута не реагује на то што нови медији некоректним извештавањем генерализују појединачне случајеве, и у константној трци за сензацијом смањују простор међурелигијском дијалогу, суспендујући заједничке дебате о искорењивању и сузбијању тероризма који је претња и зло свим религијама и друштву у целини.

Узимајући у обзир огроман утицај и снагу медија, било да је реч о традиционалним или онлајн медијима, они морају да извештавају о тероризму као неприхватљивом и гнусном чину. Тероризам нема ни веру, ни нацију, нити расу и треба га третирати као зло изван религијских оквира. Тероризам је зло и претња за човечанство, а у чијем искорењивању све религије света треба да се уједине, док нови медији снагом свог огромног глобалног утицаја морају да допринесу том процесу.

Закључна разматрања

Савремене технологије и масовни информационо-телекомуникациони капацитети, засновани на интернет протоколима, омогућују приступ било којој тачки света у реалном времену. На тај начин су и последице конфликта и неадекватне комуникације неупоредиво израженије данас, него пре појаве нових медија. Позитивне карактеристике нових медија попут: интерактивности, мултимедијалности,

20 Доступно на линку: https://www.slobodnaevropa.org/a/u_kampu_kod_osla_preko_80_mrtvih/24274269.html Приступљено новембра 2020. године.

21 Доступно на линку: <https://www.bbc.com/serbian/cyr/svet-53886629> Приступљено новембра 2020. год.

хипертекстуалности и масовности, доприносе решавању проблема екстерне адаптације и интеграције. Организациона култура нових медија уједињује људе у свим њиховим разликама и нуди правила и принципе који могу осигурати хармоничне међуљудске односе, спајајући глобално становништво у компактну социјалну заједницу. Ипак, сви описани атрибути нових медија тренутно не поспешују међурелигијски дијалог на прави начин јер не схватају његов огроман потенцијал и могућности које нуди његово правилно спровођење, али и последице његове злоупотребе. На то нас често подсећају и опомињу свакодневни примери извештавања о терористичким нападима. Ако се о њима извештава непристрасно и објективно, и без религијске конотације, то ће представљати кохезиони фактор сваке социјалне заједнице јер она опстаје и заснива се на различитостима, па и на различитим конфесијама које сви морамо узајамно једнако уважавати и поштовати.

Информационо-комуникациони потенцијали нових медија и те како су оствариви у области међурелигијског дијалога кроз промовисање мултикултурализма и мултиетничности, што показују неки светли примери, попут Фејсбуковог пројекта „Multicultural care“, који с времена на време исијавају указујући нам да политика корпоративног управљања не мора увек да има негативни предзнак. Потенцијал нових медија за изградњу бољег света, у коме неће бити „нарцизма малих разлика“, огледа се у самој организационој природи нових медија која је изграђена на идеји повезивања и уједињења Света. Ипак, снага воље је у човеку, који ће било који терористички акт класификовати и дефинисати онаквим какав он јесте, без додавања верских одредница, а нови медији су само још једно технолошко средство које ако се коректно користи, нужно мора постати комуникациони мост међусобног разумевања и поштовања много сличнијег него ли различитијег од себе.

Литература

Fethullah Mojtebayi (2006), *Међурелигијски дијалог*, Znakovi vremena - Časopis za filozofiju, religiju, znanost i društvenu praksu Vol. 9, broj 32: str. 106-113.

Kiely, R., Tenzin, Gyatso (Dalai Lama) (2009), *Incontro con Gesù. Una lettura buddhista del Vangelo*, Italia, Oscar Spiritualità SBN-13: 978-8804586432.

Бижаца, Н. (1997), *Међурелигијски дијалог између нужности и дилема*, Богословска смотра, 67, број 1, UDK 261.2, Католички богословни факултет Свеучилишта у Загребу.

Вујовић, В. (2003), *Београд: културна ризница*, Београд: Идеа и ВИЗ.

Ђурић, В. (2012), *Националне мањине у медијској призми Босне и Херцеговине*, Часопис „Дискриминација – један појам, много лица“, Сарајево, стр. 125-131.

Јанићијевић, Н. (2008), *Организационо понашање*, Београд: Дата Статус.

Радовић, В., Цветановић, И., Бојков, В. (2018), *Основи методике јавног наступа – од мисли до поруке – деонтолошке и стилске одреднице*, Ниш-Београд: Талија издаваштво, Институт за политичке студије.

Торингтон, Д., Хол, Л, Тејлор, С. (2004), *Менаџмент људских ресурса*, Београд: Дата Статус.

Пушњић, Ђ. (2008), *Дијалог и толеранција – сусрет разлика*, Часопис „Култура“, Завод за проучавање културног развитка, Београд, ISSN 0023-5164 UDK 316.7.

Веб извори

<https://www.bbc.com/serbian/cyr/svet-53886629>

https://www.slobodnaevropa.org/a/u_kampu_kod_osla_preko_80_mrtvih/24274269.

html

Samir Ljajić
Milan Dojčinović

ORGANIZATIONAL CULTURE OF NEW MEDIA IN THE FUNCTION OF STRENGTHENING INTERRELIGIOUS DIALOGUE

In this paper, the authors observe the importance of the media in fostering interreligious dialogue, as well as the influence of the organizational culture of new media on the affirmation of interreligious dialogue. Since it is a modern society, and the attitudes of modern man are largely based on media culture and media contextualization of events, it is especially important to consider the role of media in preserving and serving to promote interreligious dialogue. The focus of the paper is new media as channels of communication, mediators in the realization and preservation of the interreligious dialogue.