

**BISKUPSKA KONFERENCIJA BOSNE I HERCEGOVINE
VIJEĆE ZA SREDSTVA DRUŠTVENOG PRIOPĆIVANJA**

**MEDIJI I DIVNI BOŽJI DAROVI
U SLUŽBI EVANĐELJA**

**DIREKTORIJ
ZA SREDSTVA DRUŠTVENOG PRIOPĆIVANJA**

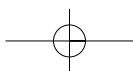
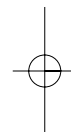
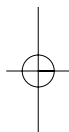
Sarajevo 2005.



BISKUPSKA KONFERENCIJA BOSNE I HERCEGOVINE
VIJEĆE ZA SREDSTVA DRUŠTVENOG PRIOPĆIVANJA

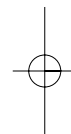
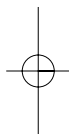
**MEDIJI DIVNI BOŽJI DAROVI
U SLUŽBI EVANĐELJA**

DIREKTORIJ
ZA SREDSTVA DRUŠTVENOG PRIOPĆIVANJA



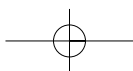


Lektura i korektura: Irena Bencun
Tehnička oprema: Sandra Ozimica
Katolički tjednik



CIP -

Izdaje: BISKUPSKA KONFERENCIJA BOSNE I HERCEGOVINE
VIJEĆE ZA SREDSTVA DRUŠTVENOG PRIOPĆIVANJA
Odgovara: Vinko kard. Puljić
Tisak:
Naklada: 800

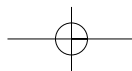
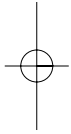
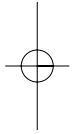


BISKUPSKA KONFERENCIJA BOSNE I HERCEGOVINE
VIJEĆE ZA SREDSTVA DRUŠTVENOG PRIOPĆIVANJA

**MEDIJI DIVNI BOŽJI DAROVI
U SLUŽBI EVANĐELJA**

DIREKTORIJ
ZA SREDSTVA DRUŠTVENOG PRIOPĆIVANJA

SARAJEVO 2005.



Predgovor

“... Crkva drži ta sredstva (društvenog priopćivanja) 'Božjim darom' ukoliko su po planu Providnosti namijenjeni ujediniti ljude bratskim vezama kako bi sudjelovali u njegovu planu spasenja. Kao što je Duh pomagao drevnim prorocima razumjeti Božji plan pomoću znakova njihova vremena, tako pomaže danas i Crkvi tumačiti znakove našega vremena te ostvarivati vlastiti proročki zadatak proučavanjem, vrjednovanjem i dobrom uporabom tehnologija i sredstava komunikacije, koja su nešto temeljno za naše doba.” (Aetatis novae, br.22.)

Apostolat
priopćivanja

Dekret o sredstvima društvenog priopćivanja Drugog vatikanskog sabora Inter mirifica poziva sve sinove Crkve “složno i po planu nastojati da se sredstva društvenog priopćivanja bez oklijevanja i s najvećim marom prema potrebama vremena i prilika djelotvorno uporabe u mnogobrojnim djelima apostolata i prepriječe štetne pothvate, pogotovo u krajevima gdje moralni i religiozni napredak zahtijeva što hitniju i djelatniju nazočnost”, (br. 13).

U pastoralnom napatku *Communio et progressio* proglašenom 23. svibnja 1971. godine, izrađenom po nalogu Drugog vatikanskog sabora radi primjene dekreta o sredstvima društvenog priopćivanja *Inter mirifica*, čitamo: “Biskupi pojedinih biskupija trebaju se predano pobrinuti za apostolat priopćivanja uz pomoć i savjet klerika i laika. Neka se ondje gdje je moguće ustanovi biskupijski ili međubiskupijski ured. Jedna od njegovih zadaća treba biti proučavanje biskupijskog pastoralnog plana na tom području, a i uređenje tako vrsnog pastoralora i na župnoj razini”, (168.).

Pastoralni
plan za
sredstva
društvenog
priopćivanja

Nastojeći što djelotvornije provesti duh Drugog vatikanskog sabora, Crkva vođena svojim pastirima, ali iznad svega nadahnućima Duha Svetoga, čitajući znakove vremena, još je jednim pastoralnim napatkom Aetatis novae (Nadolaskom novog doba - proglašen 22. veljače 1992.) o društvenoj komunikaciji, dvadeset godina nakon pastoralnog napatka *Communio et progressio*, odredila: "Svaka biskupska konferencija i svaka dijeceza moraju izraditi cjelovit pastoralni plan za društvenu komunikaciju, najbolje posavjetovavši se s predstavnicima međunarodnih i nacionalnih katoličkih organizacija za društvenu komunikaciju i sa stručnjacima mjesnih medija. Osim toga, drugi bi pastoralni planovi, osobito za socijalnu skrb, za odgoj i evangelizaciju, u svojim formulacijama i provedbi morali voditi računa o društvenoj komunikaciji", (br. 23). U nastavku tog broja donosi konkretne upute kao pomoć svima koji pastoralne planove moraju izraditi ili ih dotjerati.

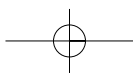
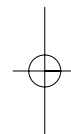
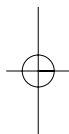
Vijeće za sredstva društvenog priopćivanja BK BiH, imajući u vidu dokumente o sredstvima društvenog priopćivanja, izradilo je ovaj Direktorij kao temeljni dokument za sredstva društvenog priopćivanja u našim uvjetima. Na temelju tog dokumenta Vijeće će izraditi i Pastoralni plan koji izričito traži Papinsko vijeće za sredstva društvenog priopćivanja.

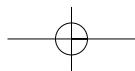
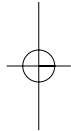
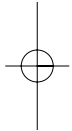
Predajući Direktorij našoj javnosti, kako crkvenoj tako i općedruštvenoj, nadamo se da će on biti novi poticaj za bolje korištenje sredstava društvenog priopćivanja, ali i bolje međusobno razumijevanje između medijskih djelatnika i svih članova Crkve, a osobito crkvenih poglavara.

*Vinko kardinal Puljić, nadbiskup vrhbosanski
Pročelnik Vijeća za sredstva društvenog priopćivanja BK BiH*



DEKRET





Prvo poglavlje

Sredstva društvenog priopćivanja u današnjem svijetu

Komuniciranje
i mediji

1

Komuniciranje pripada temeljnim potrebama čovjeka i nužan je preduvjet društvenog života. Ljudska osoba ne može živjeti i nijedno društvo ne može postojati bez komunikacije. Riječ komunikacija u našoj kulturi označuje “prijenos poruka ili obavijesti od pošiljatelja do primatelja znakovnim sustavima.”¹ Znakovi su sredstva i bitni elementi svekolikog ljudskog komuniciranja i stoje između dviju ili više osoba koje komuniciraju. Mogu biti audiovizualni ili povezani s drugim osjetilima. Stoga, ako se želi sudjelovati u komuniciranju, nužno je rabiti određene znakove. Sveti Augustin je napisao: “Svaka pouka temelji se na stvarima ili znakovima; ali stvari se prihvaćaju preko znakova.”²

U mjeri u kojoj komuniciranje utječe na oblikovanje medija i sami ti mediji utječu na komuniciranje, što ima određene posljedice kako na društveni život tako i na život pojedinca. Može se reći da je razvoj medija proporcionalan razvoju ljudske osobe i društva u svim svojim komponentama. “Određeno sredstvo komuniciranja ima bitan utjecaj na širenje spoznaje u prostoru i vremenu i nužno je proučavati njegove karakteristike da bi se procijenilo koliko utječe na svoj kulturni ambijent.”³

1. Usp. *Rječnik hrvatskog jezika*, Leksikografski zavod Miroslav Krleža, Školska knjiga Zagreb, 2000

2. *De Doctrina Cristiana* (1, 2). Usp. FRANZ - JOSEF EILERS, *Comunicare nella Comunità*, ELLE DI CI Leumann (Torino) 1997, str. 25.

3. HAROLD A. INNIS, *Le tendenze della comunicazione*, SugarCo, Milano 1982, str. 105.

Utjecaj medija na društvo

2

Informacija
novi izvor
moći

Masmediji i drugi plodovi ljudskog razvoja u posljednjem stoljeću ne samo da su olakšali, uljepšali i učinili život ugodnijim, već su u uzajamnom prožimanju razvoja društva i osobe, kao i razvojem i usavršavanjem samih medija, prouzročili velike i radikalne promjene na svim područjima u društvu: gospodarstvenom, političkom, kulturnom. Novi izvor moći postala je informacija. Radi se o prijelazu koji se tiče svih aspekata života počevši od ambijenta rada, preko obitelji, društvenih odnosa, zabave pa sve do vjerskog života.⁴

3

Pozitivne i
negativne
posljedice

Utjecaj medija na gospodarstvo i rad. Tehnika i novi mediji nisu samo doprinijele porastu ekonomske proizvodnje, već su unijele značajne promjene u ambijent rada i gospodarstva. Izrazi društvo medija i društvo informacija ukazuju sami po sebi na mnogostruk doprinos toj ekspanziji. Tehnike komunikacije povećavaju mogućnosti racionalizacije i mogu doprinijeti povećanju proizvodnje. Ali povećanje proizvodnje na taj način poklapa se sa smanjivanjem radnih mjesta, što uzrokuje porast nezaposlenih, a to pogađa sve veći broj osoba. Preobrazba profesionalnog profila djelatnika uvjetovanog tehnikama komuniciranja priječi posebno nezaposlene starije životne dobi u pronalaženju novih radnih mjesta. Negativni efekti na području zaposlenosti dolaze i iz činjenice što se "intelektualne aktivnosti" sada mogu ponuditi preko određenog medija (videokasete, diskete, CD-a, interneta) u svrhu uštede u osoblju. Još jedan negativan efekt

4. Usp. *Perspektive i rizici društva medija*. Zajednička deklaracija njemačke biskupske konferencije i Vijeća njemačkih evangelističkih Crkava, (talijanski prijevod) Ed. Paoline, Milano 1998.

razvoja telekomunikacija i informatičke mreže je taj da se mnoga radna mjesta mogu preseliti u zemlje i krajeve gdje je radna snaga jeftinija, a ostaju povezani modernim mrežama komuniciranja.⁵

Učinkovitije
komuniciranje

4

Informatika u znanosti i obrazovanju. Tehnološke inovacije i njihova primjena usko su povezani s kulturnom razinom i znanstvenim napretkom jedne zemlje. I na tom području tehnike komuniciranja donose velike koristi, ali i određeni negativan rizik. Sredstva društvenog komuniciranja mogu se vrlo korisno upotrijebiti u znanosti i obrazovanju. Uvođenjem medija u škole, na radna mjesta, u obitelji, zatim među osobe različite životne dobi, na neki način se ruše barijere prostora i vremena. Uz pomoć grafike, filma, animacije, simulacija preko audiovizualnih medija u školama predmeti mogu postati zanimljiviji, a teške se lekcije mogu prikazati na više načina. U učenju jezika npr. takav način je poprimio veliku primjenu. Novi sustavi elektroničkog memoriranja, a prije svega internet i službe on-line, omogućuju lakšu konzultaciju rječnika, bibliografije, kataloga biblioteka, fotografija i tekstova mnogih tiskovina. Tu je također i komuniciranje e-mailom, te dostupnost elektroničkih publikacija preko interneta. Sve to omogućuje brže, lakše i učinkovitije komuniciranje među znanstvenicima.

Negativne posljedice razvoja tehnologija komuniciranja mogu produbiti jaz između bogatih i siromašnih, time što bogate stavlja u povlašteniji položaj. Drugi je problem mnoštvo informacija. Sve je teže razlikovati bitne vijesti od nebitnih. Odabir i korištenje informacija ovisi o svakoj pojedinoj osobi, a posljedice tog odabira nisu nebitno pitanje i zahtijeva daljnje prouča-

5. *Ondje*, str. 22

vanje. Nadalje, tehnike informiranja favoriziraju individualizam i u isto vrijeme društveno izolirani odgoj. Novi je problem pitanje etičkih vrijednota i principa koji su se tradicionalno prenosili preko procesa poučavanja učitelj-učenik. Temeljni problem je u tome što se poučavanje svodi samo na razinu sredstva.⁶

5

Novi mediji
i nove forme
izražavanja

Novi mediji, umjetnost i spektakl. Tehnike komuniciranja oduvijek su služile i za zabavu i razonodu, nadahnuća i kreiranje estetskih vrijednota, populariziranje narodne kulture i umjetnosti uopće. Velik broj različitih medija s posebnim i različitim ponudama otežava društvu sačuvati svoj kulturni identitet. Društvene tendencije individualizma koje su medijska kultura i odgoj podupirali, tumače vrijednote u korist svake osobe, a manje vrijednuju ulogu društvenih institucija obitelji, Crkve i države.⁷ Moderne audiovizualne tehnike komuniciranja omogućuju individualno slušanje i gledanje različitih glazbenih žanrova s izvrsnom kvalitetom, rekonstrukciju povijesnih događaja itd. Tako svatko može naći ono što se njemu sviđa. Zatim novi mediji kreiraju nove forme izražavanja, npr. u umjetničkoj fotografiji, na filmu, elektronskoj glazbi. Široka ponuda daje prigodu većem broj autora, na različitim kulturnim i zabavnim područjima, da i oni dođu do izražaja preko sredstava društvenog priopćivanja. I publika može već prema slobodnom vremenu i imovinskom prilikama naći uvijek nešto za svoju dušu. Mladi i djeca, zahvaljujući medijima, mogu razvijati svoje sposobnosti i svoj identitet, stil života, vlastitu generacijsku i društvenu kulturu.

6. Usp. MARIA CRISTINA CARNICELLA, *Comunicazione ed Evangelizzazione nella Chiesa*, Ed. Paoline Milano 1998. str. 23. - 40.

7. Usp. A. ZANACCHI, *La sfida dei mass media*, Milano 1990. str. 132.-137.

Mediji
i kulturna
kvaliteta?

6

Često, međutim, mnogostrukost ponuda za zabavu koji prevladavaju u medijima ide na štetu kulturne kvalitete. Jer zabava bez “zahtjeva” lakše se konzumira i nalazi sve više prostora i sve širi krug publike. Korisnik se neprestano potiče da se sam posluži. Međutim, slobodan razvoj osobe i individualna izražajnost može se i negativno odraziti na dotičnu osobu. Umjetnost i spektakli sve više podliježu zakonima tržišta. Glavno je svidjeti se publici i imati što više gledatelja, a što se može odraziti na kvalitetu novinarstva. Stoga se često prikazuju slike nasilja, seksa, ili senzacionalističke teme koje privlače gledatelje, slušatelje i čitatelje. Posebno su tim opasnostima izloženi djeca i mladi. U tom slučaju sredstva društvenog priopćivanja proizvode negativna ponašanja, a utječu da slabi apstraktna misao, jezik postaje siromašniji, mogućnost socijalnih kontakata i integracije u društvo.⁸

7

Pomoć
i opasnosti

Nove tehnike komuniciranja, obitelj i društveni odnosi. Tehnike komuniciranja čine sastavni dio uređaja u svakoj kući. Danas svaka kuća ima televizor, radio, telefon, skoro svaki član obitelji mobitel, video-rekorder, osobno računalo itd. Ti mediji mogu se uporabiti već prema osobnim ukusima. Samcima ta sredstva komuniciranja pomažu ne izolirati se potpuno. Također, zahvaljujući mogućnostima novih medija, mnoge osobe mogu dijelom ili potpuno prebaciti svoju profesionalnu aktivnost u obiteljsko ozračje i tako se može nadići odvojenost rada od privatnog života, što je u velikoj mjeri kreirala industrijska era. Mediji također mogu biti korisni i u svakodnevnim praktičnim poslovima, npr. kupovina preko medija, bankarske i druge praktične

8. A. O. FERRARIS, *Umjetna djeca*, Katolički tjednik, II (XXIV) br.37, str. 32. preneseno iz talijanskog dnevnika La Repubblica, 19.8. 2003.

usluge. Mediji mogu obogatiti vrijeme odmora, a dobri zabavni programi za djecu i mlade utječu na razvoj intelektualnih sposobnosti. S druge strane, sigurno je da uporaba novih medija košta i zahtijeva mnogo vremena.⁹ Raznovrsna ponuda i individualno korištenje medija unutar obitelji pogoduju izolaciji unutar same obitelji. Raznovrsna ponuda za djecu i mlade može negativno utjecati na njihov razvoj nudeći sekundarna i umjetna iskustva, iluzije.¹⁰

“Četvrta
moć”

8

Mediji, javno mnijenje i politički procesi. Politički život u demokratskim zemljama oslanja se na mnogostruke forme medija i učinkovitih sustava komuniciranja. Mediji, prenoseći građanima, ali i političarima različite informacije, omogućuju im lakše donositi odluke. Zbog njihova velikog utjecaja na javno mnijenje, mediji se poslije izvršne, zakonodavne i sudske države “četvrtom moći”. Mediji kreiraju i javno mnijenje i zbog toga se tu kriju i mnoge opasnosti. Na primjer, u mnoštvu informacija teško se snaći i vidjeti koja je prava. Mnoge informativne agencije i mnogi mediji čine selekciju vijesti. Ide se u mnoštvu medija za što senzacionalnijom informacijom, a često na štetu objektivnog i etičkog informiranja. Uz velike tehničke mogućnosti, sve su informacije u svakom trenutku tu.¹¹

9. Prema istraživanjima u Njemačkoj, npr. počevši od četrnaeste godine života, Nijemci su šest i pol sati dnevno u kontaktu s tradicionalnim medijima. Od ovih šest i pol sati, televizija zaokupi pozornost od tri sata. Čitanje novina otpilike pola sata, dok je u porastu interes za knjigu. Usp. *Zajednička izjava...*, str. 35-40.

10. Usp. M MARIA CRISTINA CARNICELLA, *Comunicazione* ... str.

11. Usp. E. SAPERAS, *Effetti della comunicazione sociale u Dizionario di scienze e tecniche della comunicazione*, Ed. San Paolo, Milano 1996. str.370-380.

Crkva treba
poboljšavati
svoj rad s
medijima

Mediji, Crkva i zajedništvo. Aktualna ekspanzija medija tiče se izravno i crkvenog djelovanja, kako na području odgoja, znanosti, obrazovanja, ali i pod vidom izravnog pastoralnog djelovanja, tj. propovijedanja, karitativnog rada i nazočnosti Crkve i vjere u javnom životu.¹² Crkva tom problemu treba pristupiti ozbiljno i na vrijeme. Masmediji su za Crkvu vrlo bitno sredstvo komuniciranja, kako unutar same sebe tako i u dijalogu sa svijetom. Crkva i njezine institucije trebaju neprestano poboljšavati svoj rad s medijima, ali pratiti i zakonitosti tehnike, te na vrijeme reagirati kako bi se izbjegle teže posljedice. Osim toga, mediji daju mogućnost Crkvi javno ponuditi poruku vjere, privući pozornost na različite forme u kojima se manifestira vjerski životi te tako neposredno snažiti vjeru u svakodnevnom životu. Preko medija Crkva čini vidljivim moć evanđeoskog pomirenja. Pod različitim i kreativnim formama mediji nude Crkvi mogućnost širenja evanđeoske poruke. Mediji mogu omogućiti Crkvi uključiti se i s drugima surađivati na različitim područjima društvenog života. Zahvaljujući tim “divnim Božjim darovima”, može se ući u dijalog, ponuditi svoj sadržaj i programe. Tu su i mogućnosti za razmjenu i brzu komunikaciju. Na planu pojedinih župa moguće je ponuditi širokom gledateljstvu svoju ponudu. Mediji mogu biti pogodno sredstvo za kreiranje i pripremanje izravnog kontakta. Sve to zahtijeva određenu profesionalnost,

12. Imajući u vidu mnogostruka pozitivna, ali i negativna iskusta koja Crkva ima s medijima, Ivan Pavao II. će upozoriti: “Društvena obavijesna sredstva već mnogostruko doprinose duhovnom obogaćenju; na primjer brojnim programima u godini Velikog jubileja koji dostižu javnost cijeloga svijeta zahvaljujući prijenosu preko satelita. U drugim pak slučajevima ona ističu ravnodušnost, sve do neprijateljstva kojega ima na nekim područjima svjetovne uljudbe prema Kristu i njegovoj poruci.” Usp. IVAN PAVAO II., *Naviještati Krista u društvenim sredstvima priopćivanja u zoru trećeg tisućljeća*. Poruka za 34. svjetski dan sredstava društvenog priopćivanja. Usp. J.M. JAVIERRE, *Comunicazione delle idee religiose u Dizionario di scienze e tecniche della comunicazione*, Ed. San Paolo, Milano 1996. str. 187 -202.

prikladnost ponude i poznavanje zakonitosti djelovanja masmedija. Međutim, to nosi sa sobom i određene poteškoće. Nije uvijek najznačajnije mnoštvo informacija i obilje riječi, nego prikladnost, način komuniciranja u pravo vrijeme. Imati svoje vlastite medije, ili poruku nuditi u zajedničkim medijima, ostaje još uvijek bitno pitanje na koje treba tražiti najbolje odgovore ovisno o svakoj sredini.¹³

Mediji i komuniciranje u antropološkoj perspektivi

Homo
communicans

10

Uvođenje medija u svakodnevni život, na svim područjima, prema mišljenju nekih znanstvenika, utječe i na samu bit ljudskog bića. Neke od karakteristika tih promjena vrlo je lako odrediti, druge su između ostalog nastale sustavnim djelovanjem medija. Radi se o novom načinu čovjekova shvaćanja, komuniciranja i postojanja u svijetu. Pod utjecajem novih medija, nastaje nova mentalna struktura, novi tip čovjeka koji se može odrediti kao *homo communicans*.¹⁴ Znanstvenici koji prihvaćaju tu tezu dokazuju to tvrdnjama kako je današnji čovjek više čovjek slike nego logike, više senzitan nego racionalan, više intuitivan nego čovjek razgovora, više osoba trenutka nego procesa, više informiran nego komunikativan. Duskora se osobna realnost izgrađivala po onome što je svatko bio, na temelju svoga vlastitog bića, na temelju vlastitih prirodnih mogućnosti. U određenom smislu čovjek se prirodno uklapao u ambijent u kojem je živio, a i sam ambijent

13. Usp. *Nadolaskom novog doba (Aetatis novae)*, Pastoralna uputa. KS Zagreb 1992. str. 27.-30.

14. Usp. M.ARIA CRISTINA CARNICELLA, *Comunicazione ed Evangelizzazione nella Chiesa*, Ed.Paoline Milano 1998. str. 23. - 40. Paolo, Milano 1996. str.370-380.

određivao je proces formacije-identifikacije u određivanju onoga što se postaje. Stoga se može reći da današnja medijska izmjena vijesti i informacija svake vrste, utječe na mišljenje i življenje jedne osobe.¹⁵

11
Univerzalistička
tendencija
komuniciranja

Kod današnjeg čovjeka razvija se jaka univerzalistička tendencija. “Sredstva društvenog priopćivanja uvode svijet u osobnu svijest i savjest i u isto je vrijeme osobna savjest uvedena u svijet preko medija.”¹⁶ Preko sredstava priopćivanja moguće je upoznati različite i raznolike realnosti, načine življenja i razmišljanja. Bez pomicanja iz kućne fotelje, današnji čovjek može biti svugdje, ući u život poznatih osoba, proživljavati trenutak za trenutkom velike povijesne događaje. Svijet koji ulazi u čovjeka, u njegovu svijest, može potaknuti čovjeka da se osjeća aktivnim sudionikom toga svijeta i on se pita koja je njegova uloga u tom svijetu, što može razvijati svijest odgovornosti. S druge strane, povećan broj informacija može također dovesti i do gubljenja osjećaja odgovornosti. Čovjek naviknut preko sredstva društvenog priopćivanja na sve, može postati ravnodušan prema zlu i nepravdi oko sebe. Takva je univerzalistička tendencija s jedne strane pozitivna jer može proširiti čovjekova obzorja, ali isto tako može dovesti do jedne vrste redukcionizma koji kreira nove granice psihološkog tipa (univerzalnost viđena iz kućnih zidova), ili koja preoblikuje odnose s realnošću u čisto informativni kuriozitet (općenitost transformirana u seriju podataka i primljenih informacija), ili koja vodi u određenu vrstu amorfne pasivnosti bez ikakve kritičnosti i emotivnosti. Sve je stavljeno na istu ravan. Upravo je to jedan od najvećih problema današnjeg čovjeka; zatvoriti se u zidove vlastite kuće i živjeti

15. *Isto*, str. 35.

16. N. ALKOVER IBANEZ, *Uvod u medije*, Madrid 1990. p. 85.

12

duhovnu bijedu u punoj epohi i bogatstvu informacija. Tako obilje informacija koje slikom i riječju neprestano bombardiraju današnjeg čovjeka onemogućuju mu stvoriti ljestvicu vrjednota.¹⁷

Donedavno je prevladavalo izravno iskustvo. Danas, zahvaljujući masmedijima, uronjeni smo u neizravno iskustvo, virtualnu realnost koja otvara novu dimenziju i omogućuje nam živjeti kao da smo uronjeni u realnost, iskustva koja čine dio imaginarne sfere i sna. Uklonjena je odvojenost između prošlosti, sadašnjosti i budućnosti da bi se u prvi plan stavila jaka vrijednost sadašnjosti, koja apsorbira u sebe druge dvije vremenske dimenzije, prošlost i budućnost. Danas se živi pod znakom neprestanih promjena koje se prilagođavaju novim situacijama. To može stvarati jak osjećaj nesigurnosti, privremenosti i tjeskobe. Mnogo je lakše usredotočiti se na sadašnjost nego postaviti pitanje budućnosti. Složenost budućnosti koja se pojavljuje pred današnjim čovjekom, koji s jedne strane živi svoj život pod znakom krajnje krhkosti (upravo je proširena informacija koja omogućuje spoznaju i svijest privremenosti našega života), s druge strane živi kao da život ne će završiti nikada. Smrt, bolest, patnja gledaju se kao incidenti koji pogađaju uvijek druge. Takva realnost koja nam je neprestano pred očima, jer je televizija neprestano pokazuje, ali koja je s onu stranu ekrana i koja u određenom smislu nije ništa te se mirno može živjeti svakodnevnica. Ne gleda se na prošlost niti na budućnost. Živi se intenzivno sadašnjost.¹⁸

17. Usp. MARIA CRISTINA CARNICELLA, *Comunicazione op.cit.*, str. 23.- 46.

18. *Isto*, str. 47.

Biti u
"trendu"

13

Osim toga, današnji mediji doprinose zaboravljanju tradicije, a gube se i solidni i stalni životni vodiči koji imaju linearnu logiku knjige. Za današnjeg čovjeka nije bitna jedna solidna racionalna temeljna formacija, već samo ići u korak s vremenom, biti u "trendu". Čovjek bombardiran mnoštvom informacija i mišljenja ne temelji život na osobnom razmišljanje, nego razvija pripadnost svijetu. Ne živi oslanjajući se na unutarnju solidnosti svoga uvjerenja, nego se savršeno i neprestano prilagođava onome što ga okružuje. "Ne osjeća se poduprt od unutarnje idejne strukture, već od pripadnosti grupi i intuitivnog odnosa neprestanih stimulansa toga svijeta."¹⁹ Posljedice svega toga za današnjeg čovjeka su - da je imaginarno realnije od realnoga; da je umjetno naravnije od naravnog, da je neizravno bliže izravnom. Nalazimo se nasuprot čovjeka u kojemu pojednostavljenje ide na štetu racionalnoga, neprestani konzumizam nadoknađuje kreativan napor, imitacija i obred postaju samo sredstva pripadanja grupi. Takav proces osiromašuje osobnosti u korist sve više proširene masovnosti. Pod snažnim utjecajem medija, za današnjeg čovjeka zabava postaje sredstvo za bijeg od tjeskobnih situacija, dok magija i iracionalno postaju idealna klima kako bi se pobijedio strah i podsvjesno što duboko dominira u ljudskim srcima. Svakim danom susrećemo sve više novih ljudi, a sve manje starih prijatelja. Informacije nas nose i povezuju sa svim stanovnicima zemlje. Dok mediji povezuju ljude jedne s drugima, nadilazeći vrijeme i prostor, istodobno osiromašuju sve što je prošlih stoljeća držano kao individualnost i osobni identitet.²⁰

19. R.ZANGOLI, *Proliferazione dei linguaggi: comunicazione o Babel u Via Verita e Vita* 129/ 1990. str. 6.

20. Usp. MARIA CRISTINA CARNICELLA, *op.cit.*, str. 40.

Komuniciranje i shvaćanje života

Temeljna
opcija

14

Tko želi odgovorno djelovati, treba razmišljati o pretpostavkama i uvjetima svoga ponašanja. Čovjek kao razumno biće oduvijek je osjećao potrebu tumačenja sebe samoga, svojih početaka i svijeta u kojem živi. Razumijevanjem sebe samoga i svijeta u kojem se živi, a koje proizlazi iz ovog procesa interpretiranja, oblikuju se postupno također način i forma koji se želi dati osobnom životu. Neizmjerne je percepcijske moći i mogućnosti da se uđe u odnose s vlastitim okolinom, osobama i stvarima. Svatko može birati, odlučivati, organizirati svoj način života. Ljudski duh načelno je otvoren svemu. Prema tomu, treba provesti temeljnu opciju s obzirom na uspjeh svoje egzistencije. Proces interpretacije i orijentacije nikada nije zaključen. Zahtijeva sposobnost opraštanja i hrabrost novog započinjanja. Ta nerješiva napetost između izazova i pogrešaka, između oprosta i želje da se iznova započinje, predstavlja unutarnju napetost koja zahtijeva pokret života.²¹

U procesu formacije osobnog identiteta, slika o sebi i svijetu ima nepobitan značaj u najmanje ruku jednak kao tjelesne potrebe. Starenje npr. može biti opisano kao biološki proces. Ta definicija ne nudi ipak nijednu smjernicu kako protumačiti starenje. Proces starenja može biti interpretiran kao slabljenje bitnih životnih funkcija, ili kao zrelost nagomilanog iskustva i sposobnosti prosudbe. Prema tomu kako pojedina kultura razvija sliku o staroj osobi, različiti su i kriteriji vrjednovanja i ponašanja.²²

21. Usp. *Perspektive i rizici društva medija...* str.74.

22. Usp. *Isto*, str. 75.

Putokaz
u život

15

Kršćanska tradicija bila je i jest sredstvo po kojem se interpretira i orijentira život. Kroz jezik, slike, simbole i obrede postavljani su zajedničke temeljne činjenice života, u nastojanju da se odredi putokaz u mnogostrukosti prividno kaotičnog života. U kršćanskoj tradiciji temeljna struktura ljudskog života opisana je i izražena preko pojmova duh, osoba i vjera. Biti ljudsko biće ne znači automatski naći naravni put u život. Taj opći princip nalazi potvrdu u drevnoj teoriji prema kojoj ljudsko biće nije samo tjelesnost, već također duhovna bit, otvoren dimenziji grijeha koji se proteže izvan vidljivog i materijalnog svijeta. Prema kršćanskoj vjeri, osoba se definira preko činjenice da čovjek ne živi samo od odnosa s čistim danostima osjetilnog svijeta. Dosljedno tomu, ljudska osoba ima mogućnosti razviti također određenu neovisnost i slobodu u odnosu na taj svijet od kojeg se udaljuje, koncipirajući svoj život na drugačiji način u odnosu na druga živa bića koja su uvjetovana svojim ambijentom.²³

Tumačenje
ljudskog
života

16

Princip dostojanstva ljudske osobe uključuje činjenicu da se čovjekova bit ne očituje potpuno u objektivnom svijetu i da nijedan unutarstvjetovni odnos ne može potpuno odrediti njegovu vrijednost. Vrijednost osobe ne može biti utemeljena niti na temelju njezinih odlika niti na temelju njezinih akcija. Ta vrijednost, nepromjenjivo dostojanstvo osobe, proizlazi iz slobodnog predanja Bogu. Po tom odnosu utemeljenom u Kristu, kršćanstvo shvaća i tumači ljudski život. Iz tih odnosa mogu se izvesti kriteriji za jedan oblik života koji odgovara ljudskoj slobodi. U toj perspektivi vjera se shvaća kao zauzimanje stava u odnosu na temeljnu dimenziju našega života koji se usmjeruje prema volji Božjoj kao vrhunskom izrazu dobra i ostvarenog života.

23. Usp. *Perspektive i rizici društva medija*, str. 76.

U cilju etičkog usmjerenja, to znači da kršćani ne mogu očekivati ni od jedne ljudske akcije potpunu realizaciju dobra i stoga stvaranje jednog novog bića. Unatoč tomu, kršćani su pozvani uzeti udjela u stvaralačkom Božjem djelu, što će reći pozvani su promicati svaku akciju, tehniku, društveni oblik života i komuniciranja koji pomažu svim stvorenjima živjeti ostvarenu egzistenciju.

Na putu ostvarenje slobode svakog ljudskog bića, oblici tumačenja ljudskog života imaju odlučnu ulogu ukoliko ga uvode u vrjednovanje onoga što jest i što bi trebalo biti ljudsko biće. Prema modelima tumačenja života, koriste se i sredstva i načini djelovanja za postizanje određene forme života. U kršćanskoj koncepciji pojavljuje se stoga očito interes da se život usmjeri prema odgovarajućim modelima koji predstavljaju mnogostruke dimenzije sa svojim tenzijama i kontrastima. To znači da osoba nije samo stvorenje koje ima isključivo duhovne i intelektualne potrebe, ali je isto tako istina da nasilje i seksualnost nisu sami po sebi odlučujući faktori u ostvarenju jedne osobe. Ako ljepota i radost nisu jedine komponente života, također nisu manje ni patnja i bol. Dakle, snaga života izvire iz mnogostrukosti životnih odnosa.²⁴

Komuniciranje kao duhovni fenomen

Čovjek
slika Božija

17 U filozofskoj i teološkoj tradiciji, fenomeni koji danas ulaze u određenje “komuniciranja” bili su dugo promatrani pod čisto duhovnim vidom. Pod pojmom “duh” podrazumijeva se dimenzija koja nadilazi materijalni svijet, u kojem se ljudsko biće shvaća, interpretira i zauzima poziciju prema odnosima koji prate

23. Usp. *Perspektive i rizici društva medija*, str. 76.

24. *Isto*, str. 77.

njegovu egzistenciju i iz koje crpe nužnu snagu za oblikovanje njegova života. Prema kršćanskoj koncepciji, dostojanstvo ljudskog života, i istodobno svi faktori koji ga kompromitiraju, nalaze se zatvoreni u tom planu. Imajući u vidu činjenicu da je u biti slika Božja, ljudska osoba je pozvana usmjeriti svoj život u slobodu i odlučivati u svom hodu. Iz tog je vidljivo da ljudski život nije samo uspjeti, nego i ne uspjeti. Čovjek može uporabiti svoju slobodu da si kreira život bogat ljudskim odnosima, ali je također u stanju razoriti ga svojim razumom i mogućnostima svekolikog života. Takve suprotstavljene realnosti, koje su potencijalno uključene također i u medijske tehnike i tehnike telekomunikacija, prožimaju i različiti faktori kao što su tehnika, pravo, ekonomske strukture, odgoj i politička volja. Svijest o mnogostrukosti, koja prati ljudsku egzistenciju, pripada bogatstvu iskustva na temelju kojeg kršćanska tradicija određuje svoje poimanje života i sugerira kako njime upravljati.²⁵

Odgovornost
i sloboda

18

Proširenjem osnovnih prostora slobode, s umnažanjem mogućnosti socijalizacije, pojačava se istodobno imperativ odgovorne uporabe takve slobode. Brza preobrazba medijske panorame neizmjereno proširuje prostor djelovanja za čovječanstvo. Međutim, proces transformacije otkriva neke mogućnosti zlorabe, dosad nepoznate, radikalizirajući problem odgovornosti. Kad se govori o odgovornoj uporabi slobode, misli se na filozofiju života koja ne razara, već ojačava pretpostavke slobode svih ljudskih bića, koja osim toga osjeća da i drugi očituju osobne darove i koji u procesu komuniciranja ustaju u obranu dostojanstva drugih. Takva uporaba slobode u svakom slučaju nije naravna danost. Iz toga slijedi da je s

25. Usp. A. ZANACCHI, *La sfida dei mass media*, Ed. Paoline, Milano 1990. str. 184. - 207.

jedne strane trajna zadaća na razini odgoja, i s druge strane da trebaju biti stvarane takve pretpostavke političkog i pravnog karaktera za jedan medijski sustav u kojem se ta uporaba slobode može učinkovito ostvariti. U tom smislu su poželjne konstitutivne forme koje po sebi odgovaraju karakteru slobode i dostojanstva. U realizaciji te zadaće dobro je ne izgubiti iz vida racionalne sposobnosti samoodređenja i sklonost k odgovornosti voljnog instinkta u ljudskoj osobi, polazeći od koncepcije ljudskog bića stvorenog na sliku Božju. Tvrdnja po kojoj ljudski odnosi određuju temelj oko kojega svako ljudsko biće tumači i oblikuje svoj život, može biti formulirano i s druge točke gledišta: komuniciranje je dimenzija duha u kojoj se izdižemo iznad biološke stvarnosti i našeg bića povezanog s prirodom. To bi trebalo imati bitnu funkciju za razvoj razumijevanja nas samih i svijeta.

Komuniciranje i vjernost

19

Fikcija
i realnost

Komuniciranje u svim svojim formama je razmjena preko koje osobe postižu suglasnost ili mimoilaženje. U tom procesu osoba nalazi potvrdu svog identiteta, ili je stavljena u pitanje. Shvaćanje vrijednosti i značenja vlastite egzistencije razvija se i preko komunikativnog procesa. Koliko su više u igri velike životne teme, toliko je više jasno da je vjernost - također s velikim različitostima - nužna pretpostavka svake vrste komuniciranja. Osoba je spremna ući u odnos s drugom osobom i iznutra se otvoriti samo kad osjeća da je sugovornik shvaća ozbiljno i da ne zlorabi njezino povjerenje. Drugim riječima, izigrati povjerenje jedne osobe, znači prekinuti svaki oblik komuniciranja s njom. Tko nastavlja širiti pogrješne vijesti, gubi povjerenje drugih i nije više pouzdan. Komunikativni pro-

26. Usp. *Isto*

cesi imaju moć potvrditi, ili razoriti sigurnosti života.²⁶

Vjernost ima bitnu ulogu ne samo u međusobnim odnosima. Povjerenje je postalo sve značajnije s razvojem novih medija. Predstavljanje realnosti preko medija rezultat je selektivnog procesa u odnosu na mnogostruke aspekte. U budućnosti ne će biti lako označiti granice između iluzije i moći. Nove tehnike nose u sebi dosad nepoznate mogućnosti manipuliranja i može nestati crta koja razdvaja fikciju od realnosti. Nužno je razvijati taj osjećaj s obzirom na rizike povezane s manipuliranjem, posebno što se tiče medijskih djelatnika, ali također i korisnika. U perspektivi ljudskog dostojanstva, naša je obveza svesti na što manju mjeru “sljepu pripadnost” preko edukativnih, informativnih akcija i objašnjavanja o metodama rada i utjecaju medija. Stvaranje odgovornog medijskog društva treba imati u vidu također te unutarnje mehanizme.

Komuniciranje kao posredovanje između osobe i društva

20
Komuniciranje
i vizija svijeta

Komunikativne strukture mogu otkriti, ali mogu i zapriječiti nove putove tumačenja i oblikovanja života. To je razlog zbog kojeg je kršćanska tradicija oduvijek polagala veliku pozornost međusobnim komunikativnim odnosima zbog njihova odlučujućeg utjecanja na oblikovanje modela ponašanja i vizije svijeta. Kršćanska tradicija stavila je naglasak na osobnu odgovornost koja pomaže osobi odlučivati u kojim će odnosima živjeti. Poštovanje osobnog dostojanstva zahtijeva veliku odgovornost strategija koje rješavaju društvene i osobne probleme, a koji pretpostavljaju osobnu odgovornost pojedinca. Takva sposobnost treba međutim biti prihvaćena. Iz tog razloga etički je imperativ stvoriti pretpostavke koje stavljaju osobu u uvjete oblikovanja vlasti-

tog života pozivajući se na svijest osobne odgovornosti. Također, ako nitko ne može delegirati na drugoga zadatak tumačenja života, istina je i da nijedna osoba ne živi sama za sebe. Nitko nije u stanju potpuno razviti uzore za tumačenje vlastitog života. Takvi modeli su uvjetovani društvom i kulturom u kojoj žive, tradicijom u kojoj se razvijaju, različitim vizijama budućnosti koje jedni drugima prenosimo. Rezultat su složenog procesa odgoja koje imaju svoje korijene u povijesti i u kulturi određenog mjesta i vremena.²⁷

Individualnost
i društvenost

21

Prema ta dva pola, individualnosti i društvenosti, orijentira se također kršćanska vizija ljudskog bića: s jedne strane svaka osoba je jedinstveno i neponovljivo biće, s vlastitim dostojanstvom. Prema kršćanskoj tradiciji, dostojanstvo ljudske osobe nalazi se u biti stvorenja. Bit se definira preko njegovih odnosa s Bogom. U svakoj osobi prepoznaje se slika Božja. Prema toj koncepciji, sloboda i dostojanstvo vlastiti su svakom ljudskom biću, ne mogu proizlaziti ni iz jednog čina autoriteta niti mogu biti plod političke odluke. Iznad svega, one su pretpostavka svake ljudske akcije. Taj odnos s Bogom, koji izvire iz stvaranja, s druge strane je konstitutivan za sva ljudska bića. Prema kršćanskoj vjeri, taj odnos ne osigurava privilegije kršćanima ukoliko bez razlike pripada svim osobama. Iz koncepta dostojanstva proizlazi ideja jednakosti. U mjeri u kojoj se treba poštovati individualnost svake pojedine osobe, ona se treba promatrati kao društveno biće određeno živjeti u ljudskoj zajednici.²⁸

Sloboda
komuniciranja

22

Jedan od temeljnih principa kršćanske tradicije je u tome da svi imaju ista temeljna životna prava. Danas, ponuđene mogućnosti sredstava društvenog priopćivan-

27. Usp. R.ZANGOLI, *Proliferazione...*

28. *Isto*

ja na neki način određuju kvalitetu života, stoga je potrebno osigurati medijski sustav za sve. Također, uz oba pojma - “sloboda” i “društvenost”, kao temeljne pojmove za kršćanski socijalni nauk, i sloboda komuniciranja nalazi se u središtu aktualnih razgovora socijalne etike. Pojam slobode povezan je s ljudskim dostojanstvom i u temeljima je zapadne kulture, i uz pomoć vjere pravno je reguliran. Ta zakonska regulacija služi zaštititi i poboljšanju osobne slobode. Ideal slobode bio je konkretiziran kao pravo na samoodređenje. Taj koncept predstavlja dva aspekta: zaštita protiv uvjetovanih vanjskih oblika (pravo na zaštitu) i sudjelovanje u procesu odlučivanja (zahtijevanju prava). Etički princip može biti izražen ovim riječima: društvo treba stvarati kulturu, odnose i institucije u kojima njihovi članovi žive na način da uklone opasnost slijepe pripadnosti te istodobno favoriziraju svrsishodnost slobodnog samoodređenja. Ostvarenje slobode pojedinca nalazi svoje ograničenje tamo gdje se krši sloboda drugih. Budući da masmediji danas lako nadilaze granice pojedinih država, djelotvoran način zaštite slobode pojedinca nalazi se u međunarodnim zakonima.²⁹

Komuniciranje i kulturni korijeni

Međusobna
razmjena
ideja

23

Svaka osoba, ukoliko traži svoj ljudski ideal i vjeruje u svoju viziju svijeta, izražava to kroz društveni i kulturni kontekst. U svim medijima može se utvrditi ta bipolarna dinamičnost između pojedinca i društva. Također, kada osobe govore zajedničkim jezikom, ista se riječ međutim koristi na osoban način. Bilo koji simbol, pa i onda kada izražava nešto apsolutno individualno, živi unutar simbolične konstelacije određenog društva. Briga za zajedničku kulturu i promicanje mogućih izražaja na

29. Usp. N. ALKOVER IBANEZ, *Uvod u medije...* str. 57.

individualnoj razini, usko su povezani. Komuniciranje se prožima uvijek s povijesnim počecima i kulturom. Pitanje koje se postavlja kod svakog oblika komuniciranja - doprinosi li održavanju života i promiče li pretpostavke koje ga čine mogućim, ili ga umanjuje i razara. To vrijedi posebno za slobodu mišljenja. Ona je danas temelj za moderne medije. U biti, to su pretpostavke otvorenog komuniciranja koje je dovelo do poštovanja slobode i poštovanja svake ljudske osobe. Snaga i sposobnost razvoja parlamentarne demokracije izvire i iz činjenice međusobnog kruženja i konkurencije ideja. Jasno je da masmediji imaju velik značaj u očuvanju demokratičnosti društva. Jamstvo pluralizma i ujednačenosti službi informiranja za što veći broj osoba, predstavlja, iz ove perspektive, etički bitnu činjenicu.³⁰

24

Slobodna i
vjerodostojna
informacija

Etichnost medija ima trajnu vrijednost. Ona ne može biti žrtvovana drugim interesima, posebno ne onima samo tržišta. Dinamika tržišta također zahtijeva uspostavu ne samo političkih uvjeta. Tržište treba računati na slobodne i vjerodostojne informacije koje će prihvatiti narod. Stalno zanimanje Crkve s obzirom na to u kojem će se smjeru razvijati mediji, ne gleda u prvom redu tehnička pitanja, politička i financijska. Za Crkvu je bitno kakvi će odgovori biti na pitanja - na koji način mediji utječu na shvaćanje nas samih i svijeta? Favoriziraju li ili priječe mogućnosti prema oblicima suživota u kojoj će čovječnost biti poštovana i ostvarivana u svim svojim dimenzijama. Služe li uistinu sredstva društvenog priopćivanja međusobnoj komunikaciji i društvenom životu? Poslije odgovora na ta pitanja, druga pitanja su relativna, kao što su politička, tehnička, financijska ili pravna.³¹

30. Usp. A. ZANACCHI, *La sfida dei mass media...* str. 124.

31. *Isto*, str. 143.

Drugo poglavlje

Teologija komuniciranja

Komunikacija kao teološki princip

Teološko
promišljanje o
komunikaciji

25

Znanost o Bogu je najkraća definicija teologije. Ali “Boga nitko nikada nije vidio” (Iv 1, 18) i napokon, nije moguća neposredna spoznaja Boga.³² Takve teološke postavke tumače da se čovjek može približiti i govoriti o Bogu samo preko povijesnih realnosti. Stvoreni svijet i povijest su posrednici božanske objave i spoznaje Boga. S te točke gledišta, teologija nije samo govor o Bogu. Pod tim vidom, kao drugotni objekt, svekolika stvorena realnost može biti objekt teološkog promišljanja. Bog sam i njegova objava u konačnici otkrivaju i osvjetljavaju narav i određenje stvorene realnosti.³³ Prve reakcije Crkve i teologije naspram modernih sredstava društvenog priopćivanja mogu se pratiti najkasnije od Pia XII.³⁴ koji ne samo da je rabio sredstva komuniciranja, nego je o njima razmišljao pod transcendentnim vidom. Drugi vatikanski sabor fenomen društvenog komuniciranja učinio je predmetom teološkog i pastoralnog razmišljanja. Otad se umnažaju teološka razmišljanja o komunikaciji. Pastoralna instrukcija *Communio et progressio* preuzima polazište Sabora i predlaže teologiju komuniciranja tražeći od teologa pozornu obradu svih posebnosti te teme.³⁵ Danas velik

32. Usp. F. MARTINEZ DIEZ, *Teologia della comunicazione u Dizionario di scienze e tecniche della comunicazione*, Ed. San Paolo, Milano 1996. str. 1254-1270.

33. Usp. GIANNI COLZANI, *La teologia e le sue sfide*, Ed. Paoline Milano 1998.

34. Pio XII., čiji je otac bio novinar, napisao je oko šezdeset tekstova u kojima razmišlja o medijima. Usp. F.J. EILERS, *Comunicare nella comunità*, Torino, 1997. str. 207.

35. *Communio et progressio*, br. 6. - 18.

broj teologa drži komuniciranje bitnim polazištem svakog teološkog govora. Komuniciranje je jedan od principa sličan teološkom konceptu teologije križa, ili teologije slave.³⁶ Dakle, čitavu objavu možemo promatrati pod vidom komunikacije Boga i čovjeka, kao i svega stvorenoga. Stoga se kršćanstvo može definirati kao religija neprestanog komuniciranja, jer je Bog u svojoj biti samoobjava i neprestano darivanje unutar Presvetog Trojstva. Nastavljajući svoje komuniciranje u Crkvi i po Crkvi, može se reći da je Crkva po svom propovijedanju (Kerygma), po svom zajedništvu (Koinonia), po svom služenju (Diakonia) kao samoobjava Boga do svršetka vremena.³⁷

Objava i komuniciranje

26

Osloboditeljska
i spasiteljska
komunikacija

Povijest spasenja je mjesto i vrijeme u kojem se Bog objavljuje, a ujedno je to i povijest komuniciranja Boga koji se otvara čovjeku objaviti mu svoj nedoku-

36. Usp. L. M. PIGNATIELLO, *Comunicare la fede*, Ed. San Paolo, Milano 1996, str. 227- 243.

37. Tako za milanskog kardinala Martinija svaki tip ljudske komunikacije proizlazi iz misterija Presvetog Trojstva od koga sve stvoreno i svaka egzistencija imaju svoj izvor, ili bolje rečeno "iz trojstvenog zajedništva ljubavi i neprestanog dijaloga, rođena je ova ljubav". (1990, br.35). Stvarajući ljudska bića na "svoju sliku i sebi slične" (Post 1,26), Bog im je dao također mogućnost i potrebu uspostavljanja međusobne komunikacije. Dijalog u slobodi koji je Bog uspostavio sa svojim ljubljenim stvorenjima čini bazu svih međusobnih odnosa, i dijalozi koji se uspostavljaju među ljudima, a "sve stranice Biblije produbljuju taj događaj, krizu, ponovno uspostavljanje tog dijaloga". Darovi Božji i posebni izražaji ovoga dijaloga su Sinajski savez i događaj Duhova. Po mišljenju kardinala Martinija, evanđelje Duhova je "evanđelje komuniciranja, jer Bog je zajedništvo i komunikacija" (36). Kao što glazbena tema simfonije može biti ponavljana na različite načine, slično je i tema o Bogu kao komunikaciji izražena u Bibliji preko različitih slika i simbola, kao npr. slika Duhova koja ozdravlja konfuziju Babilona. Duh Sveti u događaju Duhova, snažan u svojoj izvanrednoj mogućnosti komuniciranja, otvara kanale komuniciranja koje je Babilon zatvorio, uspostavlja autentične odnose među ljudima u Kristovo ime i omogućuje rađanje Crkve kao "znaka i sredstva komuniciranja s Bogom i jedinstva među ljudima". F.J. EILERS, *Comunicare...* op. cit. str. 32-50.

čivi misterij i učiniti ga sudionikom božanskog zajedništva. Bog je začetnik nacrtu spasenja ostvarenog kroz povijest (Post 3,15; 9, 1-17; 12, 1-3), uspostavljajući dijalog među ljudima³⁸, i nakon što je govorio po Ocima i Prorocima, progovorio je na koncu po Sinu: (Heb 1,1-12) “Riječ je postala tijelom.” (Iv 1,14) U Riječi tijelom postala, Bog se definitivno objavio. U propovijedanju i djelovanju Isusovu, Riječ je postala osloboditeljska i spasiteljska za čitavo čovječanstvo.³⁹

Bog je svoje unutartrojstveno zajedništvo projicirao u ljudsku povijest, ali je to učinio kroz dug proces objave. Na taj način čovjek je mogao otkriti nacrt zajedništva i komuniciranja, što je cilj i objekt ljudske povijesti. Čovjek je otkrio u konačnici svoj poziv. Židovsko-kršćanska samoobjava Boga čovjeku: nije jednostavno priopćavanje ideja, ili jednostavna informacija unutar jedne doktrine, pa makar to bila i doktrina spasenja; već autentična samoobjava s osobnim karakteristikama. Bog se osobno uključuje u objavu. Bog ulazi u kontakt kroz povijesna zbivanja. Objava se događa preko povijesnih događaja i po proročkoj riječi. Odnos između riječi i događaja čini jezgru objave. Stvaranje nosi u sebi tragove Božje. Ali povijest je prije svega ona koja objavljuje djelovanje Božje, njegovu trojstvenu bit. To su povijesne akcije koje se predstavljaju kao prauzor i model, jer se Božja intervencija objavljuje u njima s posebnom oslobodilačkom snagom. Ti oslobodilački čini mogu biti samo djelo Božje. Npr. oslobođenje iz egipatskog ropstva i mnogi drugi događaji u povijesti izabranog naroda. Međutim, Božja objava ne završava stvaranjem ili posebnim intervencijama u povijesti. Ona se provodi posebnom objavom u proročkoj riječi: ta proročka riječ objašnjava, osvjetljuje, razlikuje obja-

38. *Communio et progressio*, 10

39. *Aetatis novae*, 6

viteljski sadržaj kozmosa i povijesti. Proročka riječ nije akademski, teoretski i doktrinarni govor. Ta je riječ uvijek priopćena u povijesnom trenutku prošlosti koja se aktualizirala. To je aktualizirajuća riječ spasenjskog sadržaja i oslobodilačka povijesnog iskustva. Istodobno, to je riječ koja razotkriva grijeh i ropstvo nazočno u povijesti. Stoga objaviteljska riječ proroka objašnjava povijest raspršujući dvosmislenost, neodlučnost. U isto vrijeme povijesna iskustva dopuštaju bolje tumačenje proročke riječi i bolje shvaćanje poruke. Objava Boga čovjeku nosi u sebi još jednu karakteristiku, a to je komuniciranje u obliku dijaloga. Prorok govori u Božje ime i potiče narod na odgovor. Odgovor naroda u tom dijalogu je vjera, vjernost, a katkada prigovor.⁴⁰

Božansko komuniciranje Presvetog Trojstva

Komunikacija
u ljubavi

27

Nikad čovjek ne bi mogao otkriti Božju intimnost da se On nije objavio. Stoga je potrebno osloniti se na objavu u traženju spoznaje temelja trojstvene komunikacije. Bog kršćanske vjere objavio se kao jedan Bog u trojstvu, u kojem su jedinstvenost i pluralnost, jedan Bog u tri osobe, Otac, Sin i Duh Sveti. Ta istina nije nebitna za teologiju komuniciranja: naprotiv, ona je njezin doktrinarni temelj. Samo polazeći od trojstvene komunikacije, može se razumjeti projekt zajedništva i komuniciranja koje definira poziv čovječanstva prema kršćanskoj vjeri. Samo polazeći od trojstvenog zajedništva, može se razumjeti vrijednost i značenje ljudskog zajedništva. Kršćanski Bog nije usamljen i izoliran: jest jedan, ali nije sam. On je trojstveni Bog, zajedništvo u kojem supostoje tri egzistencijalno povezane osobe. Možda je pravilnije reći kako postoje tri osobe u zajedništvu i komunikaciji koja se odvija među njima.

40. Usp. F.J. EILERS, *Comunicare...* op. cit. str. 32

Komunikacija
u ljubavi

Zajedništvo je karakterističan odnos osoba: samo se osobe mogu ujedinjavati, međusobno se otvarati i biti jedno za sve. U tome je komunikacija. Jedinstvo među tri božanske osobe ne poništava razlike i individualnost svake od njih; naprotiv, ujedinjenje pretpostavlja razliku. Po recipročnoj komunikaciji Osoba jesu jedan Bog ? ljubavi. Kako bi klasična teologija objasnila trojstvenu komunikaciju, uporabila je izraz tijek, razvoj, proces; dva su procesa unutar Presvetog Trojstva, ona Sina po rađanju (generatio) i onaj Duha Svetoga po odisanju (spiratio). Teologija je označila i četiri relacije: očinska, sinovska, rađanje, udahnjivanje. Ti odnosi čine izvore trojstvenog komuniciranja i određuju kršćanskog Boga kao Boga koji je u biti zajedništvo i komunikacija tri osobe.⁴¹

Stvaranje kao božanska komunikacija

Čovjek Božja
slika i njegov
sugovornik

28

Bog židovsko-kršćanske objave nije samo Bog zajedništva unutra sebe, on je također Bog koji izlazi iz sebe samoga u susljednoj i neprestanoj komunikaciji. Među tim činima, prvi je stvaranje. Bog koji izlazi iz sebe samoga stvara nešto različito od sebe i zadržava neprestani komunikativni odnos sa svojim stvorenjima. Biblijski izvještaj izražava dobro komunikativni karakter čina stvaranja: povezuje ga s riječju. Bog stvara riječ, stvara riječju, stvara komunicirajući. Stvaranje je rezultat učinkovite riječi, tj. sadržaj, poruka riječi. Preko stvaralačkog čina Bog priopćava svoju misao i ljubav. Stvaranje je odraz, utjelovljenje ideje i ljubavi Božje. Bog stvara svojom inteligencijom i svojom ljubavlju. Stoga svijet i sve stvorene realnosti nose Božje tragove. Ti utisnuti Božji tragovi pričaju, otkrivaju, govore nam nešto o Bogu u njegovoj intimnosti.

41. Usp. F.J. EILERS, *Comunicare...* op. cit. str. 32

Sigurno da je to što je objavljeno na neki način djelomično i zatamnjeno, ali tko promatra stvaranje i razmatra ga “otvorenih očiju”, otkriva u njemu Božju poruku, njegove tragove, odsjaj i znakove Boga stvoritelja. To je objaviteljska vrijednost stvaranja, zemaljskih prirodnih ili kulturnih realnosti. Među svim stvorenjima, ističe se čovjek. Biblijsko pripovijedanje stavlja ga u središte stvaranja i na vrh hijerarhije stvorenih bića. U čovjeku postoji nešto više od jednostavno traga i Božjega svjedočanstva. U njemu je istinska slika i sličnost Bogu. “Na svoju sliku stvori Bog čovjeka, na sliku Božju on ga stvori, muško i žensko stvori ih”, (Post.1, 27). Čovjek, biće obdareno razumom i voljom, sposoban spoznavati i ljubiti, stvoren je za slobodu. Čovjek nije samo slika Božja, on je i Božji sugovornik. Stoga je između Boga i čovjeka moguća komunikacija. I čovjek je stvoren za suživot i zajedništvo. Zato se komunikacija stavlja u središte ljudskog poziva i proširuje se izvan vlastite ljudskosti. Ona doseže također dijalog s Bogom. Židovsko-kršćanska povijest može se promatrati i pod vidom dijaloga između Boga i čovjeka, u kojem je inicijativa u Bogu po stvaranju i objavi, a odgovor u čovjeku po vjeri. To potvrđuje teološku vrijednost ljudske komunikacije. Samo objava i vjera omogućuju takvu komunikaciju.⁴²

Savršenstvo i punina komuniciranja u Isusu Kristu

Isus Krist
savršeni
komunikator

29

Punina Božjeg komuniciranja s čovjekom je u osobi Isusa iz Nazareta, u kojem kršćanska zajednica pre-

42. Usp. G.TANZELLA-NITTI, *Scienze della comunicazione e Rivelazione cristiana: riflessione sul ruolo della teologia in Chiesa e comunicazione metodi, valori, professionalità*, Vatican 1998. str. 27-44

poznaje istodobno Boga i čovjeka. Ovdje je nešto više od jednostavnog dijaloga: radi se o istinskom susretu. To je najviša razina komuniciranja. Kršćanska literatura je izričita u naglašavanju posebnosti božanskog komuniciranja u Kristu Isusu. Tom posebnošću želi se istaknuti i sveobuhvatnost i velikodušnost komuniciranja. Kao Bog i čovjek on komunicira, na najbolji mogući način nudeći riječ Božju preko ljudskih riječi i gesta. Božansko utjelovljenje Sina je u središtu svake ljudske komunikacije. “Bog koji je nekoć u mnogo navrata i na mnogo načina govorio ocima po prorocima, na kraju, to jest u ovo vrijeme, govorio nam je po Sinu koga je postavio baštinikom svega i po kome je stvorio svijet. Sin koji je odsjev njegova sjaja i otisak njegove biti, koji svemir uzdržava svojom silnom riječi?”, (Heb 1,1-3). U osobi Isusa, komunikacija, dijalog, odnos između Boga i čovjeka imaju svoj vrhunac. Po središnjem misteriju Utjelovljenja Bog se približio čovjeku, na njegovu razinu, poprimio je ljudsko obličje, i u Kristu je Bog postao izravan sugovornik s čovjekom. Vrijednost objave u Kristu ne ograničava se na riječi koje On izgovara: njegova riječ je model komuniciranja. Komunikacija je potpuna kada se ostvaruje u darivanju sebe samih u ljubavi. Isus Krist, savršeni zajedničar (komunikator), govori potpuno ukorijenjen u svoj narod. “Govorio je iznutra, ispred svog naroda, navješćujući božansku poruku silno i ustrajno i svima bez razlike; a ipak se u svemu prilagođavao njihovu načinu govora i mišljenja, jer je govorio iz njihova stanja i životnih prilika prilagođavajući svoj govor mentalitetu, uvjetima i situacijama onih koji ga slušaju. (...) Ustanovivši pak svetu Euharistiju, Krist nam je predao vrhunski oblik zajedništva, najviši što se zemaljskom čovjeku mogao dati, to jest zajedništvo između Boga i čovjeka, a time također najtješnji i najsavršeniji oblik drugovanja među samim

ljudima.”⁴³ “Prema kršćanskom vjerovanju, bratsko ljudsko zajedništvo, glavni cilj svakog priopćivanja, ima svoje iskonsko ishodište, upravo prauzor u vrhunskom otajstvu vječnog božanskog zajedništva između Oca, Sina i Duha Svetoga.”⁴⁴ Križ i Isusovo uskrsnuće vrhunski su model priopćivanja u ljubavi. Krist nam je najzad priopćio Duha svoga Životvoritelja koji je počelo druženosti i jedinstva. Tako i komunikacija među ljudima, da bi bilo istinska, zahtijeva darivanje i prihvaćanje i treba se odvijati u klimi uzajamnosti i slobode. Presveto Trojstvo je uključeno u čin komuniciranja božanskog života u svijetu i temelj je svakog autentičnog komuniciranja međuljudskog.⁴⁵

Duh Sveti i komuniciranje

30

Duh Sveti je ljubav u kojoj kulminira komuniciranje

Prema tumačenju kršćanske teologije, Duh Sveti je središnji djelovatelj unutar trojstvene komunikacije, stoga se pridružuje ljubavi i zajedništvu. Također, On je glavni posrednik između Boga i čovječanstva. Duh Sveti je glavni djelovatelj i unutarcrkvenom komuniciranju: stoga se i zove duša zajednice. I napokon, glavni inspirator misijskog djelovanja - komunikator i evangelizator Crkve. Zato se pridružuje misijama. Nije stoga čudno što je nauk o Duhu Svetome doktrinarni temelj za teologiju komuniciranja. Duh Sveti proizlazi od Oca i od Sina, istodobno je prsten koji spaja komuniciranje među njima. To je prsten ljubavi u kojem kulminira komuniciranje. Ta ljubav je izvor svega života. Tu se pojavljuje bitna tvrdnja za teologiju komuniciranja: ljubav, zajedništvo, komuniciranje bitni su uvjeti za život.⁴⁶

43. *Communio et progressio*, n. 11.

44. *Communio et progressio*, 8.

45. Usp. MARTINI C.M., *op.cit.* str. 37.

46. Usp. IVAN PAVAO II., *Dominum et Vivificantem*

Crkva kao zajedništvo i komunikacija

31

Zajedništvo
se hrani i
practicira kroz
komuniciranje

Crkva je kroz povijest samu sebe definirala na različite načine, i svaka od tih definicija željela je naglasiti neku od njezinih posebnosti. Jedna od definicija je da je Crkva “misterij zajedništva”, Kristovih učenika s Bogom Ocem i međusobno po Isusu Kristu u Duhu Svetome.⁴⁷ Istinsko kršćansko zajedništvo nije samo određeni sentimentalizam, niti jednostavni idealizam koji drži ono što je zamišljeno da je i realizirano. Katekizam Katoličke Crkve, oslanjajući se na Drugi vatikanski sabor, uči: “Crkva je u Kristu kao sakrament, tj. znak i oruđe najtješnjeg sjedinjenja s Bogom i jedinstva ljudskog roda. (...) Budući da je zajedništvo između ljudi zasnovano na sjedinjenju s Bogom, Crkva je također sakrament jedinstva ljudskog roda. U njoj je to jedinstvo već počelo jer ona okuplja ljude 'iz svakog naroda, i plemena, i puka, i jezika' (Otk 7, 9); u isti vrijeme Crkva je 'znak i sredstvo potpunog ostvarenja tog jedinstva u budućnosti.’”⁴⁸ Zajedništvo se hrani kroz iskustva komuniciranja i izražava se kroz praticiranje komuniciranja. Ivan Pavao II. u enciklici o Euharistiji piše: “Dok se nalazi u stanju hodočašća ovdje na zemlji, Crkva je pozvana uzdržati i promicati bilo zajedništvo s Presvetim Trojstvom, bilo zajedništvo s vjernicima. Kako bi ostvarila taj cilj, Crkva ima Riječ i Sakramente, osobito Euharistiju, po kojoj ona 'neprekidno živi i raste' te u kojoj istodobno izražava samu sebe.”⁴⁹ Danas se drži da Crkva teško može ostvariti svoju zadaću zajedništva i komuniciranja, a da ne rabi moderna sredstva komuniciranja. Stoga Crkva želi razmišljati o teološkoj vrijednosti komuniciranja i o teologiji sredstava društvenog priopćivanja.⁵⁰

47. Usp. *Lumen Gentium*, brojevi 9- 17.

48. *Katekizam Katoličke Crkve*, br. 775.

49. IVAN PAVAO II., *Ecclesia de Eucharistia*, br. 34.

50. Usp. *Communio et progressio*, brojevi 6.-18.

Mediji, divni darovi Božji

32

Teologija
masmedija

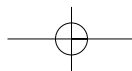
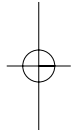
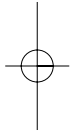
Ono što je dosad rečeno o teologiji komuniciranja, dobar je okvir za teološko razmišljanje o sredstvima društvenog priopćivanja. Teologija sredstava društvenog priopćivanja podrazumijeva dva različita vidika tog problema: narav i uporaba tih sredstava. U odnosu na prvi vidik, teologija sredstava društvenog priopćivanja sastavni je dio teologije zemaljskih realnosti, ili još točnije teologije kulturnih realnosti. Tisak, radio, televizija, internet i druga sredstva društvenog priopćivanja proizvod su ljudske inteligencije i predstavljaju mogućnost razvoja čovjekova komuniciranja. Ukoliko su naravne vrjednote, zaslužuju pozitivno teološko vrjednovanje: dio su stvorenja danog čovjeku da ga preobražava i postavi u službu ljudske povijesti. Ukoliko su dio kulturne realnosti, pokazuju dominaciju čovjeka nad prirodom i neizmjerne mogućnosti ljudske inteligencije u uporabi stvari i tehnike za ljudski razvoj. One ulaze u teološku nakanu prvotnog stvaranja. Njihovo teološko vrjednovanje ovisi u konačnici o pravilnoj čovjekovoj uporabi.

Teološki se sredstva društvenog priopćivanja mogu promatrati s negativnog i pozitivnog gledišta, ovisi dakle o uporabi njih samih. Negativno - kad čovjek rabi ta moćna sredstva protiv prvotne teološke svrhe stvaranja, protiv samoga čovjeka. I ta mogućnost prati sve zemaljske i kulturne realnosti. Kada sredstva društvenog priopćivanja ne služe stvaranju zajedništva, istini, ljudskom dostojanstvu, proizvode i služe dinamizmu nasilja i smrti, tad ne odgovaraju planu spasenja koji je zamislio Bog za ljudsku povijest.

Međutim, sredstva društvenog priopćivanja mogu biti korištena u skladu s teološkom svrhom prvotnog stvaranja, biti na službu čovjeka i u skladu s planom

povijesti spasenja. U tom slučaju su moćna sredstva povezivanja, komuniciranja i zajedništva među svim ljudima u istini, pravdi i solidarnosti, poštujući dostojanstvo svakog čovjeka. Tad je teološko vrjednovanje sredstava društvenog priopćivanja posve pozitivno. Ona su izvanredno moćna sredstva kojim se Crkva može i treba koristiti u provedbi misije evangeliziranja.⁵¹

51. "Razmišljajući o biti tehnike, znanstvenici i filozofi (Adam Smith, Heidegger, McLuhan...) došli su do zajedničkog zaključka koji bi se mogao sažeti: Tehnologije nisu samo jednostavna sredstva stavljena čovjeku na raspolaganje da se njima služi, već su prije svega kompleksne praktičnosti koje oblikuju i preobražavaju naše ruke, i stoga povijesna bit samog ljudskog bića. Stoga govorimo o kamenom čovjeku kao što govorimo i o čovjeku kompjutora. Tehnike nisu vanjska sredstva ljudske biti, već povijesne forme, konkretnosti utjelovljene u svom pojavljivanju. Čovjek je po svojoj naravi "tehničar"; tj. umjetnik, poeta, kreativac. Izražava svoju bit kreirajući jezike koji su u nekom smislu umjetnički i stoga tehnički. Svaka nova tehnologija ne proširuje samo naše mogućnosti djelovanja, već preobražava bitne strukture ljudske kulture, modificirajući u korijenu sve naše načine djelovanja, govorenja i mišljenja, kao i naše forme komuniciranja i suživota, a to je upravo svijet." (*La sfida della comunicazione. Mas media ed evangelizzazione*, Milano 1997., str. 35)



Treće poglavlje

Kultura medija i pastoral

33
Čovjek oblikuje
i usavršava
medije

“Nije pretjerano isticati utjecaj obavijesnih sredstava u suvremenom svijetu. Pojava tih sredstava je istinska i prava kulturna revolucija, koja čini obavijesna sredstva “pravim areopagom današnjeg vremena”, u kojem je trajna razmjena ideja i vrjednota. Po društvenim obavijesnim sredstvima ljudstvo dolazi u vezu s osobama i događajima oblikujući svoje mišljenje o svijetu u kojem živi i mijenjajući način shvaćanja života. Mnogima je životno iskustvo, dobrim dijelom, iskustvo društvenog priopćivanja.”⁵²

Crkveni dokumenti u sredstvima društvenog priopćivanja vide Božju stvaralačku moć koju je utkao u čovjeka i prirodu. Čovjek snagom te Božje darovane i stvorene moći oblikuje i usavršava medije, a ne bi nikada smio zaboraviti da je odgovoran pred svojim Stvoriteljem, pred bratom čovjekom, ali i okruženjem i prirodom u kojoj živi. Lijepo je to izrazio Ivan Pavao II.: “Slavimo božanske darove riječi, slušanja, gledanja koji nam pomažu izaći iz izolacije i samoće, razmijeniti s onima koji nas okružuju, misli i osjećaje koji izvire iz naših srdaca. Slavimo darove pisma i čitanja preko kojih je mudrost naših pređa stavljena nama na raspolaganje i naše razmišljanje i iskustvo može biti preneseno budućim naraštajima. Priznajemo vrjednute čudesnih inovacija koje je posebno u naše vrijeme ljudski genij otkrio uz Božju pomoć, od kojega je sve stvoreno, iznašašće koje je neshvatljivo proširilo jačinu našega

52. IVAN PAVAO II., *Naviještati Krista u društvenim obavijesnim sredstvima u zoru novog tisućljeća*. Poruka za 34. svjetski dan sredstava društvenog priopćivanja 2000.

glasa? “U istoj poruci Ivan Pavao II. određuje masmedije kao “ulaznicu na moderno tržište gdje se razmjenjuju ideje, gdje se odašilju i primaju vijesti i informacije svake vrste.”⁵³

Uz pozitivno što su proizveli, sredstva društvenog priopćivanja mogu biti zlorabljena, tj. nose u sebi i opasnosti negativnog utjecaja kako u osobnom tako i društvenom životu. Nikada se ne smije zaboraviti da su mediji samo sredstva, stavljena ljudskoj osobi kao slobodnom biću na raspolaganje. Crkva, svjesna toga u svojim dokumentima, uvijek upozorava i na potrebu ispravne uporabe tih moćnih sredstva ljudskog komuniciranja. Ipak, treba naglasiti da gledajući na ta sredstva s evanđeoskim optimizmom u crkvenim dokumentima, posebno nakon Drugog vatikanskog sabora prevladava pozitivno gledanje na masmedije.⁵⁴

Kultura medija: komuniciranje i novi jezici

Medijsko
iskustvo

34

U novije doba priopćivanje doživljava veliku ekspanziju koja duboko utječe na kulture svega svijeta. Današnje priopćivanje, koje nadilazi granice prostora i vremena, omogućuje nam sudjelovanje u životu svijeta koji je postao “veliko selo”. Kultura medija se rađa iz činjenice da postoje novi načini priopćivanja, novi jezici, nove tehnike, nova psihološka ponašanja. Današnja komunikacija odbacuje ograničenja samo jedne tehnike i pronalazi idealne uvjete u multimedijalnosti. “Sredstva priopćivanja određuju mnogo toga što danas ljudi znaju i misle o životu; ljudsko iskustvo kao takvo postalo je medijsko iskustvo.”⁵⁵ U sadašnjem razvoju

53. IVAN PAVAO II., Poruka za Svjetski dan sredstava društvenog priopćivanja 1992.

54. Usp. C. GIULIODORI, *Istina u sredstvima društvenog priopćivanja* u *Svesci Communio* br. 99/2000.

55. *Aetatis Novae*, 2.

medija može se pretpostaviti da će u skoroj budućnosti nastati nova nepismenost među onima koji ne drže do ovih novih “jezika”.

Dok s jedne strane nove tehnologije favoriziraju nove načine priopćivanja, s druge strane sve više se evidentiraju situacije nerazumijevanja: kako u Crkvi, tako i u društvu, u obitelji, ali i u pojedincima. Uz ostalo, novi jezici stvorili su “Babilon” u komunikaciji. Dakle, s druge strane novi tip kulture koju stvaraju današnji mediji riskira povrijediti prava i dostojanstvo ljudske osobe.⁵⁶

Pastoral sredstava društvenog priopćivanja: otvorenost kulturi medija

35

Medij novi
način
navještanja
vjere

Pastoral sredstava društvenog priopćivanja pretpostavlja otvorenost kulturi medija, koji su prostor i mjesto gdje se stvara i obnavlja kultura; oni su točka susreta javnog i kolektivnog za odgoj, raspravljanje i preoblikovanje same kulture. “Pravi areopag modernog vremena je svijet komuniciranja.”(RM 37). Crkva ulazi na taj areopag kako bi susrela čovjeka i donijela mu Radosnu vijest. U medijima ne treba gledati samo sredstva, prihvaćajući ih zbog njihove uvjerljive moći. Treba ući u kulturu medija zbog istinskog i učinkovitog komuniciranja: ta sredstva se trebaju koristiti na inteligentan i vjeran način ukoliko favoriziraju i uspostavljaju uravnoteženost između afektivne, slikovite i interpretativne dimenzije ljudske osobnosti. “Što se tješnje sredstva priopćivanja isprepliću sa svagdašnjim ljudskim životom, to trajnije utječu na njihovo shvaćanje smisla života. Moć sredstava priopćivanja seže tako duboko da utječe ne samo na način mišljenja, nego čak i na njegov sadržaj. Za mnoge je ljude stvarnost ono što im sredst-

56. Usp. P. BABIN-:McLUHAN, *Uomo nuovo, cristiano nuovo nell'era elettronica*, Rim 1997. str. 37.

va priopćivanja kažu da jest stvarnost; čini se da je sve ono što sredstva priopćivanja izričito ne priznaju, posve beznačajno.”⁵⁷

Osoba je bombardirana vijestima koje na detaljan, elegantan i uvjerljiv način utječu i modificiraju ukuse i držanja. Mediji nisu jednostavno sredstva govorenja koja omogućuju da glas dopre što dalje: ona služe za upoznavanje i razumijevanje stvarnosti, života, problema, očekivanja i planova svijeta. Ta nova kultura zahtijeva od Crkve razmisliti i novim riječima naviještati svoju vjeru, svoju poruku i svoj život.⁵⁸ No, treba sustavno isticati kako mnogi mediji koriste svoju moć kako bi modificirali istinite informacije i prikazivali ih na način koji odgovara njihovim vlastitim interesima, ili interesima vlasnika tih medija. Postoje i mediji koji neodgovornim pristupom i svjesnim širenjem lažnih vijesti i informacija namjerno ili slučajno utječu na formiranje te formiraju i modificiraju mišljenja i stavove primatelja. Treba pronaći i sustavno koristiti prikladne i razumljive jezike koji izražavaju Evanđelje na početku trećeg tisućljeća, zadržavajući snagu, krjepkost i neprestanu novost; problem Crkve i u Crkvi danas je u “jeziku” kojim se naviješta Evanđelje, da ne ostane nerazumljiv. Radi se o mišljenju i naviještanju s novim mentalitetom vječnih riječi Evanđelja, ne bježeći od prihvatanja tehnologije u dovoljnoj mjeri.

36

Razumjeti i
otvoriti se
medijima

Crkva treba naviještati svoju poruku na adekvatan način i u svakoj epohi, to treba činiti i danas u i za kulturu medija. Treba se truditi razumjeti medije: njihove ciljeve i metode, njihova pravila i načine djelovanja, unutarnje strukture i posebnosti dinamičnog funkcioniranja. Danas su se iz temelja promijenili nači-

57. *Aetatis novae*, 4.

58. *Usp. Aetatis novae*, 8

ni komuniciranja; novi jezici zamijenili su tradicionalne, mnogostruki su načini na koji se komunicira u današnjem vremenu, tako da se svatko s lakoćom može služiti novim sredstvima komuniciranja. Crkva danas treba govoriti o Bogu također preko informatičkih iznašaća, prilagođeno novim formalnim računalnim jezicima. U tom kontekstu nužno je prevesti modernom čovjeku vjeru Crkve, premišljajući kršćansku poruku u nove oblike i načine, ali koji jamče nepovrjedivost same poruke. Vjerski poglavari i osobe koje predstavljaju Crkvu trebaju biti otvoreni i poticati suradnju sa svim, pa i prema onima u medijima koji nisu dobronamjerni prema Crkvi. Ustrajnom komunikacijom i razvijanjem odnosa umanjiti će se negativnost kojih ima puno, a često su nepotrebne.⁵⁹

Pastoral sredstava društvenog priopćivanja: odgajati u komuniciranju

37

Kritičko
korištenje
medija

Od Drugog vatikanskog sabora pozvani smo posvetiti pozornost masmedijima, proučavati probleme društvenog priopćivanja kao elemente naše ljudske i kršćanske egzistencije.⁶⁰ Bitno je sustavno školovati i poticati stručnjake za medije koji mogu brzo, jednostavno i učinkovito poučavati u komuniciranju kako bi se oslobodili autoritarizma medijskih sredstava, osobito kada “nalažu”, a ne “predlažu” svoju nazočnost i vlastito konzumiranje.

U što kraćem vremenu je potrebno započeti educiranje crkvenih poglavara, svećenika i redovnika, obitelji i svih vjernika, ali i ostalih zainteresiranih o kritičkom promatranju i korištenju medija. Treba razvijati svijest

59. Usp. F.J. MANISCALCO, *Comunicare inu na società complessa u Chiesa e comunicazione*, Vatikan 1998. str. 65.-88.

60. Usp. *Inter mirifica*, 15-16

kako svaka informacija nije uvijek istinita i vjerodostojna. Nadalje, treba sustavno objašnjavati i poučavati kako su moguće i kako postoje manipulacije u medijima te pokazati načine zaštite od neodgovornih medija, načine na koje je moguće reagirati kako bi se netočnosti ispravile. Također je bitno utjecati kroz vjerske i civilne institucije i organizacije kako bi se stvorili i zakonski uvjeti za funkcioniranje medija koji će promicati pozitivan pristup u širenju informacija.

Posebno je bitno poučavati djecu s obzirom na nasilje; djeca mogu pomisliti da se problemi svijeta mogu riješiti nasiljem. Tako se mladima nudi iskrivljena i ograničena slika realnosti preko tolikih "fikcija" koje poučavaju da se problemi lakše rješavaju jednim udarcem, ili pucnjem iz pištolja, nego razgovorom. Na taj se način stvara slika o čovjeku kao nasilniku, slika o čovjeku kao objektu, poniženom, svedenom na robu. Mnogi programi i zabave su osmišljeni, realizirani i iskorišteni za određenu ideološko-praktičnu funkciju u kojoj se sve svodi na filozofiju koristi i zabave. Također je bitno osposobiti medijske stručnjake koji će moći educirati roditelje kako bi mogli razabrati i poučiti djecu koji su im programi i mediji korisni, a koji im na izravan ili neizravan način stvaraju krivu sliku o životu i problemima koji ih tište.⁶¹

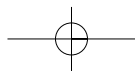
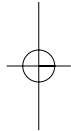
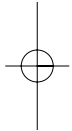
Odgojna akcija treba se obraćati svakoj osobi i usmjeriti se, baš zbog konzumizma: prema oglašavanju. Treba sustavno ukazivati kako propagandne poruke kojima su redovito bombardirani i djeca i odrasli mogu loše utjecati na ponašanje i razvijati osjećaje i ponašanja koja nisu u skladu s ponašanjem vjernika .

Odgajanje u komuniciranju je bitno za sve ljude, i vjernike i nevjernike. Zato treba surađivati s civilnim

61. Usp. *Aetatis novae* br. 18-19.

institucijama i stručnjacima bez obzira na vjersko i političko uvjerenje, jer temeljna pravila građanskog odgoja (poštenje, odgovornost, vjernost, ljudska prava, poštovanje sebe i drugoga) nisu u sukobu s Deset zapovijedi, odnosno s katoličkim naukom, ili se u najvećoj mjeri preklapaju.

Osim načina korištenja ili komuniciranja s medijima, izrazito je značajno u što kraćem vremenu i na svim razinama educirati sve osobe koje predstavljaju Crkvu - kako mogu uspješno nastupiti u medijima, kako se trebaju ponašati i što mogu učiniti kako bi njihov nastup ili suradnja s medijima bila što učinkovitija.



Četvrto poglavlje

Subjeki komuniciranja

Crkvena zajednica

Objektivna i
cjelovita
informacija

38

Crkvenoj zajednici treba postati jasno koliki je značaj medija te je potaknuti da konačno izađe iz indiferentnosti te istinski podupre institucije koje imaju izgrađenu svijest o neizmjerne bitnosti masmedija. Crkva kao zajednica ima pravo na objektivnu i cjelovitu informaciju. Ona ima pravo i dužnost tražiti i utjecati na programe da se poštuje dostojanstvo ljudske osobe i ne vrijeđa niti umanjuje prava obitelji i onih malenih. Bitno je voditi računa o istinitoj promidžbi koja nema predrasuda prema vrjednotama i ni na koji način nije štetna, ofenzivna i diskriminirajuća. Posebno je bitno naglasiti da svi korisnici medija imaju pravo i da su pozvani ocjenjivati, komentirati i tražiti sadržaje koji se predstavljaju. Pozvani smo prihvatiti pozitivno i otvoriti se prema medijima kako bismo proželi novu medijsku kulturu i kako bismo je mogli evangelizirati.⁶²

Kod svih vjernika (laika, biskupa, svećenika, redovnika, redovnica i svih kandidata za duhovni stalež) treba razvijati svijest o bitnosti sredstava društvenog priopćivanja kako bi se prešlo iz pasivnog konzumiranja u aktivno oblikovanje programa. Za ovu tvrdnju ima uporišta i u Bibliji jer je i Isus koristio medije svoga vremena. Na više mjesta se spominje kako je Isus propovijedao u sinagogama, trgovima, obalama rijeka i brježuljcima. Zato je bitno da svi vjernici i svi ljudi

62. Usp. *Evangelii nuntiandi* br.45.; Usp. *Etika u obavijesnim sredstvima*; Usp. Crkva u Europi br. 63.

dobre volje spoznaju važnost medija i načine komuniciranja s njima. To zahtijeva istinsko poznavanje ovih sredstava, svijest o njihovoj bitnosti, efikasnosti i potrebi u djelovanju Crkve, od najmanjih zajednica, preko župa, dekanata, biskupija, regija do Crkve u jednom narodu i na određenom teritoriju. Sve to uz pomoć trajne naobrazbe vjernika (pisati i govoriti o toj problematici, održavati konferencije, seminare, studije, okrugle stolove).⁶³

Treba znati da je mnogima medijima bitno i vrijeme. To znači da je potrebno u suradnji s medijima odgovoriti u vremenu koje oni traže. Crkva je pozvana biti kritička svijest u današnjem “Babilonu komuniciranja”, a njezina kredibilnost ovisit će o mogućnostima kojima će odgovoriti na aktualne izazove - tehnika i napredak koji umrtvljuju komuniciranje; nazočnost kulturne industrije koja preko medija nasrće i zavodi ljude stranim i zarobljavajućim proizvodima; socijalna nejednakost koja umanjuje političku odgovornost naroda i usredotočuje ga na sredstva komuniciranja, koji opet postaju više sredstva otuđenja nego poučavanja. Crkvena zajednica treba postati svjesna da svojim djelovanjem može i mora poticati medije te im osigurati da odgovorno, cjelovito i na pravi način spominju i dobre i nažalost loše stvari koje se događaju. Zatvorenost i indiferentnost su najštetnije za Crkvu i vjernike. Zato se često i o dobrim stvarima koje se događaju mogu čuti nepotpune ili iskrivljene informacije, a kod nekih negativnosti je situacija još gora.⁶⁴

63. Usp. *Aetatis nuove*, br. 12.-22.

64. Usp. . F.J. MANISCALCO, *Comunicare...* op-cit. Str. 76.

Komuniciranje u Crkvi i Crkve

39

Dobra
komunikacija
u Crkvi i Crkve

Prelazak iz društva proizvodnje u društvo usluga čini da je prvotno dobro ovog društva informacija. U posljednje vrijeme povećan je utjecaj informacija i stoga se naša epoha naziva i epohom informacija, u kojoj je čovjek superinformiran vijestima i činjenicama. Dobra komunikacija u Crkvi preduvjet je dobrog komuniciranja Crkve. Stoga je vrlo bitno upoznati se, sučeliti se, međusobno se prihvatiti. Trebamo si uvijek iznova posvijestiti bitnost međuljudskih odnosa unutar kršćanske zajednice: razumjeti, poštovati i promicati drugog u različitosti. Kada razgovaramo s drugima, trebamo imati na umu njihovu situaciju i njihova očekivanja, ne upadati u “komuniciranje na brzinu”, već biti otvoren i raspoložen za slušanje.⁶⁵

Koliko je bitno upoznavanje, sučeljivanje i međusobno prihvaćanje u međuljudskoj komunikaciji, jednako je bitno i u odnosima s medijima. Zato se potrebno otvoriti medijima i surađivati s njima. I to je način da se spozna način njihova funkcioniranja. Posebno o tome trebaju brinuti pastoralna vijeća kroz raznovrsnost prijedloga, iskrenost dijaloga, poštovanje mišljenja drugih, zauzetost u realizaciji zajednički dogovorenog programa. Zbog posebne bitnosti komuniciranja, trebaju se brižljivo voditi župni arhivi tako da svaki dokument ostavi traga onima koji dolaze poslije nas. Također se treba voditi zapisnik o onome o čemu se diskutira.

Svaka župa bi trebala imati osobu koja će znati barem osnove komunikacije s medijima. Ta bi osoba mogla brzo i učinkovito odgovoriti na zahtjeve pojedinih medija. Korisno bi osnovati međužupnu komunikacijsku mrežu, a to je moguće uz pomoć interneta.

65. Usp. M.C. CARNICELLA, *Comunicazione...op.cit.* str. 60.-65.

Trebamo težiti za istinskom i korektnom informacijom o onome što radimo, prenijeti životno crkveno iskustvo nudeći valjane prigode za pravu informaciju i detaljnu dokumentaciju. Naša zajednica treba postati sposobna “kreirati vijesti” “informacije”, dati “glas onima koji nemaju glasa.”⁶⁶ Naše župne, pa onda i šira crkvena zajednica, trebale bi se zanimati za ono što ljudi čitaju, gledaju, slušaju, u kojim kulturnim uvjetima žive i koliko mediji utječu na njihove izbore - bilo svakodnevnne, bilo s obzirom na vjeru i društveni angažman.

Vijeće za
medije

40

Župna zajednica ima svoju ulogu u odnosu na mas-medije i tomu treba posvetiti posebnu pozornost, osobito kroz Vijeće za medije koje bi trebalo biti sastavni dio župnog pastoralnog vijeća. Uloga tog vijeća bila bi promicanje, posredovanje i realiziranje određenih aktivnosti kao što su:

- odgoj osoblja;
- širenje župnog iskustva;
- korektna i pravodobna informacija;
- praćenje problematike na području masovnog komuniciranja;
- periodično vrjednovanje obavljenog posla;
- periodično informiranje župljana o religioznim temama na radiju i televiziji;
- širenje medija kršćanske orijentacije;
- promicanje župnih susreta na temu masmedija;
- organizacija župnog dana sredstava društvenog pripóivanja;
- aktivnosti u odgoju župljana za pravilnu uporabu medija;
- periodično pripravljanje isječaka iz novina za župnika;
- suradnja u vođenju župne dvorane

66. Usp. *Aetatis novae*, 4.

- educirana osoba ili osobe koje mogu predstavljati župu prema medijima i u unutarcrkvenoj komunikaciji

Odgovornost biskupa

41

Važnost medija

Dekret Drugog vatikanskog sabora o pastirskoj službi biskupa *Christus Dominus* potiče biskupe da se u zadaći naučavanja služe različitim sredstvima “tiskom i drugim sredstvima društvenih komunikacija kojima se bezuvjetno treba služiti pri naviještanju Kristova Evanđelja.”⁶⁷ Zakonik kanonskog prava, govoreći o dužnosti i pravu biskupa, bilo kao pojedinaca ili okupljenim na krajevnim saborima, ili biskupskim konferencijama, kaže: “Da bi se očuvala cjelovitost istina vjere i ćudoređa, dužnost je i pravo crkvenih pastira paziti da se pisanjem ili uporabom sredstava društvenog priopćivanja ne bi nanosila šteta vjeri i ćudoređu vjernika; isto tako, zahtijevati da se spisi koje izdaju vjernici, a tiču se vjere i ćudoređa podlože njihovu sudu, a i odbaciti spise koji štete pravoj vjeri ili ćudoređu.”⁶⁸ Pastoralna uputa Nadolaskom novog doba traži od biskupi davanje dužnog prvenstva sektoru medija vodeći računa o posebnim prilikama njihove nacije, kraja i njihove biskupije. Ta se potreba jače osjeća osobito danas u vremenu globalnog komuniciranja, ali i stoga što je Crkva, barem dijelom, manje ili više zanemarivala taj veliki suvremeni 'areopag' sredstava javnog priopćivanja. Kao što primjećuje Sveti Otac: “Prednost se daje općenito drugim sredstvima za naviještanje evanđelja i za odgoj, dok se sredstva javnog priopćivanja prepuštaju inicijativi pojedinaca, ili malenih skupina koje ulaze u pastoralno planiranje tek na sporedna vrata. To treba izmijeniti.”⁶⁹

67. DRUGI VAT. SABOR, *Christus Dominus*, br.13.

68. *Zakonik kanonskog prava*, kan. 823, par. 1.

69. *Aetatis novae*, 20; Usp. IVAN PAVAO II., *Crkva u Europi*, br. 63

Biskupi kao prvi pastiri u biskupijama moraju uvidjeti značaj medija i način njihova funkcioniranja, posebice što se tiče pravodobne i cjelovite informacije. Tako npr. za medij dnevnoga karaktera informacija stara nekoliko dana, koliko god da je zanimljiva, prestaje biti zanimljiva.

Svećenici

42

Neprestano upozoravati i odgajati za kritičko služenje medijima

Svaki svećenik bi trebao biti svjestan da se ministri-
jalna svećenička služba danas ostvaruje u posve novim okolnostima. U vrijeme globalnog komuniciranja svrsishodno je obnoviti kolegijalnost prezbiterija: individualističko obavljanje službe sigurno je opasnost nasuprot medijskoj kulturi. Nesuradnja i manjak recipročnog poznavanja jedni drugih među prezbiterijem, osiromašuje i čine neučinkovitim svaku aktivnost. Masmediji stvaraju novi “jezik” koji istiskuje stare pojmove tako da svećenikov govor, osobito u propovijedima, katehezi i drugim pastoralnim aktivnostima, često ostaje nerazumljiv onima koji ga slušaju. Potrebno je da svećenik i pastoralni djelatnik prati medije kako bi znao odgajati povjerene mu osobe s obzirom na medije. Pod tim vidom, ako je potrebno, trebao bi se posavjetovati i sa stručnjacima s tog područja. Nužno je neprestano upozoravati i odgajati za kritičko služenje medijima.

Govoreći o značaju medija u pastoralnom djelovanju svećenika, Ratio fundamenatlis kaže: “Budući da u današnjem društvu audiovizualna sredstva imaju sve veći utjecaj na informiranje i oblikovanje mentaliteta ljudi, od najvećeg je značaja da se svećenici znaju služiti tim sredstvima, i to ispravno, ne da pred njima ostaju pasivni, nego da budu spremni na kritičan sud. To ne će biti moguće ako ih za to u sjemeništu ne budu odgojili stručni ljudi, uz odgovarajuće praktične i teoretske vježbe, čuvajući dakako uvijek potrebnu razbori-

tost i mjeru; tako da će kao svećenici moći prema tim sredstvima i sami zauzimati ispravan stav i vjernike za to odgajati, a također i uspješno ih rabiti u apostolatu”.⁷⁰

Pastoralni napatuk *Communio et progressio* izrađen po nalogu Drugog vatikanskog sabora, radi primjene Dekreta o sredstvima društvenog priopćivanja istog Sabora, kaže: “Budući svećenici, redovnici i redovnice pozvani su uključiti se u suvremeni život i u njemu provoditi djelotvoran apostolat, za vrijeme svoje pripreve u sjemeništima i redovničkim kućama moraju postati svjesni silnog utjecaja sredstava društvenog priopćivanja na društvo, a ujedno donekle steći znanje o njihovu tehničkom funkcioniranju. Takvo poznavanje ima biti sastavni dio njihove izobrazbe i nužan uvjet uspješne pastoralne službe u suvremenom društvu koje je sve više pod utjecajem tih sredstava.”⁷¹ Svećenik bi ih trebao uklopiti u teološko-pastoralni program svoje župne, ili druge zajednice vjernika kojoj je postavljen kao predvodnik. U današnjoj kulturi kojom dominira mnoštvo riječi i slika, potrebno je njegovati otvorenost prema svijetu.

Redovnici i redovnice

Autentičan
znak
komuniciranja

43

Redovnici i redovnice - svojim bi životom i poslanjem trebali svakim danom sve više biti autentičan znak komuniciranja koje bi trebalo izgrađivati zajedništvo. Svoje služenje morali bi usmjeriti i prema prostorima nove ljubavi u kulturi medija preko otvorenosti njihovih kuća za susrete i dijalog kultura, uklapanje u lokalne medije unoseći u njih vrjednote pravde i istine, preko spremnosti za pastoralno služenje u sredstvima

70. *Ratio fundamenatlis institutionis sacerdotalis*, br. 68

71. *Communio et progressio*, br. 111.

društvenog priopćivanja. Također bi trebali biti spremni predložiti “oaze mira”, ne toliko kao protutežu medijskoj kulturi, koliko da se ponude iskustva inteligentna razmišljanja u kulturi komuniciranja. Redovnici i redovnice mogu organizirati dio svoga poslanja i u suradnji s civilnim udrugama, ili udrugama drugih vjerskih zajednica potičući teme i programe koje su prihvatljive čitavom društvu.⁷²

Odgojitelji i nastavnici

44

Znati
odgonetnuti
poruku

“O čito da roditelji i odgojitelji ne mogu dobro odgovoriti toj velikoj dužnosti ako sami nisu kadri znalački prosuđivati sredstva društvenog priopćivanja.”⁷³ Potrebno je u školama podučavati mlade da znaju odgonetnuti poruku koju primaju preko masmedija, da znaju prepoznati ono pozitivno što mediji donose, ali i uvidjeti opasnosti koje mogu nastati iz medija. Crkveni dokumenti traže da Crkva predloži mogućnosti izobrazbe na području komunikacije, prikazavši ih kao bitne komponente odgoja svih koji su uključeni u djelovanje Crkve, bilo da je riječ o sjemeništarcima, svećenicima, redovnicima i redovnicama, ili pak o laičkim animatorima. Osim toga, potrebno je da odgojitelji, učitelji, nastavnici, profesori u svom pedagoškom radu znaju rabiti medije u poučavanju i tako olakšati učenicima određene teške predmete.

72. Usp. *Posvećeni život*. Ova Apostoska ezortacija objavljena 25. ožujka 1996 poslije Sinode biskupa održane u Rimu od 2. do 29. listopada 1994 na temu : Posvećeni život i njegova misija u Crkvi i svijetu. O sredstvima društvenog priopćivanja govori se u brojevima : 88, 96-99.

73. *Communio et progressio*, 70.

Obitelj

45
Odgovornost
roditelja

Obitelj još nije svjesna svih izazova, kako pozitivnih tako i negativnih, s obzirom na medije. Potrebno je shvatiti bitnost medija za sklad obitelji, ali i za odgoj djece. “Bit će vrlo korisno da roditelji i odgojitelji gledaju televizijske i kinoprograme koji su posebno privlačni mladima te da čitaju knjige i časopise koji oni rado čitaju. S njima će moći o tome razgovarati i u njima buditi kritički duh. Kad je riječ o djelima koji imaju sumnjivu umjetničku ili moralnu vrijednost, neka roditelji nastoje strpljivo i postupno voditi svoju djecu upozoravajući ih ponajprije na pozitivne značajke te promatrajući djelo u cjelini, a pojedine dijelove u sklopu te cjeline.⁷⁴ Treba osobito biti oprezan kad je riječ o nasilju i erotsko-pornografskim sadržajima koji instrumentaliziraju ljudsko tijelo u konzumističko-ekonomske svrhe.

Potrebno je poučiti roditelje i osvijestiti im opasnosti nekontroliranog korištenjem medija te im ukazati kako mogu naučiti sebe i vlastitu djecu uspješno odabrati programe i poruke koje će primati.⁷⁵

Katehete

46
Audiovizualna
kateheza

Govoriti o vjeri danas je posebno teško. Osobito je teško o njoj govoriti osobama određene životne dobi. Stoga je vrlo bitno govoriti o divnim djelima spase-nja ne samo riječima, nego i drugim medijskim izričajima. Božanska riječ ne libi se utjeloviti u kulturu zvuka, slike, geste... Potrebna je ne samo nova evangelizacija, nego i nova kateheza. Treba odgajati katehete da shvate

74. *Communio et progressio*, 68

75. Usp. HRVATSKA BISKUPSKA KONFERENCIJA, *Direktorij za obiteljski pastoral Crkve u Hrvatskoj*, KS Zagreb 2002. br. 33.

bitnost i ulogu medija za odgoj u vjeri. Također je potrebna formacija kateheta da odgovore izazovima medija. Današnje vrijeme posebno je pogodno za audiovizualnu katehezu.⁷⁶

Animator komuniciranja

Nova karizma
u Crkvi

47

Crkva vođena Duhom Svetim, uvijek iznova pre-mišljajući kako što učinkovitije, s kojim sredstvima i na koji način naviještati Radosnu vijest spasenja Isusa Krista, govori i o novim protagonistima tog naviještanja, a to su animatori komunikacije i kulture kao novi protagonisti u misiji Crkve.⁷⁷ Njihovo djelovanje s jedne strane treba se razvijati prema onima koji su već aktivni u pastoralu, kako bi im se pomoglo bolje uklopiti njihovo djelovanje u novi društveno-kulturni kontekst koji je snažno označen medijima; s druge strane trebao bi otvoriti nove pastoralne putove u područjima komunikacije i kulture kroz koje bi došli do osoba i područja često perifernih, ako ne i potpuno isključenih iz života Crkve i njezina poslanja.

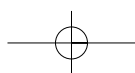
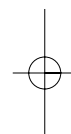
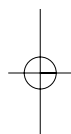
Nove kulturne situacije u svijetu nude Crkvi na pragu trećeg tisućljeća mnoga nova područja za evangelizaciju. S druge strane društvena priopćajna sredstva postala su tako bitna da su za mnoge glavno obavijesno i odgojno sredstvo, vodič i nadahnuće za pojedinačno, obiteljsko i društveno ponašanje. Pod tim vidom govori se o profilu animatora koji bi djelovao u pastoralu shvaćenom kao akcija na svim poljima gdje se mogu susresti

76. Usp. *Catechesi tradendae*

77. Talijanski biskupi govore o službi animatora kao *novoj karizmi u Crkvi* te upozoravaju da mnoge karizme mogu ostati neiskorištene zbog nedostatne pozornosti prema području kulture i komunikacije. Na poseban način ta karizma može se otkrivati među mladima koji su kompetentni u informatici, glazbi, masmedijima i koji svoje darove mogu staviti u službu Radosne vijesti. Usp. CONFERENZA EPISCOPALE ITALIANA, *Comunicazione e missione. Direttorio sulle comunicazioni sociali nella missione della Chiesa*. br. 121.-142.

ljudi, a ne samo među crkvenim zidovima. Tako se može dodijeliti nekome i zadaća koordinacije i promicanja pastoralne kulture i komunikacije. U tom slučaju odgovornost ima jasnu konotaciju crkvenosti i pridružuje se takozvanim stvarnim službenicima koji karakteriziraju pastoralnu djelatnost Crkve. Pomaže zaređenom službeniku u njegovoj funkciji i doprinosi odgoju kršćanske zajednice u njezinu radu neprestanog ustanovljivanja, rasta i poslanja. To se uklapa u poslanje kršćanskih laika koji su pozvani i trebaju djelovati osobno i u sredinama gdje rade promičući kršćanska načela na tom planu.⁷⁸

78. CONFERENZA EPISCOPALE ITALIANA,
Comunicazione..., op.cit



Peto poglavlje

Strukture i sredstva komunikacije

Vijeće za sredstva društvenog priopćivanja

Savjetodavno
tijelo BK BiH

48

“Vijeće za sredstva društvenog priopćivanja BK BiH je savjetodavno tijelo konferencije, kojoj je u svom djelovanju odgovorno. Vijeće se bavi pitanjima i problematikom sredstava društvenog priopćivanja posebno u službi evangelizacije. S tim u vezi, donosi prijedloge za promicanje istine i sudjelovanju izgrađivanju javnog mnijenja (VIJEĆE ZA SREDSTVA DRUŠTVENOG PRIOPĆIVANJA BK BiH, *Pravilnik*, čl. 1-2). S toga prvenstvena zadaća Vijeća za sredstva društvenog priopćivanja prema saborskom dekretu *Inter mirifica* je da se ispravno oblikuje savjest vjernika u uporabi medija i da promiče i koordinira što god na tom području katolici rade.⁷⁹ Pastoralni naputak *Communio et progressio* izrađen po nalogu Drugog vatikanskog sabora, a radi primjene Dekreta o sredstvima društvenog priopćivanja pobliže određuje zadaće Vijeća: “Posebnu pozornost trebalo bi posvetiti pripravi klera i laika. Stoga valja organizirati konferencije, tečajeve, javne rasprave, simpozije, kritičke prikaze, što sve treba da čine stručne osobe. Tako će se puku omogućiti da sam stvori ispravan i razborit sud pri izboru sredstava. Nadalje pružat će svoje savijete kod priprave predstava i prijenosa religioznog značaja. Isto tako Vijeće treba biti u dodiru i uspostaviti srdačne veze s profesionalnim radnicima u sredstvima društvenog priopćivanja i s odgovarajućim ustanovama. Priteći u pomoć svakom njihovom zahtjevu pružajući im dokumentaciju, dajući savjete i pomoć. Na razini BK

⁷⁹. *Inter mirifica*, br. 21.

organizirati Svjetski dan sredstava društvenog priopćivanja.”⁸⁰ Vijeće za sredstva društvenog priopćivanja trebalo bi ustanoviti “nagrade i druge načine priznanja koji bi mogli ohrabriti i podržati medijske profesionalce.”⁸¹

Ured za odnose s javnošću

Prikuplja i stavlja medijima na raspolaganje vijesti iz života Crkve

49

“Rad s javnošću zahtijeva od Crkve aktivnu komunikaciju sa zajednicom preko sredstava javnog priopćivanja bilo profanih bilo religioznih. Taj rad, koji pretpostavlja spremnost Crkve da priopćuje evanđeoske vrijednosti te obznanjuje svoje službe i svoje programe zahtijeva od nje da čini sve što je moguće kako bi potvrdila da doista odražava Kristovu sliku.”⁸² Ovaj ured prikuplja i stavlja medijima na raspolaganje vijesti i informacije iz života Crkve. Stoga bi ured trebao biti opskrbljen dostatnim osobljem i materijalnim sredstvima kako bi mogao učinkovito djelovati. “Neophodno je da se izdaju 'službene' vijesti kako bi dijalog Crkve, unutar nje same i sa svijetom, bio pozitivan i otvoren s obzirom na događaje ukoliko imaju religiozni odraz. Takvi 'bilteni', ozbiljno i brižno priređeni, trebaju što je moguće u kraćem vremenskom roku i u prikladnijem tehničkom obliku stići do zainteresiranih te pružiti zaokruženu sliku o događajima i njihovim uzrocima.”⁸³ Ured može proizvoditi i druge publikacije i programe za radio, televiziju, te imati svoju web-stranicu.

“Budući da djelotvornost sredstava društvenog priopćivanja prelazi granice nacija te pojedine ljude čini građanima čitavog ljudskog društva, neka na tom području nacionalni pothvati surađuju i u međunarodnom okviru.”⁸⁴

80. *Communio et progressio*, 170-171.

81. *Aetatis novae*, br. 31.

82. *Isto*

83. *Communio et progressio*, 175.

84. *Inter mirifica*, br. 20

Ured za praćenje i analizu medija

50
Strategija Crkve
utemeljena
na ozbiljnim
rezultatima
istraživanja
medija

“U svakom narodu valja ustanoviti nacionalni ured nadležan za sva sredstva društvenog priopćivanja, s ujedinenim odjelima ili pak odvojenim za svako područje (tisak, film, radio, televizija, internet, kazalište, glazbu, društvene i crkvene dvorane). Ti odjeli moraju međusobno biti tijesno povezani u svom radu. U svakom slučaju sav taj posao mora ovisiti o jedinstvenoj upravi.”⁸⁵ “Strategija Crkve na području društvenog komuniciranja mora bi se temeljiti na rezultatima ozbiljnog istraživanja na tom polju s analizama i ocjenama koje proizlaze iz poznavanja uzroka. Istraživanje komunikacija mora stvoriti prostor za pitanja i najvažnije probleme s kojima će se susretati poslanje Crkve u krilu dotične nacije ili regije.”⁸⁶ Pod tim vidom potrebno je poticati ustanove za više studije, istraživačke centre i teološke fakultete da poduzimaju temeljna i primijenjena istraživanja o potrebama i brigama Crkve i društva na području komunikacija. Također se kroz crkvene dokumente naglašava važnost teološkog promišljanja o komunikaciji i sredstvima preko kojih se vrši komunikacija.⁸⁷ Uz to zadaća ovog ureda bila bi da pruži katoličkim laici i druge osobe koje djeluju u medijima duhovnu orijentaciju i dušobrižničku pomoć.

Glasnogovornik

51
Blagovremena
informacija

Kao što sama Apostolska Stolica tako i svaki biskup i svaka Biskupska konferencija trebali bi imati službenog i trajnog izvjestitelja (glasnogovornika) koji

85. *Isto*, br. 170.

86. *Aetatis novae*, br. 32.

87. Usp. *Aetatis novae*, br. 32; IVAN PAVAO II. Brzi razvoj. *Apostolsko pismo o sredstvima društvenog priopćivanja*, Vatikan 2005.

prenosi vijesti i informacije te izlaže dokumente Crkve kako bi ih ljudi lakše shvatili i sigurnije tumačili. Glasnogovornik će nastojati da u što kraćem vremenu i što vjernije daje vijesti o životu i djelovanju Crkve dakako, prema tome koliko to spada na njegovu nadležnost. Glasnogovornik mora imati ozbiljnu teoretsku i praktičnu pripravu s obzirom na općeljudske i javne odnose kako bi mogao upoznati zahtjeve publike kojoj se obraća te s njom uspostavi uspješan dodir koji se temelji na uzajamnom povjerenju i razumijevanju.

Katolička udruženja medijskih djelatnika

52
Udruženi i
organizirani
oblik
apostolata

Crkva kroz svoje dokumente preporuča udruženi apostolat. "U sadašnjim prilikama sasvim je nužno da se tamo gdje djeluju laici razvija udruženi i organizirani oblik apostolata; naime, samo se čvrstim povezivanjem snaga mogu potpuno postići ciljevi suvremenog apostolata i valjano obraniti njegove vrijednosti."⁸⁸ To se također odnosi i na mnogostruke pothvate i organizacije koje djeluju na specifičnom apostolatu društvenog priopćivanja koji valja uvelike promicati, a oni imaju raditi u međusobnoj tijesnoj suradnji.⁸⁹ Radi bolje i učinkovitije djelatnosti katolika i katoličkih udruuga crkveni dokumenti kako oni o laičkim udrugama tako i oni o sredstvima društvenog priopćivanja preporučuju razne udruge kako na nacionalnom tako i na regionalnom planu. Imajući u vidu sadašnje ustrojstvo Katoličke Crkve u BiH bilo bi korisno osnivati katoličku udругu medijskih djelatnika. Ta udругa potom bi trebala biti uključena prema preporuci saborski dekret Inter mirifica⁹⁰ o sredstvima društvenog priopćivanja u suradnju s

88. PAPINSKO VIJEĆE ZA LAIKE, *Svećenik u laičkim udruženjima. Bit i poslanje*, KS Zagreb 1990., br. 3.

89. Usp. *Apostolicam Actuositatem*, br. 19 i 20.

90. Usp. *Inter mirifica*, br. 22.

odgovarajućim međunarodnim udrugama kao što su Međunardona katolička organizacija za tisak (U.C.I.P) film (O.C.I.C, i radio televiziju U.N.D.A.),⁹¹ a osobito će “bit veoma prikladno da se uspostave veze s drugim nacionalnim komisijama te se pruži stvarna suradnja Papinskoj komisiji za društveno priopćivanje”⁹²

Društveni tisak

53
Bolja suradnja

Tisak zbog svoje posebne naravi predstavlja privilegirano sredstvo za društveni dijalog. “Svojom mnogostrukom raznolikošću i bogatstvom problema o kojima može raspravljati, ispitujući događaje do najsitnijih pojedinosti i iznoseći njihove razloge, proširuje opseg spoznaje i razumijevanja, a ujedno izaziva pozornost čitatelja i u njemu budi želju za spoznajom. On je stoga vrlo vrijedna nadopuna audiovizualnim sredstvima te može izoštravati kritički smisao i stvarati ispravan sud čitatelja.”⁹³ Na području Katoličke Crkve u Bosni i Hercegovini izlaze mnogobrojni dnevници, tjednici i mjesečnici u kojima se može naći i vjerskih tema. Nažalost, vjerske teme često se površno i senzacionalistički obrađuju. Trebalo bi pokušati uspostaviti bolju i trajniju suradnju s društvenim tiskom. Vidjeti koje su mogućnosti da svoj prostor dobije Crkva. Potrebno je ne samo izvana kritizirati, nego pokušati iznutra mijenjati ozračje i odnos prema vjeri.

Katolički tisak

54
Katolički tisak
u službi
pastoralnog
djelovanja
Crkve

Potrebno je učiniti analizu katoličkog tiska s obzirom na potrebe i osoblje s kojim raspolažemo te uspostaviti suradnju i ne rasipati snage. “Stoga valja paziti

91. *Communio et progressio*, br. 178.

92. *Isto*, br. 172.

93. *Inter mirifica*, 136.

da se već započeti pothvati ne oslabe nerazboritim poduzimanjem novih pothvata.”⁹⁴ Katolički tisak bi trebao biti u službi pastoralnog djelovanja jedne nadbiskupije ili jedne krajevne Crkve i zato bi trebalo programirano djelovati. Bitno je da se i u vjerskom tisku obrađuju teme na moderniji način. Angažirati vjernike, ali i druge stručnjake iz civilnih medija koji mogu osuvremeniti postojeći vjerski tisak i tako ga učiniti zanimljivim i vjernicima, ali i ostalim čitateljima. Potrebno je u srednjoročnom razdoblju pokrenuti dnevni katolički list. Prije toga napraviti katolički tjedni list koji bi pokrивao sve teme ljudskog života i distribuirati ga poput ostalih “civilnih” novina. Isto tako bi trebalo učiniti i s obzirom na periodiku.

Radio i televizija

55

Pravi tretman s obzirom na sadržaj i vrijeme

Danas na području Bosne i Hercegovine program emitiraju 42 televizije i 150 radijskih postaja. Samo 31 elektronski mediji (28 radio postaja i 3 lokalno-regionalne tv-postaje) emitira program na hrvatskom jeziku. Radi izrade pastoralnog plana za sredstva društvenog priopćivanja, potrebno je provesti analizu programa koji se emitiraju, tj. što se sluša i gleda. Katolička Crkva morala bi nastojati da religiozne teme dobiju pravi tretman s obzirom na sadržaj i vrijeme, ali i pokušati utjecati na kvalitetu programa s obzirom na vjerska i moralna načela Crkve. “Različiti religiozni prijenosi koje dopušta sama narav radiotelevizijskih mogućnosti, pogoduju dodirima među vjernicima i čudesno obogaćuju njihovu pobožnost i njihov vjerski život. Ujedno su vrlo vrijedna pomagala za katehezu i mogu pomoći katolicima odgovorno prihvatiti svoje mjesto u

94. *Isto*, 137.

službi Crkvi u svijetu. Uz to su i pomoć bolesnima i starcima koji ne mogu izravno sudjelovati u životu Crkve. Konačno, takvi prijenosi mogu privući pozornost mnogih ljudi koji, premda daleko od Crkve ili posve agnostički raspoloženi, imaju i nesvjesnu potrebu za duhovnom hranom.”⁹⁵ Nastupi svećenika trebali bi biti istinsko predstavljanje Crkve, a ne osobne filozofije i političkih uvjerenja. Svećenici, redovnici i redovnice, ali i vjerski poglavari ne bi smjeli zazirati od televizije. Ne trebaju se libiti pokazati neki svoj hobi, neku vještinu ili nešto zanimljivo iz svoga života. To ne šteti Crkvi. Moguće je u suradnji s katoličkim, ali i lokalnim radiostanicama organizirati radiotribine i emisije vjerskog sadržaja. To mogu biti informativne, zabavne, dokumentarne i druge emisije.

Sigurno da u sadašnjim našim okolnostima ne možemo računati na vlastitu televiziju, ali možemo tražiti od postojećih struktura da utječu na oblikovanje vlastitog programa. Tražiti da uđemo na televiziju. Treba ustrojiti producentsku kuću koja bi snimala filmove, dokumentarne, informativne i zabavne emisije vjerske tematike, a koji bi se mogli puštati na lokalnim i državnim tv-postajama. To je moguće snimanjem u zajedničkoj produkciji, ili zakupljivanjem prostora. U srednjoročnom razdoblju je bitno osnovati nekoliko radiopostaja čiji su vlasnici vjernici, ili su pojedine biskupije dioničari. U srednjoročnom razdoblju treba osnovati vlastitu televiziju, ili barem napraviti planove za njezino osnivanje.

Internet

Novi forum za naviještanje evanđelja

56

“Internet je sigurno novi 'forum' u smislu u kojem se taj izraz shvaćao u drevnom Rimu kao javno mjesto gdje se vodila politika i dogovarali poslovi, gdje su se

95. *Communio et progressio*, br. 150.

ispunjale vjerske dužnosti, gdje se zbivao najveći dio društvenog života grada i gdje je na vidjelo izlazilo dobro i zlo pojedinca. Bio je to dio grada u kojem je vladala vrevna i kaos, koji su odražavali prevladavajuću, ali i stvarali vlastitu uljudbu. To vrijedi i za cyberspace, koji predstavlja novu granicu koja se otvara na početku novog tisućljeća. (...) za Crkvu je cyberspace novi svijet koji poziva krenuti u veliku pustolovinu korištenja njegovih mogućnosti za naviještanje evangeoske poruke. Taj je izazov u središtu značenja što ga, na početku novog tisućljeća, ima nasljedovanje Krista i njegov nalog: "Izvezi na pučinu": "Duc in altum!?" (Lk, 5, 4). Crkva prilazi tom novom sredstvu priopćivanja s realizmom i povjerenjem. Internet može pružiti veličanstvene mogućnosti za evangelizaciju ako se koristi stručno i s jasnom sviješću o njegovoj moći i njegovim slabostima. Bitno je da kršćanska zajednica pronade što praktičnije načine da onima koji preko interneta prvi put s njom stupaju u kontakt pomogne prijeći iz virtualnog svijeta u stvarni kršćanski svijet kršćanske zajednice. Internet omogućuje da se milijarde slika pojavljuju na milijunima računalnih zaslona u cijelome svijetu. Hoće li iz te galaksije slika i zvukova izroniti Kristovo lice? Hoće li se čuti njegov glas? Jer tek kada se bude vidjelo njegovo lice i čuo njegov glas, svijet će doznati "dobru vijest" o našem otkupljenju. To je cilj evangelizacije i to će od interneta učiniti istinski ljudski prostor, jer tamo gdje nema mjesta za Krista, nema mjesta ni za čovjeka."⁹⁶

96. IVAN PAVAO II., *Internet: novi forum za naviještanje Evandjelja*. Poruka za Svjetski dan sredstava društvenog priopćivanja 2002. Usp. PAPINSKO VIJEĆE ZA SREDSTVA DRUŠTVENOG PRIOPĆIVANJA, *Crkva i internet i Etika i internet* Vatikan 2002.

Film

57

Bolje korištenje
u pastoralnom
djelovanju

“Kinopredstave su već dobile svoje pravo javnosti i usadile su svoje korijene u suvremeni život te imaju silan utjecaj na odgoj, kulturnu naobrazbu, odmor i znanstveno područje.(...) Mnogi filmovi pružaju uspješne i uvjerljive dokaze koji potiču čovjekov napredak i duh mu uzdižu k višim vrjednotama. Svi koji su odgovorni za dušobrižništvo moraju s najvećom brigom pratiti taj napredak kako bi mogli pružiti, osobito za sve veću međunarodnu suradnju, što bolje prilike korištenja kinosredstava u pastoralnom djelovanju.”⁹⁷

Vrlo je bitno u srednjoročnom razdoblju snimiti film o životu istaknutih svjedoka vjere domovinske Crkve, ali i opće Crkve. Primjer tomu jesu filmovi o Isusovu životu, mucu i uskrsnuću. Više pozornosti trebalo bi posvetiti snimanju filmova o našim blaženicima, svecima, ali drugim svjedocima vjere, osobito vjernika laika. Konkretna način izrade ovakvih autorskih djela mogu biti natječaji koje će raspisivati crkvene ustanove ili organizacije.

“Budući da se oni koji rade u svijetu filmske umjetnosti suočavaju sa složenom problematikom pri ostvarenju svoje zadaće, katolici, a u prvom redu katoličke organizacije koje djeluju na tom polju, moraju tražiti i olakšavati prigode za dijalog s ljudima koje rade na filmu. Ti će susreti pokazati kako oni njihovo umijeće cijene kao plemenit i vrijedan posao i sve će uvjeriti kako to tehničko sredstvo može umnogome pridonijeti ljudskom napretku.”⁹⁸

97. *Communio et progressio*, 142.-144.

98. *Isto*, 147.

Kazalište

58

Najstariji oblik
priopćivanja

Kazalište, najstariji i najdjelotvorniji oblik priopćivanja među ljudima, ima danas velik broj posjetitelja i gledatelja, imamo li u vidu one koji su nazočni u kazalištima i one koji predstave prate preko radiotelevizije. Uz to, mnoga su kazališna djela snimljena na filmske trake. Suvremeno kazalište konačno je često ideološki “angažirano” te postaje nekako odskočna daska za lansiranje avangardističkih teorija o čovjeku i njegovu društvenom ponašanju. Utjecaj tih novih ideja i praktičnih usmjerenja koja iz njih proistječu, snažno djeluje na mase gledatelja koji se trajno povećavaju, a ujedno se proširuje i na druga sredstva društvenog priopćivanja. Konkretna način izrade ovakvih autorskih djela mogu biti natječaji koje će raspisivati crkvene ustanove ili organizacije.

“Crkva sa simpatijom i pozornošću prati scensku umjetnost koja je u svojim počecima bila tijesno povezana s temama religioznog značaja. To drevno zanimanje za probleme kazališta mora nadahnjivati i suvremene kršćane da iz njega izvuku što je moguće više koristi. Valja podupirati kazališne stvaraoce da na pozornicu stavljaju i suvremenu religioznu problematiku.”⁹⁹

Glazba

59

Promicati
glazbu koja
obogaćuje
ljudsku osobu

Glazba je jedan od jezika koji izravno ulaze u puni i široki naziv društvenog komuniciranja. Danas smo svjedoci tolikih koncerata koji postaju prigoda za susrete velikog broja ljudi; ali se s puno gorčine može ustvrditi i velika mogućnost otuđenja u odnosu na ljudsku osobu. Trebalo bi promicati glazbu koja obogaćuje

99. *Isto* 161.

ljudsku osobu. Konkretna način izrade ovakvih autor-skih djela mogu biti natječaji koje će raspisivati crkvene ustanove ili organizacije. Više se pozornosti u pastoral-nom djelovanju treba posvetiti glazbenicima i izvođači-ma, osobito popularne glazbe - među mladima.

Društvene i crkvene dvorane

Osmišljeni programi

60

Društvene dvorane (kinodvorane, kazališta, športske i druge dvorane) su mjesto susreta i različitih kulturnih i zabavnih inicijativa kao što su festivali, filmske projekcije, kazališne predstave, ali i mjesta susreta, druženja i različitih drugih zabava. I kod nas se u tim dvoranama sve više i više održavaju različiti kulturno-vjerski programi. Dobro osmišljeni programi mogu biti i prigoda za rast u ljudskim i kršćanskim vrjednotama kao i za istinsku i duboku evangelizaciju.¹⁰⁰

Književnost

Promicati knjige u skladu s katoličkim naukom

61

Potrebno je bolje ujediniti katoličke izdavače međusobno, kao i s drugim izdavačima, radi promocije dobre knjige. Pod tim vidom značajno bi bilo osuvremeniti marketing. Pozornije pratiti što se objavljuje i čita. Više pozornosti posvetiti objavljivanju knjiga koje promiču poruke u skladu s katoličkim naukom. To je moguće objavljivanjem natječaja za priču ili knjigu za djecu i odrasle. To bi trebalo izdavati u suradnji s civilnim izdavačima.

100. Usp. CONFERENZA EPISCOPALE ITALIANA, *La sala della comunità un servizio pastorale e culturale*, Roma 1999.

Zaključak

62

Kreativno i
odgovorno se
služiti novim
tehnologijama

“Kada su koncilski oci svoj pogled upravili prema budućnosti te nastojali uočiti prilike u kojima će Crkva morati provoditi svoje poslanje, mogli su uočiti da je tehnički napredak već započeo ‘mijenjati lice zemlje’, štoviše, osvajati i svemirske prostore. Spoznali su da pogotovo razvitak komunikacijske tehnike može izazvati lančane reakcije nepredvidivih posljedica”. Gledali su crkveni oci Crkvu usred ljudskog napretka kako prihvaća iskustva ostalog čovječanstva te ih nastoji razumjeti kako bi ih tumačila u svjetlu vjere. Dužnost je vjernika Božjeg naroda kreativno se služiti novim pronalascima i tehnologijama na dobro čovječanstva i ostvarenje Božjeg plana o svijetu... kako bi se mogućnosti ‘doba računala’ stavile u službu čovjekova ljudskog i transcendentnog poziva, tako da časte Oca od kojega je svako dobro.¹⁰¹

Treba moliti i raditi. Treba potaknuti svijest svih članova unutar Crkve o značaju sredstava društvenog pripćivanja kao divnih Božjih darova na korist čovjeku. Bitno je obučiti vjernike da spoznaju kako udruženi mogu mijenjati medije i sadržaje koji im se nude. Sustavnim radom, poznavanjem medija i dobrom komunikacijom s njima može se postići da i mediji postanu otvoreniji prema Crkvi i događanjima unutar nje. Trebalo bi ustrojiti neke nove organizacije i medije te prilagoditi već postojeće kako bi bolje i učinkovitije djelovali. Veća otvorenost Crkve prema medijima pridonijet će boljoj slici o Crkvi, to će omogućiti da se spominje više pozitivnosti, ali ne bježeći od problema, te da se poboljša život ukupnog društva.

101. *Aetatis novae*, 2

Predgovor	5
Dekret	7
Prvo poglavlje	
Sredstva društvenog priopćivanja u današnjem svijetu	9
Utjecaj medija na društvo	10
Mediji i komuniciranje u antropološkoj perspektivi	16
Komuniciranje i shvaćanje života	20
Komuniciranje kao duhovni fenomen	22
Komuniciranje i vjernost	24
Komuniciranje kao posredovanje između osobe i društva	25
Komuniciranje i kulturni korijeni	27
Drugo poglavlje	
Teologija komuniciranja	29
Komunikacija kao teološki princip	29
Objava i komuniciranje	30
Božansko komuniciranje Presvetog Trojstva	32
Stvaranje kao božanska komunikacija	33
Savršenstvo i punina komuniciranja u Isusu Kristu	34
Duh Sveti i komuniciranje	36
Crkva kao zajedništvo i komunikacija	37
Mediji, divni darovi Božji	38
Treće poglavlje	
Kultura medija i pastoral	41
Kultura medija: komuniciranje i novi jezici	42
Pastoral sredstava društvenog priopćivanja: otvorenost kulturi medija	43
Pastoral sredstava društvenog priopćivanja: odgajati u komuniciranju	45

Četvrto poglavlje

Subjekti komuniciranja	49
Crkvena zajednica	49
Komuniciranje u Crkvi i Crkve	51
Odgovornost biskupa	53
Svećenici	54
Redovnici i redovnice	55
Odgojitelji i nastavnici	56
Obitelj	57
Katehete	57
Animator komuniciranja	58

Peto poglavlje

Strukture i sredstva komunikacije	61
Vijeće za sredstva društvenog priopćivanja	61
Ured za odnose s javnošću	62
Ured za praćenje i analizu medija	63
Glasnogovornik	63
Katolička udruženja medijskih djelatnika	64
Društveni tisak	65
Katolički tisak	65
Radio i televizija	66
Internet	67
Film	69
Kazalište	70
Glazba	70
Društvene i crkvene dvorane	71
Književnost	71

Zaključak	72
------------------------	-----------

1

Crkveni dokumenti
o sredstvima društvenog priopćivanja
