

Mediji u službi općega dobra u dokumentima Katoličke Crkve

*Hrvoje Lončarević**

Sažetak

Katolička Crkva u prošlom je stoljeću, posebice od II. vatikanskog sabora, sve više propitivala društvenu važnost, narav i svrhu sredstava društvenoga priopćavanja (javnih medija). Ovaj rad propituje što o sredstvima javnoga priopćavanja pod vidikom njihove uloge u promicanju općega dobra izriču (post)koncilski dokumenti, posebice Inter mirifica, Communio et progressio i Aetatis novae. Osim zajedničke značajke isticanja njihove nezamjenjivosti u promicanju moralnih vrijednota i postizanja ciljeva općega dobra, pri čemu dobro osobe nikada ne smije biti podređeno društvenim ciljevima, primjetno je sve veće inzistiranje na moralnoj odgovornosti svih sudionika komunikacije u medijskom prostoru s obzirom na ciljeve i krajnju svrhu ljudske komunikacije, što podrazumijeva i medijsko opismenjavanje sudionika komunikacijskoga procesa. Autor ističe potrebu trajnoga propitivanja etičke uporabe medija, držeći da mediji ne trebaju novu etiku, nego primjenu trajnih etičkih načela u novim okolnostima.

Ključne riječi: narav medija, opće dobro, crkveni dokumenti, medijska pismenost, etika

Uvod

»Što se stvari više mijenjaju, to više ostaju iste«, kaže jedna poslovica. Ona bi se mogla primijeniti i na medije. Iako je tehnološki napredak omogućio bržu razmjenu informacija, čini se da nema mehanizma koji bi osigurao korištenje medija za ono što im jest i ima biti prvotna svrha: da služe općem dobru svih ljudi. Svjesni smo svakodnevnih kršenja etičkih kodeksa uporabe medija i njihove moralno upitne društvene uloge. Pitanja koja se u vezi s time postavljaju čine se vječnima — još se traži za odgovorima.

Prošlo stoljeće bilo je, uz ostalo, doba velikoga tehnološkog napretka, što je omogućilo silan razvoj tzv. masovnih medija.¹ Razvojem tehnologije pojavili su

* Hrvoje Lončarević, mag. comm., mag. educ. croat. E-pošta: hloncarevic@gmail.com

1 Postoji mnogo definicija o medijima i njihovoj namjeni, pa bi bilo preopširno sve nabrajati. Navodim stoga opću, etički neutralnu, definiciju iz knjige dr. Marka Sapunara *Osnove znanosti o no-*

se novi oblici prenošenja informacija, tzv. masovni mediji. Uz tisak iz prethodnoga stoljeća, nastali su kino, televizija i radio, koji su potkraj prošloga stoljeća svoju simbiozu našli u internetu. Njihov razvoj nastavio se i u 21. stoljeću, što je omogućilo da svaka vijest dospije do svih u najkraćem mogućem vremenu. Moć medija dosegla je tolike razmjere da oni više nisu samo bili sredstvo priopćavanja nego su počeli definirati oblike, način i ritam života. Stoga se s pravom mediji nazivaju četvrtom vlašću, uz zakonodavnu, sudsku i izvršnu vlast.

Iz te moći proizlazi, dakako, i velika odgovornost. Zato je važnije nego ikad prije razmišljati o medijskoj etici i etički ispravnoj uporabi medija, tj. sredstava javnog ili društvenog priopćavanja.² Ako je dakle 20. stoljeće okarakterizirano stoljećem razvoja medija, onda će 21. biti obilježeno bitkom za etiku njihove primjene. Velik dio tereta te bitke nosi i nosit će Katolička Crkva, koja se od Drugoga vatikanskog sabora naovamo više puta očitovala o naravi i svrsi medija u kontekstu promicanja općega dobra.

1. Opće dobro

Prije nego se razloži uloga medija iz etičke perspektive općega dobra³ kako je vide crkveni dokumenti, valja napomenuti kako su se tim pojmom koristili još Platon, Aristotel i Ciceron. U naše vrijeme američki filozof John Rawls definirao je opće dobro kao »određene uvjete koji su u jednakosti za prednost svih.«⁴ U hrvatskome pravnom sustavu djelovanje za opće dobro nije definirano nijednim propisom ili drugim aktom kojim se utvrđuje javna politika vezana uz ulogu i djelovanje medija.⁵

1.1. Opće dobro u crkvenim dokumentima

Enciklike i drugi crkveni dokumenti nastoje dati jasan moralno–socijalni okvir ljudskom napretku na temelju katoličke teološke i antropološke misli, pri čemu

vinarstvu: »To je materijalni supstrat pomoću kojeg se informacije posreduju u komunikacijskom procesu.« (M. Sapunar, *Osnove znanosti o novinarstvu*, Zagreb, 2004., str. 46.). U užem smislu pojam medij često se uzima u značenju »masovni medij« (novine, radio, televizija...): »Pod masovnom komunikacijom razumijevaju se svi komunikacijski oblici kod kojih se informacije javno prenose tehničkim distribucijskim sredstvima (medijima) indirektno (...) i jednostrano disperzivnoj publici...« (S. Malović, *Osnove novinarstva*, Zagreb, 2005, str. 11.)

- 2 Usp. D. Labaš — D. Uldrijan, Može li dobro novinarstvo biti nemoralno? Pitanje odnosa kvalitete, etike i medijske pismenosti, u: *Mediji i društvena odgovornost*, Zagreb, 2010., str. 86.
- 3 Opće dobro u crkvenim dokumentima spominje se od enciklike *Rerum novarum* Lava XIII. iz 1891., koja se bavi socijalnim položajem radništva, sve do naših dana u desecima dokumenata.
- 4 <http://www.scu.edu/ethics/practicing/decision/commongood.html>
- 5 <http://www.uzuvrh.hr/userfiles/file/Prijedlog%20nacrt%20Zakona%20o%20op%C4%87em%20odbru%20-%20za%20javnu%20raspravu10%2005.pdf>; Isto je utvrđeno pregledom stranice Središnjeg kataloga službenih dokumenata RH (<http://www.digured.hr/>). Ustav Republike Hrvatske spominje opće dobro samo u članku 38: »Nositelji vlasničkoga prava i njihovi korisnici dužni su pridonositi općem dobru.«

se misao o općem dobru razvija na katoličkome poimanju ljudskog dostojanstva i neponovljivosti ljudske osobe.

U tom smislu enciklika *Rerum novarum* Lava XIII. apelira na sve one koji upravljaju državom da rade na blagostanje zajednice i pojedinca.

Nužno je da bude takvih koji će se baviti državičkim poslovima: stvarati zakone, krojiti pravdu te koji će savjetom i ugledom upravljati polovima u miru i u ratu. Svatko vidi da su takvi muževi odličniji te ih valja smatrati prvacima cijelog naroda zato što neposredno i djelotvorno sudjeluju za opće dobro.⁶

Tu misao potvrđuje Pio XII. u svojoj radijskoj poruci 1941. g., koju će još konkretnije obrazložiti tri godine kasnije rekavši da zakonodavno tijelo »mora u svom gremiju imati poizbor ljude, duhovno izvrsne i čvrsta karaktera, koji se moraju smatrati predstavnicima cijeloga naroda, a ne nekim opunomoćenicima kakve skupine, interesima zbog kojih se nažalost često žrtvuju prave potrebe i istinski zahtjevi općeg dobra.«⁷

Nadalje, o temeljnim vidicima općeg dobra govori encikličko pismo *Pacem in terris* Ivana XXIII. (1963.):

Naime, budući da se opće dobro potpuno poklapa s ljudskom naravi, čitavo i cjelovito može opstati samo ako se, uvaživši njegovu pravu narav i ostvarenja, uvijek vodi računa o ljudskoj slobodi. Zatim, tomu je nužno da na tom dobru, u skladu s njegovom naravi uzmu dijela svi članovi države, makar i na različit način, već prema svojim zadacima, zaslugama i položaju.⁸

U koncilskom dokumentu *Gaudium et spes* (1965.) ističe se u vezi s promicanjem općeg dobra:

Kako se međuovisnost ljudi svakim danom povećava i proširuje na čitav svijet, opće dobro, — to jest skup onih uvjeta društvenog života koji grupama i pojedincima omogućuje da potpunije i lakše dođu do vlastitog savršenstva, — danas sve više postaje općenito te zbog toga obuhvaća prava i dužnosti koje se odnose na čitavo čovječanstvo. Zato svaka skupina mora voditi brigu o potrebama i zakonitim težnjama drugih skupina, dapače o općem dobru čitave ljudske obitelji.⁹

Ovdje se, kako vidimo, izriče definicija općega dobra kao »skup onih uvjeta društvenog života koji grupama i pojedincima omogućuje da potpunije i lakše dođu do vlastitog savršenstva.«

Promatrajući brigu za drugoga kao zahtjev općega dobra, enciklika o razvitku naroda *Populorum progressio* Pavla VI. (1967.) iznosi i ovaj socijalni vidik:

Nitko nije ovlašten da zadržava na svoju isključivu upotrebu ono što prelazi njegove potrebe, dok drugi nemaju ni ono nužno. (...) Opće dobro, dakle, ponekad traži eksproprijaciju, ako neki posjed — zato što je prevelik, što se slabo ili nikako is-

6 Lav XIII., Enciklika *Rerum novarum*, *Sto godina katoličkog socijalnog nauka*, Zagreb, 1991. str. 16–17.

7 Pio XII., Radio poruka za Božić 1944., *Sto godina katoličkog socijalnog nauka*, str. 97.

8 Ivan XXIII., Enciklika *Mir na zemlji*, *Sto godina katoličkog socijalnog nauka*, str. 175.

9 *Gaudium et spes*, Pastoralna konstitucija o crkvi u suvremenom svijetu, *Sto godina katoličkog socijalnog nauka*, str. 222.

korištava, zbog bijede koju on prouzrokuje ostalom stanovništvu, zbog znatne štete nanesene interesima zemlje — prijeći zajednički prosperitet.¹⁰

Slična zadaća politike stoji i u enciklici *Christifideles laici*, izdanoj 1988.: »Politika koja je usmjerena na osobu i na društvo nalazi svoj osnovni kriterij u ostvarivanju općeg dobra kao dobra svih ljudi i cijelog čovjeka, dobra koje se nudi i jamči uz slobodno i odgovorno prihvaćanje osoba, pojedinačno ili udruženih.«¹¹ Opće dobro moguće je dakle postići samo kroz solidarnost i brigu za drugoga. Posebice tu misao razrađuje enciklika »*Sollicitudo rei socialis*« Ivana Pavla II. 1987., koja za smjernice istinskog ljudskog razvoja postavlja brigu za drugoga, tj. dobro svakog čovjeka.¹²

Na razne načine ta se uvjerenja ponavljaju u svim kasnijim dokumentima, sve do *Katekizma Katoličke Crkve* iz 1994. godine. Kao tumač katoličkog vjerskog nauka, *Katekizam*, vezano za pojam općeg dobra, ističe kako je, u skladu s čovjekovom društvenom naravi, dobro svakoga nužno u vezi s općim dobrom.¹³ O samome pojmu općega dobra piše: »Pod pojmom 'opće dobro' treba shvatiti skup onih uvjeta društvenog života koji skupinama i pojedincima omogućuju da potpunije i lakše dođu do vlastitog savršenstva.«¹⁴ Nadalje stoji kako se opće dobro tiče svih i zahtijeva razboritost od svakoga, pogotovo onih koji obnašaju službu vlasti. U prvom redu opće dobro pretpostavlja »poštivanje osobe kao takve. U ime općeg dobra javne vlasti su dužne poštovati temeljna i neotuđiva prava ljudske osobe. Društvo je dužno svakomu svom članu dopustiti da ostvari vlastiti poziv. Napose, opće dobro sastoji se u uvjetima izvršavanja naravnih sloboda koje su nenadomjestive da se ljudski poziv potpuno razvije: kao što je pravo da svatko djeluje prema ispravnoj normi svoje savjesti, pravo na zaštitu privatnog života te na opravdanu slobodu, i na religioznom području.«¹⁵ Drugi je imperativ općega dobra »društveno blagostanje i razvitak same skupine. Razvitak je sažetak svih društvenih važnosti. Dakako, na vlast spada da u ime općega dobra prosuduje između raznovrsnih pojedinačnih interesa. No ona mora omogućiti svakomu ostvariti što mu je potrebno za doista ljudski život: hranu, odjeću, zdravlje, rad, odgoj i kulturu, prikladno obavještavanje, pravo na osnivanje obitelji itd.«¹⁶

Iz svega je jasno da opće dobro stoji u izravnoj skladnoj korelaciji s dobrom ljudske osobe, i to tako da mu je podređeno.

10 Pavao VI., Enciklika *Populorum progressio*, *Sto godina katoličkog socijalnog nauka*, str. 323.

11 Ivan Pavao II., Enciklika *Vjernici laici*, Zagreb 1990., str. 100.

12 »Pravi razvoj koji je u skladu sa zahtjevima vlastitim ljudskom biću, muškarcu i ženi, djetetu, odrasloj ili starome, uključuje prije svega kod onih koji djelatno sudjeluju u tom procesu i za njega su odgovorni, živu svijest o vrijednosti prava svih i svakoga pojedinca, kao i nužnost poštivanja prava svakoga za puno korištenje tekovina što ih pruža znanost i tehnika«; Ivan Pavao II., Enciklika *Socijalna skrb*, *Sto godina katoličkog socijalnog nauka*, str. 600–601.

13 Usp. *Katekizam Katoličke crkve*, str. 481.

14 *Isto*, str. 482.

15 *Isto*.

16 *Isto*.

2. Važniji crkveni dokumenti o medijima

Uočljivo je da *Katekizam* među uvjete »doista« ljudskoga života uvrštava »prikladno obavještavanje«, očito na temelju baštine crkvenih promišljanja, spoznaja i zaključaka koji su se u to vrijeme već bili razvili u svojevrsnu »teologiju medija«

2.1. *Inter mirifica*

Imajući u vidu spomenuto, potrebno je uvidjeti što o naravi i svrsi medija pod vidikom općega dobra kažu crkveni dokumenti. Prvi je među njima koncilski dekret *Inter mirifica* (1963.)¹⁷, nastavši kao izraz svijesti Crkve da širenje evanđeoskoga nauka u službi općega dobra i vječnog spasenja ljudi sve više ovisi o suvremenim sredstvima društvenoga priopćavanja ili, kako se često nazivaju, premda pogriješno, masovnih medija.

Zanimljivo je da Koncil u tom dekretu ne ide primarno za definicijom društvenih medija i značajkama pojedinih vrsta (tiskanih, elektroničkih), nego ističe etički vidik, tj. svrhu korištenja. Time podrazumijeva da se o medijima mnogo zna, no ističe kako je potrebno to znanje usmjeriti sukladno vrijednosnomu sudu. Tako stoji:

Da bi se ti instrumenti ispravno upotrijebili, neizbježno je potrebno da svi oni koji se njima služe poznaju norme moralnoga reda i da ih na tom području vjerno provode u djelo. (...) Prije svega je nužno da svi ovi koji su u tom poslu sebi oblikuju ispravnu savjest o upotrebi tih sredstava....¹⁸

2.2. *Communio et progressio*

Moglo bi se reći da iz duha *Inter Mirifica* proizlaze svi kasniji dokumenti. Prvi je među njima Napatuk o sredstvima društvenoga priopćavanja *Communio et progressio* Papinskoga vijeća za sredstva društvenoga priopćavanja iz 1971. U njemu se opsežnije nego u prethodnome razrađuje svrha i služba medija te, slijedom toga, medijska etika, te se upućuje na ispravno korištenje medija, pokušavajući obuhvatiti sve sudionike komunikacije i okolnosti u kojima se oni nalaze. Kršćanska vizija komunikacije razglaba se u kontekstu značenja komunikacije za cjelokupni napredak. Mediji se ne promatraju samo pod gledištem funkcionalnosti, nego kao važan faktor za razvoj kulture, promatrani kao forum i mjesto susreta.¹⁹

17 Važna koncilaska novost u tom dokumentu bila je uvođenje termina »sredstva društvenih komunikacija« jer do tada nije postojao izraz na Saboru koji je bio opće prihvaćen. Tim izrazom željelo se istaknuti šire shvaćanje komunikacije, koja se tim izrazom ne svodi samo na tehnički vid, već uključuje socijalizaciju. Usp. J. Valković, *Crkva i svijet medija*, Zagreb, 2013., str. 33–38.

18 Dekret o sredstvima društvenog saobraćanja *Inter mirifica*, Zagreb 1993., str. 77.

19 J. Valković, nav dj., str. 48–49.

2.3. *Aetatis novae*

Dvadeset godina nakon *Communio et progressio* izašao je treći dokument, pastoralna uputa pod nazivom *Aetatis novae*, koja je nastala, kao i prethodna dva dokumenta, iz potrebe da se razmotre zadaće medija pred novim izazovima što ih nudi komunikacijska tehnologija. Ovaj dokument ne donosi bitno novu agendu komunikacijske etike ni kulture komunikacije. Ipak, Crkva pokazuje kako je, unatoč, može se reći, razočaranjima dosadašnjom praksom necrkvenih medija, i dalje spremna ući u dijalog s medijima i o medijima. Ne želi ostati tek objekt promatranja, već sustvaratelj komunikacije i dijaloga. U tekstu se govori o opasnosti jačanja monopola na medijskom području, a velik naglasak dan je uporabi suvremenih komunikacijskih tehnika u pastoralnom djelovanju.²⁰

2.4. *Crkva i internet*

Godine 2002. Papinsko vijeće za medije izdalo je dokument *Crkva i internet*, kojim se željelo odgovoriti ma pastoralne i etičke izazove što ih je postavio taj novi medij. Ponovivši načela pastoralne i etičke uporabe medija u Crkvi i društvu iznesena u prethodnim dokumentima²¹, »Crkva mora razumjeti Internet. To je nužno za djelotvorno komuniciranje s ljudima, osobito s mladeži, koja je prožeta iskustvom te nove tehnologije, ali također da bi se tom tehnologijom bolje koristilo.«²² Navode se brojne koristi, uvažavajući istinu da Internet ne može zamijeniti osobni kontakt, te se upućuje na potrebu odgoja za ispravno korištenje internetom. »Nepohodna je umjerenost, disciplinirani pristup tome važnom tehnološkom sredstvu što ga predstavlja Internet kako bi ga se koristilo mudro i isključivo za dobro.«²³

2.5. *Etika na internetu*

Iste godine Papinsko vijeće za medije donijelo je dokument *Etika na internetu*, koji čini jedinstvenu cjelinu s dokumentom *Crkva i internet*. Polazeći od toga da je internet »najnovije i s mnogih gledišta najmoćnije sredstvo« te da kao takav »obećava i mnogo više, no njegovim se neprimjerenim korištenjem može počinuti i mnogo štete«, Crkva nudi »moralnu mudrost« za njegovu ispravnu uporabu.²⁴ On može postati sredstvo za rješavanje čovjekovih problema kroz promicanje ideje cjelovitog razvoja čovjeka i stvaranjem svijeta u kojem će vladati ljubav, pri čemu, Crkva ujedno izražava zabrinutost zbog opasnosti da bude iskorišten i kao sredstvo koje čovjeka okreće od njegove prvobitne svrhe, kada dijeli umjesto da uje-

20 Usp. *Isto*, str. 63–64.

21 <http://www.ika.hr/index.php?prikaz=vijest&ID=49521> (pristupljeno 12. 5. 2016.). Dokument navodi dva cilja Crkve: »Jedan se sastoji u poticanju njihova pravilnog razvoja i pravilnog korištenja za razvoj čovjeka, pravde i mira, za unapređenje društva na mjesnoj, nacionalnoj i općoj razini u svjetlu općeg dobra i u duhu solidarnosti«, dok je drugi u tome što »Crkva skrbi i za komuniciranje unutar sebe same kao i s vanjskim svijetom«.

22 *Isto*.

23 *Isto*.

24 <http://www.ika.hr/index.php?prikaz=vijest&ID=49520> (pristupljeno 12. 5. 2016.)

dinjuje, udaljuje umjesto zbližuje. Budući dakle da »širenje Interneta pokreće brojna druga etička pitanja«, Crkva ističe: »...krepost solidarnosti mjerilo je za određivanje korisnosti služenja Interneta općem dobru.« Stoga »oni čije odluke i djelovanja pridonose stvaranju internet strukture i njegovih sadržaja imaju dužnost provoditi solidarnost u služenju općem dobru.«²⁵ Poštuju li se ta načela, bit će i izbjegnuta potreba cenzure.

2.6. Crkva i mediji

Iako predmet ovoga rada nisu »domaći« dokumenti o medijima, valja spomenuti pastoralne smjernice *Crkva i mediji* iz 2006, koji je odgovor »na poziv općeg crkvenog učiteljstva koji glasi: 'Svaka biskupska konferencija i svaka dijeceza moraju izraditi cjeloviti pastoralni plan za društvenu komunikaciju.'²⁶ Ponovivši ključna stajališta prije spomenutih crkvenih dokumenata, te istaknuvši važnost služenja medija ljudskoj osobi i općemu dobru, smjernice po posebnim poglavljima upućuju na potrebu razvoja svih vrsta medija u službi pastoralu.

3. Narav i svrha medija u crkvenim dokumentima

Kao što je spomenuto, Crkva je na Koncilu izrazila svoj stav o svrsi uporabe sredstava komunikacije i njihovoj važnosti za opće dobro. »Majci Crkvi je poznato da ta sredstva, ako se ispravno upotrebljavaju, pružaju efikasnu pomoć čovječanstvu..., ona također zna da ih ljudi mogu upotrijebiti ... i zlorabiti i na svoju vlastitu štetu...«²⁷ U dijelu koji poziva građanske vlasti na obranu slobode informiranja istaknuto je kako su sredstva društvenoga priopćavanja u službi općeg dobra: »Civilna je vlast u toj stvari vezana, radi općeg dobra kojemu su ta sredstva namijenjena, posebnim dužnostima.«²⁸ Ova tvrdnja veoma je značajna i važna jer upućuje na veliko značenje društvenih medija u služenju općem dobru.

Communio et progressio razrađuje te osnove snažno ih stavivši u kontekst općega dobra: »Sredstva društvenog priopćavanja doista mogu silno pridonijeti međuljudskoj povezanosti...«; »...jer ona rađaju novim načinom bliskosti među njima«; ona su »nov jezik što ljudima omogućuje ispravnije upoznati same sebe i lakše pristupiti drugima. A što se lakše među sobom razumiju i što se radije jedni drugima priklanjanju, to će s druge strane brže postići pravdu i mir, dobrohotnost i dobrotvornost, uzajamno pomaganje, ljubav i najzad zajedništvo. (...) Zbog toga moraju svi ljudi dobre volje osjetiti golem poticaj na složno nastojanje da sredstva društvenog priopćavanja budu na istinsku korist usvajanju i pronalaženju istine te širenju ljudskog napretka.«²⁹

25 *Isto*.

26 http://www.hbk.hr/docs/crkva_i_mediji.pdf (pristupljeno 11. 5. 2016.)

27 Dekret... *Inter mirifica*, str. 75.

28 *Isto*, str. 80.

29 *Communio et progressio*, str. 8–10.

Sukladno tomu, istaknut je i zahtjev: »Sveukupnost onoga što se uporabom raznovrsnih sredstava priopćavanja ostvari na nekom određenom zemljopisnom području valja prosuđivati po onome kako sve to pridonosi općem dobru«, uputivši na ravnovjesje sadržaja: »Stoga valja održati pravu ravnotežu između javnih vijesti, školske pouke i zabave, između znanstvenijih i priprostijih priredaba.«³⁰

U nastavku dokument se osvrće na propagandnu djelatnost u kontekstu općeg dobra:

Širenje i objavljivanje nekih ideja (što se inače naziva propagandistička kampanja) dopuštena je jedino onda ako se ne krnji ljudsko dostojanstvo i ako to koristi istini i stvari općeg napretka pojedinca i zajednice kao i naroda i čitavog ljudskog roda. Stoga je nedopušteno upotrebljavati sredstva uvjeravanja protivna općem dobru, te sredstva koja nastoje spriječiti otvorenu i javnu odgovornost te iskrivljuju stanje stvari ili stvaraju kod ljudi predrasude širenjem nepotpune istine, time da se odabiru samo one koje odgovaraju određenoj svrsi a prešućuju druge mnogo važnije jer sve to kod ljudi priječi opravdanu slobodu odlučivanja.³¹

Treba li isticati da je to i za naše vrijeme itekako aktualna misao!? U dijelu koji se odnosi na pravo na informacije također se spominje opće dobro:

I samo društvo u svim svojim strukturama treba informacije kako bi moglo tumačiti svoje djelovanje kao što su mu potrebni dobro informirani građani. Stoga se pravo na informacije ne može danas ograničiti na individualno područje već je ono zahtjev općeg dobra.³²

Dvadeset godina nakon *Communio et progressio* ljudi su se navikli na izraze kao što su »društvo informacija«, »kultura masmedija« i »generacija sredstava priopćavanja«, postali su svjesniji koliko snagu nose mediji i razumiju da oni određuju mnogo toga što ljudi misle o životu.³³ U duhu tih spoznaja i raznovrsnije uporabe medija *Aetatis novae* ima potrebu istaknuti: »Ispravna upotreba društvenih sredstava priopćavanja pretpostavlja kod onih koji njome barataju poznavanje načela poretka moralnih vrijednosti i spremnost, također, da ih ostvaruju.«³⁴ Budući da opće dobro zahtijeva napredak i poštivanje prava na razvoj svake osobe, mediji ne smiju »...postati i orudem iskrivljenog pogleda na život, na obitelj, na religiju i moral — pogleda koji ne poštuje istinsko dostojanstvo i određenje ljudske osobe. Hitno je potrebno da mediji poštuju cjelovit razvitak osobe, koji obuhvaća kulturnu, transcendentnu i religioznu dimenziju čovjeka i društva, i da mu pridonese.«³⁵ Nadalje, sredstva društvenog priopćavanja »mogu dati svoj doprinos rješavanju teškoća tako da u raspravama u skupinama, razgovorima o filmovima i radio emisijama potiču komunikaciju između ljudi umjesto da se stavljaju na njeno mjesto.«³⁶ Ovo su važni kritički naglasci, plod sada već

30 *Isto*, str. 11.

31 *Isto*, str. 16–17.

32 *Isto*, str. 18.

33 Usp. *Aetatis novae*, Zagreb 1992., str. 7

34 *Isto*, str. 11.

35 *Isto*, str. 16.

36 *Isto*.

triju desetljeća medijskog iskustva od Koncila. Primjetno je da Crkva upućuje medije da ostanu sredstvo kreacije pozitivne međuljudske komunikacije, a ne sami sebi svrha, dok su ljudi samo »konzumenti«.

3.1. Neovisnost medija i sloboda komunikacije

Kao društveno biće, čovjek mora imati mogućnost izražavati svoje mišljenje i suočavati se s mišljenjima drugih ljudi. To načelo zaštitila je *Deklaracija o pravima* čovjeka istaknuvši kako svaki čovjek ima pravo na svoje mišljenje i iznošenje svoga mišljenja, što, dakako, uključuje i slobodu sredstava društvenog priopćavanja.³⁷

Slobodi informiranja i pravu na informaciju dokument *Communio et progressio* dao je najviše prostora. Ističe kako je slobodno iznošenje mišljenja nužno za razvoj čovjeka i društva:

Sloboda izražavanja vlastitog mišljenja jest neophodna osobina i sastavni dio u stvaranju javnog mnijenja. (...) Potrebno je... ustvrditi da je ta sloboda izražavanja vlastite misli neophodna pojedincima i skupinama ljudi unutar granice poštenja i općeg dobra.³⁸

Pravo na ispravno informiranje neodvojivo je od slobode priopćavanja, a slobodni dijalog nužan je za razvoj i napredak:

Zapravo sav se društveni život zasniva na trajnoj razmjeni i dijalogu između pojedinih ljudi i pojedinih skupina što traže uzajamno razumijevanje i udruženu suradnju. Kad se pak tom dijalogu pridružio glas sredstava priopćavanja, on je dobio nove razmjere jer čovjek može s drugim ljudima izmjenjivati svoja životna iskustva te zajedno s njima raditi za napredak ljudskog roda.³⁹

Stoga, »neprihvatljivo je da ostvarivanje slobode komunikacije ovisi od bogatstva, od odgoja ili od političke moći. Pravo na komunikaciju pravo je svih.«⁴⁰ To pravo pak:

zahtijeva posebne napore na nacionalnoj i internacionalnoj razini ne samo kako bi se siromašnima i manje moćnima otvorio pristup k informacijama koje su im potrebne za njihov individualni i društveni razvitak nego, također, kako bi se zajamčilo da će u odlukama o sadržaju sredstava priopćavanja i u utvrđivanju struktura i politike unutar svojih nacionalnih komunikacijskih ustanova posjedovati odgovornu i djelotvornu ulogu.⁴¹

3.2. Djelovanje priopćavatelja

Velika moralna zadaća glede ispravne upotrebe medija zapada novinare i sve one koji na neki način nešto priopćuju ili sudjeluju kao oblikovatelji, urednici i pošiljatelji informacija u procesu priopćavanja. To ističe već dekret *Inter mirifica*:

37 Usp. *Communio et progressio*, str. 21–22.

38 *Communio et progressio*, str. 15–16.

39 *Isto*, str. 21.

40 Papinski savjet za sredstva javnog priopćavanja, Pastoralna uputa *Aetatis novae*, Zagreb 1992., str. 24.

41 *Isto*, str. 25–26.

Vrlo važna moralna zadaća što se tiče ispravne upotrebe sredstava društvenog saopćavanja zapada novinare, pisce, glumce, režisere, producente, one koji ulažu novac, distributere, vlasnike sala i prodajne agente, kritičare i ostale koji na bilo koji način sudjeluju u proizvodnji i prijenosu komunikacija...⁴²

I *Communio et progressio* naglašava odgovornost priopćavatelja:

Njihova je stoga posebna dužnost da trajno imaju pred očima svrhu sredstava priopćavanja, naime da promiču mnogostruko i raznovrsno ljudski napredak, međusobno zbližavanje, iskreno zajedništvo među ljudima.⁴³

Može se dakle uočiti koliko zahtjevna zadaća stoji pred priopćavateljima, koji svojim radom služe primateljima, koje imaju zadaću pravodobno i odgovorno izvijestiti. Stoga je važno i da svako društvo ima kritičare, koji će, vođeni osjećajem za pravdu i ljubavlju prema istini, prosuđivati pozitivne i negativne strane različitih medija, pomagati primateljima u prosuđivanju informacija i pomagati priopćavateljima da njihova razina ozbiljnosti i djelotvornosti bude na još višoj razini.⁴⁴

3.3. *Djelovanje primatelja*

Isto tako, velikim dijelom o primatelju ovisi kakav će se dijalog uspostaviti s onim koji šalje informaciju. Hoće li on biti aktivan ili pasivan, jednostran. O aktivnosti primatelja daje svoje viđenje *Communio et progressio*: »Mogućnosti primatelja su veoma velike i raznovrsne, pa prema tome i njihova je odgovornost veća nego što se obično misli.« Dapače, nastavlja,

velikim dijelom ovisi od primatelja da se uspostavi pravi i istinski dijalog. Primaju li oni naime pasivno ono što im priopćavatelji nude, govor je jednostran i nema pravog sugovornika premda se priopćavatelji trude da uspostave dijalog. Primatelji su aktivni kad brižljivo tumače vijesti, prosuđuju u svjetlu ostalih događaja i cjelokupnog konteksta. Nadalje, kad razborito i kritički znadu izabirati vijesti, kad upotpunjuju vijesti, ako je to potrebno drugim izvorima te, konačno, kad su kadri javno iznijeti svoje slaganje ili neodobranje odnosno svoje primjedbe.⁴⁵

Iz ovoga citata može se iščitati odgovornost koju svatko nosi u komunikaciji. No postavlja se pitanje: kako naučiti kritički izabirati vijesti, može li to svatko i na koji način sudjelovati nezavisno u komunikacijskom procesu?

3.3.1. *Medijsko opismenjavanje*

Odgovor na to pitanje daje knjižica *Etika u obavijesnim sredstvima* Papinskog vijeća za društvena obavijesna sredstva. Prva je, naglašava, dužnost korisnika društvenih obavijesnih sredstava razlikovanje i odabir. Oni se trebaju informirati o medijima, njihovim ustrojstvima, načinima djelovanja i sadržajima te načiniti izbor prema zdravim moralnim načelima o tome što će čitati ili gledati ili slušati.

42 *Dekret ... Inter mirifica*, str. 81.

43 *Communio et progressio*, str. 33.

44 *Usp. Isto*, str. 34.

45 *Isto*, str. 35.

Danas je svima potreban određen odgoj za medije, bilo osobnim učenjem, sudjelovanjem u organiziranom programu ili na oba načina. Više nego samo pouku o tehnikama, odgoj za sredstva priopćavanja pridonosi stvaranju dobroga ukusa kod ljudi i ispravnoga moralnog prosuđivanja. Riječ je, u određenom pogledu, o odgoju savjesti.⁴⁶ Potreban je ispravan izbor, davanje prednosti boljem sadržaju, koji se odlikuje znanošću, umjetnošću i krepošću. Na to se utječe nekorištenjem usluga poduzetnika koji sredstva priopćavanja koriste samo radi ekonomskog probitka.⁴⁷

Očito je da se dokument ne suspreže ni od preporuke bojkota medija ako je njihov sadržaj protivan zdravim moralnim načelima.

Takav pogled na odgovornost primatelja danas je prihvaćen u komunikologiji. Danijel Labaš i Ivan Uldrijan ističu da se u današnje vrijeme vezanosti medijske i novinarske etike javlja i potreba odgoja za medije, koja je povezana s etikom primatelja.

Nitko naime, danas ne može tvrditi da su za stanje — bilo ono dobro ili loše — u medijima odgovorni samo i isključivo novinari, već je velika odgovornost i na publici: čitateljima, slušateljima i gledateljima. Vrtoglavi razvoj tehnologije i sve sofisticiranije metode i načini utjecaja na publiku potiču i obvezuju sve korisnike medija da pristupe novoj vrsti alfabetizacije — medijskom opismenjavanju. Kako je komunikacija nužno dvosmjerni proces, kritička misao ne dopušta da se odgovornost pripiše samo jednom subjektu, to jest pošiljatelju, a da se od odgovornosti oslobodi primatelj.⁴⁸

4. Etička odgovornost medija u demokraciji

Međutim, problem deontološkog reguliranja medijske kulture u obliku odgovarajuće etike i dalje je ostao neriješen⁴⁹. Premda broj komunikoloških istraživanja raste, glede etičnosti uporabe medija nema konsenzusa niti praktičnih pomaka. Filozof Ivan Koprak razlog tomu vidi u zanemarivanju antropološko–metafizičkoga temelja. Uočava gubitak čovjekove etičke orijentacije i koncentriranje tek na novinarske kodekse. Navodi pritom misao francuske filozofkinje Simone Weil, koja drži da se za novinarske postupke nužno traži odgovornost primijetivši: »Svatko zna da novinarstvo, ako se više ne da razlikovati od organizirane laži, predstavlja zločin. Ipak čudno je da se drži da ovaj zločin ne treba kažnjavati.«⁵⁰

Kako dakle utemeljiti etičku obvezatnost kodeksa i razviti kriterije za dobro društvene komunikacije, pita se Koprak. Kako bi se dalo odgovor ili se barem njemu približilo, treba pokušati uočiti problem. Maximilian Gottschlich s Instituta za publicistiku u Beču primijetio je da komunikacijsko–tehnološki napre-

46 Usp. *Etika u obavijesnim sredstvima*, Zagreb, 2000, str. 30.

47 Usp. *Dekret ... Inter mirifica*, str. 79–81.

48 D. Labaš — I. Uldrijan, nav. dj., str. 89.

49 I. Koprak, *Korak za smisao*, Zagreb, 1992, str. 113.

50 *Isto*, str. 114.

dak nije išao ukorak s kvalitetom komunikativnih odnosa između komunikatora i publike i time je došlo do gubitka orijentacije. S time je povezan i nedostatak vjere u vrijednost novinarske profesije. Primjećuje također da je teorija novinarstva pod utjecajem pozitivističkih tendencija zaboravila da je navezana na čovjeka pa se novinarstvo svelo tek na funkcioniranje kojem nije potrebno etičko utemeljenje.⁵¹ Takvo novinarstvo, koje samo »funkcionira«, ne samo što postaje besmisleno, nego i opasno.⁵² Vodeći kriterij komunikacijskih procesa ima biti usmjerenost prema dostojanstvu čovjeka. Za takvu etiku ključno je poštivanje dostojanstva svih ljudi, svjesnost da se u komunikacijskome procesu radi o čovjeku prije svega ostalog.

Takva stajališta sažima i enciklika *Christifideles laici* Ivana Pavla II.:

Medu svim zemaljskim stvorenjima jedino čovjek je 'osoba', svjesni i slobodni subjekt, i upravo zato 'središte i vrhunac' svega na zemlji. Osobno dostojanstvo je najdragocjenije dobro koje čovjek ima i zahvaljujući njemu čovjek vrijednosno nadilazi sav materijalni svijet. (...) Snagom svog osobnog dostojanstva ljudsko biće je uvijek vrednota u sebi i za se te se baš tako mora gledati i tako se prema njemu mora postupati...⁵³

Kodeksi stoga nisu tek puki obrazac, koji je netko izmislio. Oni počivaju na istini o čovjeku, na njegovom htijenju da kaže istinu o sebi i svom dostojanstvu. I zato, poštujući svačije dostojanstvo, treba se vratiti ljudskim vrijednostima — istini, slobodi i odgovornosti. To je zadaća svih sudionika komunikacije, prije svih novinara, jer svaki je čovjek pozvan na ostvarenje zajedničkoga dobra i razvitka ljudske zajednice.⁵⁴

Potreba je dakle vratiti se na čovjeka kao središte komunikacije. No tko je pri tome odgovoran? Tko ima zadaću čovjeka vratiti u središte? Na kome leži odgovornost ispravnoga korištenja medija?

4.1. Četiri razine odgovornosti

Nedvojbeno, odgovornost za etiku medijskoga sustava imaju vlasnici medija, čiji interes može negativno utjecati na etiku u medijima, zatim redakcijska struktura i novinari. Juraj Mirko Mataušić, koristeći se terminom »etika društvenog priopćavanja« etičko vrednovanje primjenjuje na četiri područja:

na društveno političku zajednicu koja zakonima i drugim sredstvima regulira i potpomaže (ili odmaže) društvenu komunikaciju, na izdavače ili medijske sustave koji manje–više određuju idejni i politički smjer svojih medija, ali i na njihove međusobne odnose koji su označeno međusobnom konkurencijom, na novinare i urednike kao osobe i skupine koje imaju svoje kodekse časti, te konačno na javnost koja je pozvana javiti se za riječ u razgovoru ljudskog društva koji se danonoćno vodi u medijima.⁵⁵

51 Usp. *Isto*, str. 115.

52 Usp. *Isto*, str. 114.

53 Ivan Pavao II., *Christifideles laici*, str. 86–87.

54 Usp. D. Labaš — I. Uldrijan, nav. dj., str. 103.

55 *Isto*, str. 93.

Stoga je teško krivnju svaljivati samo na novinare, napominje Mataušić, budući da su oni dio društveno-političkoga sustava koji ima svoje zakone, a novinari su zaposlenici vlasnika medija, koji imaju svoje interese. U tim interesima i njihovu sukobljavanju ogleda se današnje liberalističko društvo, na čijem gospodarskom području vlada slobodno tržište, što se preslikava i na svijet medija. U takvom sustavu sve postaje roba — svaki sadržaj koji ima ekvivalent u novcu, iz čega se logično može zaključiti da su mediji podložni zakonima tržišta i konkurenciji. To dovodi do utrke za naklonost potrošača i, u utrci za zaradom, mediji postaju multinacionalne kompanije, a vlasnicima je na prvom mjestu zarada pa stimuliraju novinare da rade, prije svega radi što veće zarade. Mediji tako stoje sve manje u službi općega dobra, a sve su više prisiljeni stvarati umjetne potrebe, odnosno oblikovati ukus publike kako bi došli do što bolje zarade podilaženjem ljudskoj radoznalosti i njezinim raspaljivanjem, što se nekada nazivalo šundom, a danas tabloidizacijom. Pritom najviše trpe sadržaji koji pozitivno utječu na odgoj mladih i istinitu sliku svijeta.⁵⁶ Stoga se logično zaključuje da je važno raditi na medijskoj pismenosti publike. Svjesna i kritična, medijski pismena publika je subjekt koji ima moć i može diktirati politiku medijskih kuća.

4.2. Mediji — čuvari demokracije i slobode komunikacije

Crkveni dokumenti također govore o važnosti medija u suvremenome demokratskom društvu. *U Etici u obavijesnim sredstvima* stoji:

Društvena obavijesna sredstva nenadomjestiva su za suvremena demokratska društva. (...) Ona su važna sredstva odgovornosti, jer upućuju na nesposobnost, korupciju i zlorabe povjerenja, obraćajući pozornost na potrebu kompetencije, društvene odvažnosti i odanost dužnosti.⁵⁷

Današnje hrvatsko društvo, kao i svuda uostalom, suočeno je s mnogim kršenjima etike u suživotu medija i politike. Pritom je često prisutan etički relativizam. Nakon što su propale totalitarne ideologije 20. st., danas je prisutan savez između demokracije i etičkoga relativizma.⁵⁸

Danas postoji sklonost da se tvrdi kako su agnosticizam i skeptički relativizam filozofija i temeljni stav koji odgovaraju demokratskim političkim oblicima te da oni koji su uvjereni da spoznaju istinu te čvrsto stoje uz nju nisu vjerodostojni s demokratskog stanovišta, jer ne prihvaćaju da većina određuje istinu i da je ona različita već prema raznim političkim ravnotežama. Tu treba primijetiti da se ideje i uvjerenja mogu lako instrumentalizirati u svrhe moći ako ne postoji nikakva posljednja istina koja vodi i usmjeruje političku akciju. Demokracija bez načela lako se pretvara u otvoreni ili skriveni totalitarizam, kako to pokazuje povijest.⁵⁹

Stanje relativizma svakako pogoduje onima koji u nejasnoći i zbunjenosti naroda nastoje iskoristiti situaciju za vlastite prohibitke. Sve je to suprotno etici cilje-

56 Usp. *Isto.* 93–94.

57 *Etika u obavijesnim sredstvima*, str. 12.

58 Usp. Ivan Pavao II, Enciklika *Sjaj istine*, str. 141.

59 Ivan Pavao II, *Centesimus annus*, str. 54–55.

va i naravi medija, koji u kršćanskoj viziji imaju ulogu promicati pravdu tražeći zajedničko dobro, pomažući pojedince, skupine i narode u njihovu traganju za istinom. Te uloge mediji vrše kada u demokratskome društvu promiču razmjene informacija i ideja između svih struktura i klasa te omogućuju svim odgovornim stranama da se čuju.⁶⁰ Zato je važno, stoji u *Communio et progressio*, da »zakonodavstvo mora također građanima osigurati puno pravo javne kritike s obzirom na upravljanje sredstvima pripočavanja naročito kad ono poprimi monopolistički oblik, ili još više, ako je u rukama države.«⁶¹ Neizravno, to je kritika upućena komunističkim režimima, ali se nedvojbeno može primijeniti i na medijske prilike demokratskih zemalja, u kojima su danas mediji načelno slobodni, a često su ideološki izrazito jednostrani i dirigitirani pa je pluralnost medija najčešće tek pusta tlapnja.

Zaključak

Iz dosadašnjega razmatranja teme može se sažeti nekoliko zaključaka o stajalištima crkvenih dokumenata prema naravi i ulozi medija.

Prije svega, valja uočiti obvezu Crkve da govori o fenomenu medija. »Crkva ne može propustiti da ponudi svoje odgovore, već može — i mora — proglašavati svijetu odgovore koje je primila. Danas, kao i uvijek, pruža jedinstveni odgovor koji u potpunosti zadovoljava najdublja pitanja o životu — Isusa Krista, koji 'potpuno otkriva i čovjeka njemu samome te mu objavljuje uzvišenost njegova poziva'.«⁶²

Ako gledamo na komunikaciju kao put k zajedništvu ljudi, onda je potrebno da mediji poštuju cjelovit razvitak osobe te da služe solidarnosti i općem dobru. Prije svega, u svim segmentima komunikacije temeljno je načelo da su ljudska osoba i ljudska zajednica u svom dostojanstvu svrha i mjerilo upotrebe društvenih obavijesnih sredstava. Svi zaslužuju mogućnost rasta crpeći iz riznice materijalnih, intelektualnih, osjećajnih, moralnih i duhovnih dobara i na nitko nema pravo narušavati dostojanstvo drugoga i žrtvovati ga u ime osobnih ili skupnih interesa.

Nadalje, dobro osobe ne smije se ostvarivati neovisno o općem dobru zajednice kojoj pripada. To opće dobro potrebno je shvaćati kao ukupnost dobara kojima svi teže. Premda se u komunikaciji zna dogoditi da mediji s pravom budu obazrivi na neke zahtjeve posebnih skupina, ne bi smjeli pri tome činiti da se jedna skupina suprotstavlja ili pretpostavlja drugoj, već se imaju u solidarnosti sa svima zauzimati za opće dobro.

U trećem tisućljeću čovječanstvo je stvorilo globalnu mrežu (Internet) za prenošenje informacija, ideja i procjena. Tu su mrežu prihvatile mnoge osobe u svojim domovima, radnim mjestima, školama itd. Ona može biti sredstvo dobra

60 Usp. *Aetatis novae*, str. 25.

61 *Communio et progressio*, str. 36.

62 <http://www.ika.hr/index.php?prikaz=vijest&ID=49520>

— pomoći čovjeku da dosegne vrhunac svoga genija — ili mu nažalost biti pomagalo u gubljenju dostojanstva (i vremena).

Mediji s razvojem tehnologije imaju sve veću mogućnost utjecanja na širenje dobra ili zla. Ipak, unatoč njihovoj moći, mediji ostaju samo sredstva za korištenje u svrhu dobra ili zla. Potrebno je stoga trajno propitivanje etičke uporabe medija. Na onima koji se njima koriste jest da odaberu. Mediji ne trebaju novu etiku, nego primjenu trajnih etičkih načela u novim okolnostima. U provedbi tih načela svatko ima važnu ulogu, od onoga tko šalje informaciju do onoga tko je prima. Stoga se etika ne odnosi samo na stručnjake u medijima i moralu, već je imperativ medijski odgoj za sve. To je danas, s razvitkom tehnologije, potrebnije nego ikad prije jer čovjek može doći u opasnost da popusti opsjeni da je informiranost važnija od formiranosti, propuštajući izgrađivati dublje odnose s bližnjima. Time se ugrožavaju solidarnost i međusobna ljubav.⁶³ Ljudska komunikacija, više ili manje nesavršena, uvijek je u opasnosti da bude površna ili zlorabljena. Uz to, u svijetu obojenom ideologijama, željom za zaradom i informacijskim »zagadenjem«, teško je trajno pošteno međusobno komunicirati na način koji više služi općemu i osobnom dobru nego šteti. Sve to treba promatrati kao izazov novoga tisućljeća.⁶⁴

Premda je tehnologija napredovala i sredstva priopćavanja povećala brzinu, to ne znači da su vrijednija. Ona su vrijedna onoliko koliko su vrijedni oni koji se njima služe. Njihovo opravdanje u rukama je korisnika, koji moraju svaki dan sebe opravdavati štiteći ljudsko dostojanstvo i nepovrediva prava bližnjega i ljudske zajednice, čiji su članovi povezani snagom solidarnosti u traženju općega dobra upravo kao skupa »onih uvjeta društvenog života koji grupama i pojedincima omogućuje da potpunije i lakše dođu do vlastitog savršenstva.«

63 Usp. *Isto*, str. 24–37.

64 Usp. *Etika u obavijesnim sredstvima*, str. 35–39.

The Media in Service of the Common Good in the Documents of the Catholic Church

*Hrvoje Lončarević**

Summary

*In the past century, especially since the Second Vatican Council, the Catholic Church increasingly questioned the social importance, the nature and the purpose of our means of social communication (the public media). This article examines what (post)conciliar documents, particularly *Intermirifica*, *Communio et progressio* and *Aetatis novae*, have stated concerning public communication and its role in promoting the common good. Aside from the fact that both highlight its irreplaceability in promoting moral values and achieving the goals of the common good, whereby the good of the individual must not be subordinated to social goals, there is an evident increasing insistence upon the moral responsibility of all participants in public communication. Moral responsibility is demanded in view of the goals and ultimate purpose of human communication which presupposes media literacy of the participants in the communication process. The author stresses the need for continual examination of the ethical use of the media, but is of the opinion that the media does not need a new ethics, rather it needs to apply perennial ethical principles in new circumstances.*

Key words: nature of the media, common good, Church documents, media literacy, ethics

* Hrvoje Lončarević, mag. comm., mag. educ. croat. E-mail: hloncarevic@gmail.com