

UDK 27-722.5:316.775.2

Primljeno: 18. 4. 2018.

Prihvaćeno: 26. 6. 2018.

Izvorni znanstveni rad

INTERPERSONALNA KOMUNIKACIJA I PROFIL SVEĆENIKA KOMUNIKATORA

Danijel LABAŠ

Hrvatski studiji Sveučilišta u Zagrebu
Borongajska cesta 83d, 10 000 Zagreb
dlabas@hrstud.hr

Božo SKOKO

Fakultet političkih znanosti Sveučilišta u Zagrebu
Lepušićeva 6, 10 000 Zagreb
bskoko@fpzg.hr

Sažetak

Polazeći od spoznaje da je interpersonalna komunikacija i susret licem u lice temelj dijaloga, kojem je preduvjet povjerenje i razumijevanje te da bi kultura komuniciranja i dijaloga trebali biti na osjetno višoj razini u vremenu medijski posredovane i virtualne komunikacije, ovaj rad analizira ulogu interpersonalne komunikacije u suvremenome medijskom društvu, s posebnim naglaskom na pastoralni rad. Uz analizu važnosti komunikacije koja je sastavnim dijelom svakog čovjeka i analizu uloge svećenika kao komunikatora, rad donosi rezultate istraživanja stajališta vjernika Zagrebačke nadbiskupije o svećenicima, iz kojih je vidljiva upravo važnost njihove komunikacije. Naime, učinkovita komunikacija ima iznimno značajnu ulogu u naviještanju evanđelja te predstavlja jedan od ključnih alata svećenika u njegovu svakodnevnom poslanju.

Ključne riječi: interpersonalna komunikacija, svećenik, komunikator.

Uvod

Povijest ljudskog društva povijest je komunikacije. Ljudsko postojanje i društvo nezamislivi su bez interpersonalne komunikacije, dijaloga i sučeljavanja mišljenja, jer su oni od pamtivijeka temelj ljudskog znanja i napretka.¹ Samo

¹ Usp. Maria Cristina CARNICELLA, *Comunicazione ed evangelizzazione nella Chiesa*, Milano, 1998., 23.

komunicirajući međusobno ljudi ulaze u istinski odnos, autentični kontakt jedni s drugima, to jest postaju društveni, razumiju se i zajedno djeluju na ostvarenju određenih ciljeva. »Komunikacija održava međuodnose, ključ je socijalnog života te pretpostavlja zajednicu i rast u zajedništvu«, ističe Jure Strujić.²

S druge strane, cijela kulturna baština prenosi se iz naraštaja u naraštaj posredovanjem komunikacije na svim razinama – od interpersonalne preko društvene do komunikacije preko masovnih medija. Čovjek je, naime, kroz povijest zahvaljujući upravo interpersonalnoj komunikaciji uspijevao napredovati i drugima prenositi svoje ideje, zamisli, želje i htijenja, što čini i danas, ali u potpuno drukčijem okruženju prepunom novih (elektroničkih) medija koji utječu i na načine i na kulturu komuniciranja, često otvarajući nova antropološka, filozofska, sociološka, etička, teološka i druga pitanja, pa Strujić zaključuje da kulturu odražavaju također izričaji o Bogu kroz ljudska traženja, »a činjenica je da je čovjek sposoban 'nadići vlastitu materijalnost izlazeći iz samoga sebe prema drugome i na neki način prema beskonačnom'«³.

Činjenica je isto tako da sama interpersonalna komunikacija – kako ona verbalna tako i ona neverbalna – govori o čovjeku i otkriva dubine njegove nutrine i duše. Jer, čovjek je kroz povijest ne samo razvijao načine ophođenja i komuniciranja nego je otkrivao i definirao pravila interpersonalnog i društvenog komuniciranja, koja su se mijenjala i razvijala. Međutim, polazišna točka za razmišljanje uvijek je bila da je komunikacija kao takva temelj svih odnosa. Unatoč nekim zabudama i pogrešnim razmišljanjima uvijek se shvaćalo da je davanje informacije nekome zapravo monolog, dok komunikacija pretpostavlja i znači dijalog.⁴ O tome piše Smiljana Leinert Novosel, tumačeći dva moguća značenja komunikacije. Prvo je značenje »ono koje kaže da je komunikacija prenošenje poruka (što se smatra polazištem teorije informacija i komunikacija), za razliku od onog drugog, polazišta komunikologije, koje kaže da je riječ o utjecanju na sugovornika ili samoga sebe, pri čemu je važan sadržaj komunikacije i njeni učinci u postizanju životnih ciljeva«⁵.

Brojni primjeri i istraživanja dovode do spoznaje da bi kultura dijaloga trebala biti na osjetno višoj razini, jer je u suvremenoj kulturi komuniciranja

² Jure STRUJIĆ, *Evangelizacijsko poslanje Crkve i novi oblici komunikacije*, Split, 2015., 38.

³ Barbara FIORENTINI, *Accesso alla rete in corso. Dalla tradizione orale a Internet 2000 anni di storia della comunicazione della Chiesa*, Bologna, 2012. Citirano prema: Jure STRUJIĆ, *Evangelizacijsko poslanje Crkve i novi oblici komunikacije*, 40.

⁴ Tako Danko Plevnik dvoznačno naslovljava jedno svoje djelo. Usp. Danko PLEVNIK, *Informacija je komunikacija*, Zagreb, 1986.

⁵ Smiljana LEINERT NOVOSEL, *Komunikacijski kompas*, Zagreb, 2012., 15.

često riječ o nepoštivanju osoba i činjenica, a ne o dijalogu kojem je preduvjet povjerenje i razumijevanje.⁶ Isto tako, današnja društva trpe zbog niske razine kulture dijaloga, koja je posebno uočljiva u (novim) medijima, koji ne promiču komunikaciju, različitost ideja i stavova, već vrlo često manipuliraju ili pak ograničavaju objavljivanje suprotnih stavova.⁷ Istodobno se udaljavamo od interpersonalne komunikacije, a naša komunikacija postaje virtualna i medijski posredovana. Međutim, da bi spoznao drugoga, a preko njega i sebe samoga, čovjek se mora susresti i ući u odnos s tim drugim, mora iz svojeg »ja« izaći u susret i stupiti u dijalog s jednim »ti«.⁸ Ući u odnos s drugim znači upravo komunicirati na interpersonalnoj razini, poštujući i slijedeći različita komunikacijska pravila koja postoje od davnih vremena, počevši od grčkog i rimskog doba sve do našeg suvremenog razdoblja. »Niti za Crkvu komunikacija nije nešto opcionalno, već je konstitutivni dio njezina života i njezina poslanja«, te zbog toga komunicira na različite načine, pri čemu »njezino komunikacijsko djelovanje nije zamislivo bez svjedočenja života, komunikacije u liturgiji, pučke pobožnosti, karitativne djelatnosti, kao i dijaloga koji na razne načine ostvaruje sa svijetom«⁹.

1. Interpersonalna komunikacija

Većina ljudi se interpersonalnom komunikacijom koristi svaki dan, ne znajući nužno njezin pravi naziv. Svakodnevni razgovor s roditeljima, sustanarima, bračnim ili životnim partnerima i prijateljima, ali i razgovor u pastoralnom djelovanju pri kojem se ne koristi nikakva mehanička naprava ili posrednik – »medij« – već sugovornici razgovaraju jedni s drugima izravno, »lice u lice« iskonski je primjer interpersonalne komunikacije.¹⁰ Kada komuniciraju na taj način, izvor i primatelj poruke fizički se nalaze u neposrednoj blizini. Kod te kao i kod drugih vrsta komunikacije postoji nekoliko kanala kojima se poruka može odaslati, odnosno primiti, a isto vrijedi i za interpersonalnu komunikaciju. Pošiljalatelj i primatelj poruke može biti pojedinac ili grupa ljudi, koji poru-

⁶ Usp. među ostalim Đorđe OBRADOVIĆ – Tina BARBARIĆ – Ana-Marija DEDIĆ, *Stereotipno trojstvo*, u: *Kultura komuniciranja*, 2 (2013.) 2, 33–39.

⁷ Usp. Ida ČUBELIĆ PILIJA, *Mediji XXI. stoljeća – tehnološki El dorado, moralni El niño?*, u: Danijel LABAŠ (ur.), *Mediji i društvena odgovornost*, Zagreb, 2010., 107–129.

⁸ Usp. Danijel LABAŠ, *Osnove komunikologije*, u: Maja STRAUSS PATKO – Irena JUKIĆ (ur.), *Od davatelja do lijeka*, Zagreb, 2016., 8–25.

⁹ Jerko VALKOVIĆ, *Crkva i svijet medija. Mogućnost susreta i različitost perspektiva*, Zagreb, 2013., 9.

¹⁰ Pavao BRAJŠA, *Pedagoška komunikologija. Razgovor, problemi i konflikti u školi*, Zagreb, 1994., 22.

ku mogu čuti, vidjeti, pa čak i namirisati.¹¹ Pritom se dekodiranje odvija u jednom koraku, a povratna informacija može se odmah odaslati i to auditivnim i vizualnim kanalima,¹² pri čemu svaki sudionik komunikacije sadržaj, pa i onaj vjerski, koji je čuo ne mora olako uzimati kao valjan, već ga treba razmotriti, ali mu kako piše Karl Jaspers ne treba ni »jednostavno protusloviti«¹³, već ga treba iskušati, predočiti i provjeriti.

1.1. *Ljudska egzistencija počiva na komunikaciji*

Karl Jaspers nas, naime, uči da bez komunikacije nema čak ni same egzistencije, da ona predstavlja potpunu otvorenost prema drugima i prema svijetu. Komunikacija je zapravo način na koji ljudsko biće postoji.¹⁴ Ona nije neka posebna značajka jednog ljudskog bića koja bi ga odvajala ili po kojoj bi se razlikovao od drugih ljudskih bića. Naprotiv, ona je sama supstancija čovjeka, ono što ljudsko biće čini ljudskim bićem. Komunikacija je veza čovjeka sa svijetom u cjelini, ona je izvorni i jedini mogući način ljudskog opstanka. U komunikaciji čovjek otkriva sebe i ostvaruje samog sebe. »Čovjek živi kao takav u svom okruženju tako što je vezan sjećanjima i gledanjem naprijed. On ne živi kao usamljenik, nego kao obitelj u kući, kao prijatelj u komunikaciji pojedinca s pojedincem, kao pripadnik naroda, pripadajući nekoj povijesnoj cjelini. On postaje sam sobom uz pomoć predaje kroz koju vidi tamne temelje svog podrijetla te živi s odgovornošću za vlastitu budućnost i budućnost svojih; na dugo zagledan u oba smjera, uronjen u supstanciju svoje povijesnosti – tek tako da je zapravo nazočan na svijetu što ga izvodi iz baštine primljene predajom. Njegov svakodnevni opstanak obuhvaćen je duhom osjetilno nazočne cjeline, svijeta u malom, ma kako oskudan on bio. Njegov je posjed nedodirljiv, tijesan prostor, iz kojega on sudjeluje u sveukupnom prostoru ljudske povijesnosti.«¹⁵

Kako bi čovjek trebao komunicirati? Tako, reći će Jaspers, da najprije nauči – razgovarati s drugima. »Želimo naučiti razgovarati jedni s drugima. To znači da ne želimo samo ponavljati svoja mišljenja, već čuti što drugi misli. Ne želimo samo tvrditi, već razmišljati u kontekstu, oslušivati razloge, biti spremni da dođemo do novog uvida. Želimo pokušati zauzeti drugo stajalište.

¹¹ Smiljana LEINERT NOVOSEL, *Komunikacijski kompas*, 82.

¹² Usp. Joseph R. DOMINICK, *The dynamics of mass communication*, New York – London, 1990., 10–11.

¹³ Karl JASPERS, *Pitanje krivnje*, Zagreb, 2006., 7.

¹⁴ Usp. Francesco MIANO, Su Buber e Jaspers. Ipotesi per un confronto, u: Mario MARTINI, *La filosofia del dialogo da Buber a Levinas*, Assisi, 1995., 265–285.

¹⁵ Karl JASPERŠ, *Duhovna situacija vremena*, Zagreb, 1998., 45.

Štoviše, mi jednostavno želimo tražiti ono što nam proturječi. Zahvaćanje zajedničkog u proturječnom važnije je od brzopleta učvršćivanja stajališta koja se međusobno isključuju zbog čega razgovor završava kao bezizgledan.«¹⁶

Zbog toga bi *istinska komunikacija* značila prevladavanje pozicije u kojoj svatko želi suditi drugome i u kojoj svatko ima sluha samo za vlastitu nevolju. Razmišljajući o komunikaciji među ljudima, Jaspers uviđa koliko je lako komunikaciju prekinuti, a koliko je teško stalno nadilaziti tvrdnje i tako prodirati u područje istine. »Lako je prekidati komunikaciju prkosnim tvrdnjama; teško je, naprotiv, neprestance nadilaziti tvrdnje i prodirati u područje istine.«¹⁷

U djelu *Pitanje krivnje* Karl Jaspers je izložio svoju ideju dijaloga, koju nipošto ne treba shvatiti pojednostavljeno ni doslovno, ali sigurno vrijedi i danas, u našem životnom okruženju, pa i u crkvenom pastoralnom djelovanju. Pretpostavka dijaloga je upravo u zdravorazumskom načinu mišljenja, a Jaspers nam svoje razmišljanje o komunikaciji iznosi vrlo lucidno, jasno i sažeto: potrebno je mirno predočiti vlastito razmišljanje umjesto svađe, odnosno afektivne prosudbe. Lako je posegnuti za nekim mišljenjem i držati ga se kako bi se izbjeglo daljnje razmišljanje, ali potrebno je upravo suprotno – biti spreman na razmišljanje, napredovati korak po korak i ne opirati se daljnjim pitanjima.¹⁸

Cilj komunikacije upravo je u tome da smo zaista u mogućnosti razgovarati jedni s drugima da bi se došlo do istine. Pritom ne postoji ni jedno pitanje koje ne bi smjelo biti postavljeno, a u ravnopravnom govoru nitko nije sudac drugome, svatko je ujedno i optuženik i sudac: »Ne postoji pitanje koje ne bi smjelo biti postavljeno, nikakva srcu prirasla samorazumljivost, nikakav osjećaj ni životna laž koje bi trebalo štititi. Ali pogotovo ne smije biti dopušteno da jedni druge izazovnim, neutemeljenim i olako donesenim sudovima drsko udaramo u lice. Mi spadamo zajedno; kad međusobno razgovaramo, moramo osjećati našu zajedničku stvar. U takvom govoru nitko nije sudac drugome, svatko je ujedno optuženik i sudac.«¹⁹

»Biti« – u Jaspersovu smislu – moguće je samo u komunikaciji s drugim ljudima, u zajedništvu s drugim čovjekom, na što, među ostalim, poziva i naputak o sredstvima društvenog priopćavanja *Communio et progressio* Papinskog vijeća za sredstva društvenoga priopćavanja.²⁰ Mi danas trebamo

¹⁶ Karl JASPERS, *Pitanje krivnje*, 7.

¹⁷ *Isto*, 7–8.

¹⁸ *Usp. Isto*, 8.

¹⁹ *Isto*, 8–9.

²⁰ *Usp. PAPINSKO VIJEĆE ZA SREDSTVA DRUŠTVENOG PRIOPĆAVANJA, Communio et progressio. Pastoralni naputak izrađen nalogom II. vatikanskog sabora radi primjene Dekreta o sredstvima društvenog priopćavanja istoga Sabora (23. V. 1971.), Zagreb, 2002., br. 1.*

shvatiti komunikaciju kao osnovni zahtjev i cilj koji je postavljen pred nama. Čovjek mora ostati slobodan, otvoren za bezgraničnu komunikaciju, jer mnogi ljudi »zapravo ne žele razmišljati. Oni traže samo parole i poslušnost. Ne pitaju i ne odgovaraju, osim ponavljanjem uvježbanih uzrečica. Oni mogu samo tvrditi i slušati, ne mogu provjeravati i uviđati, stoga ih se ne može ni uvjeriti. Kako razgovarati s ljudima koji ne žele sudjelovati u razgovoru u kojem se provjerava i razmišlja i u kojem ljudi traže svoju samostalnost kroz uvid i uvjerenje! [...] Jednodušnost postignuta međusobnim razgovorom i razumijevanjem dovodi do zajedništva koje traje i odolijeva«²¹, podsjeća Jaspers ističući važnost interpersonalne komunikacije, dijaloga i međusobnog razumijevanja.

1.2. Obilježja i specifičnosti interpersonalne komunikacije

Jedno od značajnijih obilježja interpersonalne komunikacije jest upravo to što pruža »mogućnost trenutačnog (za razliku od odgođenog) dobivanja povratnih informacija«²². Za razliku od komuniciranja pomoću pisma, tekstualnih poruka na mobilnim uređajima ili elektroničke pošte, pri čemu sudionik zbog različitih razloga može odbiti pružiti trenutačnu povratnu informaciju (bez obzira je li spriječen zbog tehničkih ili nekih drugih razloga), u interpersonalnoj komunikaciji sugovornik u svakom slučaju odašilje trenutnu povratnu informaciju,²³ i to bez obzira odgovara li riječima ili se reakcija na poruku iščitava iz komunikatorova izraza lica, položaja tijela ili nekog drugog oblika neverbalne komunikacije.²⁴

To što interpersonalna komunikacija neposredno uključuje i neverbalnu komunikaciju, upravo je jedna od njezinih ključnih značajki o kojima Kathleen K. Reardon ističe da: 1) interpersonalna komunikacija uključuje kako verbalno tako i neverbalno ponašanje; 2) uključuje spontano, uvježbano i planirano ponašanje, ili njihovu kombinaciju; 3) interpersonalna komunikacija je razvojnja; 4) ta vrsta komunikacije uključuje izravnu povratnu vezu, interakciju i suvislost ili koherentnost; 5) ona se odvija u skladu s unutarnjim i vanjskim

²¹ Isto, 15.

²² Kathleen K. REARDON, *Interpersonalna komunikacija. Gdje se misli susreću*, Zagreb, 1998., 20.

²³ Usp. Winfried NÖTH, *Priručnik semiotike*, Zagreb, 2004.

²⁴ Usp. Danijel LABAŠ, *Čovjek, međuljudska komunikacija i društveni dijalog. Nadilazi li dijalog zapreke ideologije?*, u: Bože VULETA – Ante VUČKOVIĆ – Ivan MILANOVIĆ LITRE (ur.), *Dijalogom do mira*, Zbornik radova u čast dr. Željku Mardešiću, Split, 2005.; Danijel LABAŠ, *Međuljudska komunikacija, novi mediji i etika*, u: Danijel LABAŠ (ur.), *Novi mediji, nove tehnologije, novi moral*, Zagreb, 2009.

pravilima; 6) interpersonalna komunikacija je aktivnost; 7) može uključivati uvjeravanje ili persuaziju.²⁵

Komunikacija se, dakle, ne mora nužno sastojati od govora, odnosno od verbalnog ponašanja. Neverbalno ponašanje također pruža pojedincu mogućnost otkrivanja što njegov sugovornik misli o poruci koju je upravo primio, a u nekim slučajevima i dok ju još uvijek prima. Verbalna i neverbalna komponenta komunikacije ne moraju se uvijek nadopunjavati, nego se mogu i kositi, a neverbalna komunikacija može čak i »poricati« onu verbalnu, recimo u slučaju kada nam pokreti tijela ili izrazi lica pomažu otkriti govori li osoba istinu ili nam laže. Verbalno pojedinac može izricati jednu tvrdnju, no njegovo će tijelo otkriti je li i sam uvjeren u to što izgovara.²⁶

Da je neverbalna komunikacija važna kao i verbalna komunikacija, ako ne i važnija, govori i stav Georga Herberta Meada, koji »pretpostavlja da je neverbalna komunikacija ('primitivna socijalna interakcija') pretpostavka za učenje (i nastanak) ljudskog jezika«²⁷.

Također, kod interpersonalne komunikacije je značajno to što ponekad planiramo što ćemo reći, drugi put spontano izgovaramo misli, dok za neke prilike i uvježbavamo što ćemo i kako izgovoriti. Kako navodi Kathleen K. Reardon, to ovisi o tome koliko nam je interakcija važna te koliko dobro poznajemo sugovornike, ali isto tako i o prilici u kojoj smo se zatekli i našem raspoloženju. Spontanu komunikaciju obilježavaju ponašanja koja su uvjetovana osjećajima i koja nemaju spoznajnu kontrolu. Uvježbana ili »skriptirana« ponašanja, o kojima piše Reardon,²⁸ čine tipične reakcije koje primjenjujemo u određenim situacijama, odnosno ponašanja koja su dobro naučena i koja se mogu izvesti a da ih ne planiramo, pa čak i da o njima ne razmišljamo. Planirana ponašanja su promišljena i uključuju veći spoznajni napor, što bi značilo i da se njima koristimo u situacijama koje nam se čine primjerenima. Ta se vrsta ponašanja najčešće rabi u nepoznatim ili novonastalim situacijama. No, interpersonalnu se komunikaciju ne mora nužno dijeliti po prethodno nabrojenim ponašanjima, jer su česte prigode u kojima se koristi kombinacija svih triju vrsta.

Interpersonalna je komunikacija specifična i po svojoj razvojnoj naravi. Odnosno, interpersonalni susreti osoba, komunikatora, mijenjaju se ovisno o

²⁵ Kathleen K. REARDON, *Interpersonalna komunikacija. Gdje se misli susreću*, 20.

²⁶ Usp. Allan PEASE, *Govor tijela*, Zagreb, 2002., 14–15.

²⁷ Michael KUNCZIK – Astrid ZIPFEL, *Uvod u publicističku znanost i komunikologiju*, Zagreb, 2006., 17.

²⁸ Kathleen K. REARDON, *Interpersonalna komunikacija. Gdje se misli susreću*, 21–23.

prirodi njihova odnosa. Prema Milleru i Steinbergu,²⁹ ljudi pri prvim susretima jedni o drugima imaju samo površna, tj. deskriptivna znanja, no s upoznavanjem uvjerenja i sklonosti te druge osobe interpersonalni će se susreti sve više temeljiti na prediktivnom znanju. Daljnji razvitak odnosa sugovornicima donosi shvaćanje razloga zbog kojih druga osoba nešto vjeruje ili zbog kojih djeluje na određeni način, što je poznato i kao eksplanacija ili tumačenje. Bolje upoznavanje sugovornika, odnosno povećanje interpersonalnog znanja o njemu, omogućit će nam preciznije predviđanje njegovih reakcija, kao i lakše postizanje komunikacijskog cilja.

Da bi se interpersonalna komunikacija smatrala uspješnom, sudionicima mora biti pružena mogućnost da reagiraju jedan na drugog, a da se pritom koriste i verbalnim i neverbalnim ponašanjem, što je logički povezano s dosadašnjim događajima u interakciji, ali isto tako i općom svrhom interakcije. Kada govorimo o izravnoj povratnoj vezi ili personalnom *feedbacku*, u njega ubrajamo sugovornikove verbalne i neverbalne akcije. Pritom treba imati na umu da je on usmjeren prema konkretnoj osobi ili više njih, a ne skupini nepoznatih ljudi, kao što je slučaj s masovnom komunikacijom.³⁰

Interpersonalna komunikacija uključuje i interakciju sudionika, što znači da akcije jednog sugovornika utječu na akcije drugog. Razgovor se razlikuje upravo po količini interakcije, odnosno interakcija je ostvarena ako su komentari jedne osobe povezani s komentarima druge osobe.³¹

Koherencija je još jedna bitna odrednica interpersonalne komunikacije, koja zahtijeva »primjerenost izjava cjelini razgovora, dakle, svim dotadašnjim izjavama sudionika«³². Jednostavnije rečeno, sve što sudionici razgovora pojedinačno izjave, trebalo bi biti logički povezano s ciljem samog razgovora.

Interpersonalna komunikacija podložna je pravilima, i to unutarnjim i vanjskim. Unutarnja pravila podrazumijevaju dogovor partnera u komunikaciji, odnosno određene standarde ponašanja koje su sami odredili. Vanjska su pravila nametnuli drugi ljudi ili situacije, i najčešće je riječ o određenim društvenim normama.³³

Još je jedna značajka interpersonalne komunikacije ta da se na nju gleda kao na aktivnost, odnosno komunikacija je »nešto što ljudi rade jedni s dru-

²⁹ *Isto*, 23.

³⁰ Usp. Winfried NÖTH, *Priručnik semiotike*, 293–322.

³¹ Kathleen K. REARDON, *Interpersonalna komunikacija. Gdje se misli susreću*, 23.

³² *Isto*, 24.

³³ Usp. *Isto*, 25–26.

gima, a ne jedni drugima³⁴, te se tako potvrđuje stav da kod komuniciranja sugovornici rade zajednički, pa je razmatramo u sklopu relacijskog pristupa interpersonalnoj komunikaciji. Reardon kaže kako je »u toj perspektivi jedinica analize odnos, a ne pošiljatelj ili primatelj poruke«.

Konačno, interpersonalna komunikacija uključuje još jedan oblik komunikacije – persuziju.³⁵ S tim se oblikom interpersonalnog komuniciranja susrećemo kada sudionik rasprave pokušava promijeniti mišljenje, osjećaje ili ponašanje drugih, vezano uz određenu temu o kojoj se raspravlja. S obzirom da pri interpersonalnoj komunikaciji primatelj poruke lako može postati pošiljateljem, sličan je slučaj i s uvjeravateljem i uvjeravanim. Osoba koju se u nešto pokuša uvjeriti (uvjeravani), vrlo lako i sama može postati uvjeravateljem ako njezina reakcija na izjave uvjeravatelja bude takva da i sama pokuša promijeniti stav ili mišljenje te druge osobe.

1.3. Komunikacijska pravila i uvjerljivost komunikacije

Kako bi mogao komunicirati i kako bi mogao stupiti u bezgraničnu komunikaciju i dijalog s drugima na koji poziva Jaspers, a koji dovodi do zajedništva istaknutog u već spomenutom pastoralnom napatku *Communio et progressio*, čovjek mora poštivati neka komunikacijska pravila. No, u temelju prave – istinske – komunikacije je aktivno slušanje, premda jedni druge – kako tvrdi Jaspers – zapravo i ne slušamo. Ono je ključan element uspješnog procesa komunikacije i predstavlja uživljavanje u ono o čemu osoba govori, ali ne u mjeri da osjećamo bol, ističe Friedman Schulz von Thun.³⁶ Martin Heidegger naučio nas je da pravi protagonist komunikacije nije govornik, nego slušatelj. To bi svatko trebao zapamtiti kao načelo svoje komunikacije.

U tom kontekstu dragocjena su istraživanja Paula Gricea o značenju i teoriji razgovora (konverzacije). Griceova teorija oslanja se na razmatranja uporabe jezika u razgovornom kontekstu. Prema Griceu, razgovor predstavlja složeno djelovanje u kojem se koordinira niz govornih postupaka sudionika. Kako piše Nenad Mišćević, Grice pravila razgovora dijeli u četiri skupine. U prvu skupinu »spadaju pravila koja se odnose na kvantitetu u razgovoru, a tiču se informativnosti pojedinih priloga razgovoru. Grice navodi dvije maksime: 1. Neka tvoj doprinos bude onoliko informativan koliko je to potrebno (za momentalne

³⁴ Isto, 26.

³⁵ Isto, 27.

³⁶ Usp. Friedman SCHULZ VON THUN, *Kako međusobno razgovaramo*, Zagreb, 2001. Također usp: <https://www.schulz-von-thun.de/> (2. I. 2018.).

potrebe razmjene mišljenja!); 2. Neka tvoj doprinos ne bude informativniji nego što je potrebno.«³⁷ U drugu skupinu spadaju maksime koje se tiču 'kvalitete' doprinosa razgovoru, kao što su afirmacija, negacija, istinitost i lažnost. Druga skupina ima jedno vrhovno ili nadređeno pravilo: »1. Nastoj da tvoj doprinos bude istinit«, i njemu su podređena dva pravila: »1. Ne kaži nešto za što misliš da je lažno!; 2. Nemoj reći nešto za što nemaš dovoljno dokaza!« Treća skupina pravila odnosi se na 'relaciju' i sadrži samo jedno pravilo: »1. Budi relevantan!« Četvrta skupina pravila tiče se načina na koji treba izreći to što se izriče. I ona sadrži jedno nadređeno, vrhovno pravilo: »1. Budi pregledan!«, i barem četiri koja su mu podređena: »1. Izbjegavaj nejasne izraze!; 2. Izbjegavaj dvosmislenost!; 3. Budi kratak (izbjegavaj suvišnu opširnost!); 4. Budi uredan!« Grice ističe da »sva ova pravila nemaju jednaku važnost, te da se kršenje nekih od njih obično smatra težim prijestupom negoli kršenje ostalih (njegov primjer je laganje i opširnost – prvo je smrtni grijeh, a drugo razmjerno oprostiv propust)«. ³⁸

S druge strane, Griffin navodi deset osnovnih načela na kojima počivaju svi oblici komunikacije, a ta načela itekako mogu biti od koristi svećeniku kao komunikatoru. To su: motivacija (sva ljudska komunikacija je motivirana nekim razlogom), slika o samome sebi (potreba za stvaranjem dojma o sebi, svojevrsna potraga za vlastitim identitetom, igranje uloga), vjerodostojnost (uspjeh poruka ovisi o vjerodostojnosti onoga tko ih upućuje), očekivanje (pojedince ili grupe od onih s kojima komuniciraju), prilagodba publike (poruku moramo prilagoditi primatelju kako bi ju razumio), društvena konstrukcija stvarnosti (ljudi ne doživljavaju izravno stvarnost već kroz nametnutu sliku doživljavamo svijet oko sebe), dijeljenje značenja (komunikacija je uspješnija ako prenosimo značenja, a ne samo suhoparnu poruku), narativ (način pričanja, kazivanja...), sukob (komunikacija može pridonijeti sukobu ili ga neutralizirati) te dijalog (uvažavanje sugovornika i ravnopravnost u komunikaciji).³⁹

Smiljana Leinert Novosel navodi »sedam zapovijedi« dobrog komuniciranja, koji mogu predstavljati dobre savjete i svećeniku komunikatoru. No, odmah i upozorava: »Pri komuniciranju nemojte uvijek željeti primijeniti sve savjete odjednom jer nećete znati što ste uopće htjeli reći; odlučite se za jedan do dva savjeta koja procjenjujete ključnim, i kvalitetno ih primijenite.«⁴⁰ Pr-

³⁷ Svi navodi Paula Gricea preuzeti iz: Nenad MIŠČEVIĆ, *Filozofija jezika*, Zagreb, 2003., 65–66.

³⁸ *Isto*, 66.

³⁹ Usp. Darijo ČEREPINKO, *Komunikologija: kratki pregled najvažnijih teorija, pojmova i principa*, Varaždin, 2012.

⁴⁰ Smiljana LEINERT NOVOSEL, *Komunikacijski kompas*, 55.

vo pravilo kaže da treba isticati važnost primatelja, kreirati pozitivan stav i raspoloženje kod primatelja, pokazati mu bliskost. Drugo pravilo podsjeća da primatelju treba dati vrijednost, pokazati kako je za nas važan u komunikaciji. Treće govori o tome da primatelju treba dati ulogu u komunikaciji i zbivanjima općenito. Četvrto, kod primatelja treba pobuditi interes, zanimanje za ono o čemu komuniciramo. Peto, treba se potruditi da komunikacija bude uvjerljiva i dinamična, da postoji naša maksimalna uključenost. Šesto, treba komunicirati jasno, jednostavno i »sređeno« i konačno – sedmo pravilo podsjeća da treba biti umjeren i defanzivan, te treba biti odsutan bilo kakav pritisak ili napad.⁴¹

Psihologinja Dubravka Miljković predlaže sedam pravila za uspješnu i učinkovitu komunikaciju, koja su itekako korisna u pastoralnom djelovanju koje se odvija u susretima i interpersonalnom komunikacijskom djelovanju: »1. Budi vjerodostojan: Ništa ne utječe lošije na uvjeravanje od nedostatka vjerodostojnosti. Ljudi ne žele slušati niti čitati što je napisala osoba u koju nemaju povjerenja. Vjerodostojnost se razvija dokazivanjem svoje kompetentnosti, objektivnosti i visokih etičkih standarda. 2. Koristi pozitivan, taktičan ton: Uvijek polazi od pretpostavke da je osoba kojoj se obraćaš i koju želiš u nešto uvjeriti, inteligentna i zrela. Ne ušutkavaj osobu. Obraćaj joj se s poštovanjem, direktno i taktično. 3. Budi jasan: Prije nego li uvjerljivo artikuliraš svoj stav nekome drugome, tebi samome mora biti jasno što točno želiš reći. Kad ti je to jasno, onda iznesi svoje argumente, jedan po jedan. Ne skači s jedne teme na drugu i izbjegavaj stvari koje s cijelom pričom nemaju veze. Usmjeri se na cilj i potom iznesi svoje ideje bez okolišanja. 4. Pribavi i iznesi dobre dokaze za ono što pričaš ili o čemu pišeš: Moraš objasniti zašto je važno to što želiš. Reći samo kako je nešto važno, nije dovoljno. 5. Argumente prilagodi onome tko te sluša ili će te čitati: Efikasno uvjeravanje zahtijeva fleksibilnost. Argumente treba birati prema osobi kojoj se obraćaš: Tko je ona? Koji su njezini ciljevi, potrebe, interesi i želje? Koliko zna o temi o kojoj govoriš (ili pišeš)? 6. Koristi logiku: Logički razuman argument nije jamstvo promjene nečijeg stava. Međutim, bez činjenica i dokaza koji će potkrijepiti argument, šanse su nikakve. 7. Koristi emocionalne apele: Iznošenje jasnih, racionalnih i objektivnih dokaza često nije dovoljno da bi se nekoga u nešto uvjerilo. Treba apelirati i na emocije. Pokušaj doprijeti do emocija (ljubavi, strahova, frustracija ...) i potom to iskoristi u oblikovanju informacije: njezinog sadržaja i načina prezentacije.«⁴²

⁴¹ Usp. *Isto*, 55.

⁴² Dubravka Miljković o tim je pravilima pisala u časopisu *Pro Mente Croatica*, 1 (1997.) 3–4, a o komunikacijskim vještinama vidi više u: Dubravka MILJKOVIĆ – Majda RIJAVEC, *Razgovori sa zrcalom*, Zagreb, 2012.

U tom kontekstu komunikacijskih prijedloga i savjeta kako komunicirati u pastoralnom djelovanju, dobro se podsjetiti da Martin Heidegger, kao i Karl Jaspers, uči da samo onaj tko već razumije, može slušati. Bliskost postoji prije istinskog slušanja. Drugim riječima, upozoravaju nas da ljudi većinu vremena i ne slušaju jedan drugoga, a to se onda još i pogoršava činjenicom da mnogi ljudi zapravo ne žele razmišljati, jer traže »samo parole i poslušnost«, pa ih se ne može ni uvjeriti, niti se s njima može doći do razumijevanja koje dovodi ili bi trebalo dovesti do zajedništva⁴³ i napretka o kojemu govori spomenuti pastoralni naputak *Communio et progressio* Papinskog vijeća za sredstva društvenog priopćavanja ističući da »Crkva treba brižno poraditi da se prošire i učvrste veze zajedništva među njezinim vjernicima; priopćavanje i dijalog su naime neophodni za uspješnost katoličkog života. Uostalom Crkva živi u samom ljudskom društvu i u njem se treba sve više ukorjenjivati pomoću dijaloga i sve prisnijeg odnosa. Taj pak dijalog i zajedništvo Crkva ostvaruje izmjenom vijesti i obavještenja svraćajući naročitu pozornost na javno mnijenje unutar i izvan crkvene zajednice, provodeći dijalog sa svijetom i u suvremenom svijetu te surađujući u rješavanju teških problema ljudskog društva.«⁴⁴

2. Komunikacija u pastoralnom radu

Komunikacija je jedno od bitnih obilježja svakog čovjeka i svake organizacije, pa u vremenu u kojem živimo nijedna profesija ne može za sebe reći kako može funkcionirati bez komunikacije. Loše komunikacijske sposobnosti vrlo brzo izlaze na vidjelo i imaju negativne posljedice, kako za djelatnika tako i za cijelu organizaciju. Bez kvalitetnih komunikacijskih vještina o kojima je prethodno bilo riječi, bez obzira na ostale sposobnosti i talente, ni čovjek, ni organizacija ne mogu zauzeti primjereno mjesto u društvu. Znanstvena istraživanja su dokazala kako uspjeh u gospodarstvu, politici i drugim područjima života i rada u prvom redu ovisi o komunikacijskim vještinama, a ne specifičnim profesionalnim znanjima. Zato je razvoj uspješne komunikacije jedna od najvećih potreba modernog menadžera.⁴⁵ Unatoč važnosti komunikacije općenito, posebice interpersonalne komunikacije, naša komunikacija s okruženjem najčešće je rutinska i ne posvećujemo joj dovoljno pozornosti.

⁴³ Usp. Karl JASPERS, *Pitanje krivnje*.

⁴⁴ PAPINSKO VIJEĆE ZA SREDSTVA DRUŠTVENOG PRIOPĆAVANJA, *Communio et progressio*, br. 114.

⁴⁵ Usp. Božo SKOKO, *Priručnik za razumijevanje odnosa s javnošću*, Zagreb, 2006., 38.

Djelovanje Crkve je nezamislivo bez komunikacije. »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. [...] Zajedništvo se hrani iskustvom komuniciranja i hrani se komuniciranjem. Ivan Pavao II. u enciklici o euharistiji piše: 'Dok se nalazi u stanju hodočašća ovdje na zemlji, Crkva je pozvana uzdržati i promicati zajedništvo s Presvetim Trojstvom, bilo zajedništvo s vjernicima. Kako bi ostvarila taj cilj, Crkva ima Riječ i Sakramente, osobito Euharistiju...' [...] Stoga Crkva želi razmišljati o teološkoj vrijednosti komuniciranja i o teologiji sredstava društvenog priopćavanja.«⁴⁶

Jedan od najvažnijih »alata« u pastoralnom radu također je komunikacija, a pritom svećenici koji imaju najizazovnije ulogu u životu župne zajednice imaju jasno definirane uzore i modele. Crkveni dokument, to jest pastoralni naputak *Communio et progressio* ističe da je izvor svake komunikacije u vječnoj komunikaciji triju božanskih osoba. U unutrašnjem životu Presvetoga Trojstva postoji savršena komunikacija.⁴⁷

U broju 126 toga važnog dokumenta stoji: »Krist je zapovijedio apostolima i njihovim nasljednicima da uče 'sve narode', da budu 'svjetlo svijeta', da naviještaju evanđelje u sva vremena i u svim krajevima svijeta. Kako je sam Krist u svom zemaljskom životu pokazao da je on savršeni 'Priopćavatelj' i kako su apostoli upotrebljavali tehniku priopćavanja koja im je bila na raspolaganju, tako i danas pastoralno djelovanje zahtijeva poznavanje korištenja suvremenih mogućnosti i sredstava.«⁴⁸ Isti dokument u broju 111 navodi kako su »budući svećenici, redovnici i redovnice pozvani da se uključe u suvremeni život i u njem vrše djelotvoran apostolat, za vrijeme svoje pripreve u sjemeništimama i redovničkim kućama moraju postati svjesni silnog utjecaja sredstava društvenog priopćavanja na društvo... Moraju poznavati izvore nastajanja osjećaja i javnog mnijenja kako bi se mogli uživjeti u način reagiranja suvremenog čovjeka jer Božja riječ ima biti naviještana našim suvremenicima, a sredstva društvenog priopćavanja u tome pružaju silnu pomoć.«⁴⁹ Dakle, nužno je spoznati izmijenjene okolnosti djelovanja, medijsku stvarnost kojom smo

⁴⁶ BISKUPSKA KONFERENCIJA BOSNE I HERCEGOVINE, *Mediji – divni Božji darovi u službi Evanđelja*, Sarajevo, 2005., 35.

⁴⁷ Usp. Mirko J. MATAUŠIĆ, Vječno i prolazno u kršćanskom medijskom naviještanju, u: Mirko J. MATAUŠIĆ (ur.), *Agencijsko novinarstvo i kršćanska poruka*, Zagreb, 2004., 108.

⁴⁸ PAPINSKO VIJEĆE ZA SREDSTVA DRUŠTVENOG PRIOPĆAVANJA, *Communio et progressio*, br. 126.

⁴⁹ *Isto*, br. 111.

okruženi i koja je utjecala na našu percepciju i način komunikacije, razumijeti očekivanja vjernika i javnosti te prilagoditi stil i način komunikacije novom komunikacijskom i medijskom okruženju.

Svaki svećenik bi trebao biti svjestan da se ministerijalna svećenička služba danas ostvaruje u posve novim okolnostima. Masovni mediji 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.⁵⁰ Kad je u pitanju prilagodba okolnostima, fokusiranost na sugovornike te njegovanje izvrsnog komunikacijskog stila imaju trajni uzor.

»Prema evanđeoskim izvješćima Isus je bio svestran komunikator. Mnogi oblici komunikacije koje je rabio otkriveni su istom u novije doba, npr. jednakost statusa primatelja i pošiljatelja, odnosno komunikacija na istoj razini. U odnosima s ljudima bio je neobično demokratičan. Jednako je pristupao onima na položaju i običnu čovjeku. To je činio iz vlastita uvjerenja, a ne u svrhu samopromidžbe ili bilo kakve manipulacije kako se to često radi danas, osobito u izbornim kampanjama. Budući da su mu temeljni stavovi u pogledu odnosa prema drugima bili posve iskreni, ljudi su ga doživljavali krajnje bliskom osobom. Njegov način komuniciranja karakterističan je po tome što je inicijativa uglavnom polazila od njega. Naime, Isus nije čekao da mu se ljudi približe, nego ih je sam tražio i obraćao im se. Pritom sugovornike nije izvlačio iz njihova okruženja znajući da je u konkretnim životnim okolnostima razgovor prirodni i neusiljeniji; čovjek je spremniji otvoriti se u ozračju koje mu je blisko. [...] Za njega je svako mjesto bilo pogodno za navještaj kraljevstva Božjeg. I svako doba bilo je šansa za kvalitetan dijalog.«⁵¹

Iko Skoko nadalje navodi kako ljudi Isusu nikada nisu bili objekti, niko ga nije vrijeđao ni ponižavao, svaku je osobu poštovao i branio njezino dostojanstvo. Na poseban je način suosjećao s odbačenima, beznadnima, tjeskobnima i bolesnima, aktivno ih je slušao, nepovjerenje je premošćivao srdačnošću i dobrotom, stvarajući u sugovorniku psihološko suglasje plodno za razgovor i kvalitetno primanje poruke. Svima je pristupao bez predrasuda i uvijek je bio na strani primatelja poruke. Njegovi slušatelji nikada nisu mogli doživjeti da govori »*pro domo sua*«, sebe radi, nego radi njih i njihova dobra. Njegovi se govori nisu sastojali od statičnih načela, naredaba i zabrana, već od vrijedno-

⁵⁰ Usp. BISKUPSKA KONFERENCIJA BOSNE I HERCEGOVINE, *Mediji – divni Božji darovi u službi Evanđelja*, 52.

⁵¹ Iko SKOKO, *Specifičnost Mojsijeva, Budina, Konfucijeva, Isusova i Muhamedova komuniciranja*, Mostar, 2008., 181.

snih stavova povezanih s konkretnim životom koji traži stvarnu ljubav prema Bogu i bližnjemu.⁵² Autor dodaje kako je Isus zbog krajnje iskrenosti i odgovarajuće emocionalne podloge »djelovao na čovjeka u cjelini, na njegove osjećaje, razum i volju«⁵³. Pritom je sugovornicima uvijek ostavljao slobodnu volju da sami odluče.

»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.«⁵⁴

Mirko J. Mataušić⁵⁵ posebno naglašava važnost suglasja između verbalne i neverbalne komunikacije, čime se postiže uvjerljivost: »Kršćanin je npr. pozvan na ljubav i sve druge ideale koji su s time povezani, pa ne smije mrziti, ljutiti se. No, umjesto da kroz odgoj bude poučen kako će se suočiti s pojavom mržnje u sebi, prepoznati je kao osjećaj i kao uzrok mnogim odlukama i djelima, on ju pod pritiskom često strogo odgoja potisne u podsvijest, odakle ona neprepoznata i racionalizirana utječe na njegove riječi i postupke.« Mataušić pritom smatra kako te potisnute osjećaje ne možemo sakriti u neverbalnoj komunikaciji i druga osoba na podsvijesnoj razini na njih reagira: »Tako se u nastupu osobe osjeća sukob: na verbalnoj razini ona zastupa visoke ideale, a na neverbalnoj daje signale da ih sama u potpunosti nije usvojila. Kad toga nije svjesna, učinak komunikacije može biti suprotan namjeravanom. Zbog toga onda kršćanski komunikatori dok zastupaju visoke ideale nisu uvjerljivi.«⁵⁶ Upravo zbog toga autor navodi kako je kod kršćanskih komunikatora iznimno važna istinska spoznaja sebe, svojih negativnosti, kao i svojih kvaliteta, kako bi mogli navješćati u istini, ne osuđujući, nego najvješćajući Božju ljubav i ljudsko oslobođenje i spasenje.⁵⁷ Podsjetimo kako je papa Franjo u više navrata govoreći o profilu svećenika isticao upravo vjerodostojnost, otvorenost, suretljivost i skromnost kao idealne osobine. Da bismo istražili kako vjernici Zagrebačke nadbiskupije percipiraju svoje svećenike te koja su njihova očekivanja u pogledu njihova djelovanja i ponašanja, proveli smo istraživanje, koje će biti predstavljeno u sljedećem poglavlju.

⁵² Usp. *Isto*, 182.

⁵³ Usp. *Isto*.

⁵⁴ PAPINSKO VIJEĆE ZA SREDSTVA DRUŠTVENOG PRIOPĆAVANJA, *Communio et progressio*, br. 11.

⁵⁵ Mirko J. MATAUŠIĆ, Vječno i prolazno u kršćanskom medijskom naviješćanju, 114.

⁵⁶ *Isto*.

⁵⁷ *Isto*, 115.

3. Metodologija i rezultati istraživanja *Kako vjernici Zagrebačke nadbiskupije percipiraju svećenike*

Imajući u vidu model koji nam je svojim načinom komunikacije ostavio Isus Krist te suvremene potrebe prilagodobe izazovima medijaliziranog društva u kojem živimo, željeli smo istražiti u kojoj mjeri vjernici smatraju važnima komunikacijske sposobnosti svećenika u njihovu pastoralnom radu te koje osobine smatraju idealnima u obavljanju njihova poslanja. Proveli smo kvantitativno istraživanje,⁵⁸ metodu terenske ankete na reprezentativnom uzorku od 800 ispitanika starijih od 16 godina s područja Zagrebačke nadbiskupije, koji su se deklarirali kao katolički vjernici te koji minimalno dvaput mjesečno odlaze na misu. Korišten je dvoetažno stratificirani uzorak po dekanatima i veličini naselja unutar Zagrebačke nadbiskupije.⁵⁹ Kako bi se realizirali navedeni ciljevi istraživanja, odnosno kako bismo prikupili informacije, kreiran je poseban upitnik za kvantitativno istraživanje na temelju kojeg je terenski dio istraživanja proveden. Upitnik se sastojao od 14 tematska pitanja i 8 demografskih pitanja. Prosječna duljina trajanja svakoga pojedinačnog intervjua iznosila je oko 15 minuta.

U istraživanju smo se fokusirali na sljedeće teme: percepcija idealnog svećenika, opći stav o župniku, ocjena pojedinih karakteristika svećenika, ocjena različitih aspekata rada i ponašanja svećenika, ocjena propovijedi svećenika, odnosno ocjena kvalitete i zanimljivosti te izbora teme propovijedi.

Općenito, rezultati su pokazali (prilikom obrade dobivenih odgovora fokusirali smo se na frekvencije) da ispitanici najčešće odlaze na mise nedjeljom i blagdanima, dok manji postotak njih (12%) pohađa misu barem jedan radni dan u mjesecu. Žene češće od muškaraca odlaze na mise tijekom tjedna, kao i stariji ispitanici. Ispitanici s nižom i srednjom stručnom spremom pohađaju mise češće od ispitanika sa višom/visokom stručnom spremom. Nešto više od pola ukupnog broja ispitanika pohađa misu u svojoj župi, a četvrtina njih povremeno odlazi u crkvu u drugoj župi, i to uglavnom u posebnim prigodama i situacijama. Čak 65% ispitanika osjeća da su u potpunosti

⁵⁸ Istraživanje je sponzorirao preč. Mijo Gabrić, prebendar Prebende Svetog Mihaela Prvostolnog kaptola zagrebačkog. Istraživanje je u ožujku 2017. godine provela agencija Millenium promocija u suradnji s Ipsos Pulsom iz Zagreba.

⁵⁹ Slučajnost uzorka je osigurana sljedećim postupcima: slučajan izbor župa unutar stratum po dekanatima i veličini naselja, slučajan izbor početnih točaka unutar župa, »*random walk*« metoda za izbor kućanstva: anketar je ulazio u svako šesto kućanstvo s desne strane ulice, počevši od početne točke, slučajan izbor ispitanika u kućanstvu koji odlaze u crkvu barem dvaput mjesečno uz korištenje metode odabira »posljednji rođendan«.

vezani ili uglavnom vezani za crkvu u koju odlaze na misu, a najčešće je to župna crkva. Nikakvu pripadnost uz određenu crkvu ne osjeća 20% ispitanika. Tom dijelu ispitanika važno je da odlaze i pohađaju mise, a manje im je važno u koju crkvu odlaze.

Kako bismo ispitali stavove ispitanika o svećenicima, odnosno da bismo dobili uvid u percepcije ispitanika o pojedinim dobrim i lošim karakteristikama svećenika, ispitali smo mišljenje ispitanika o tome kakav bi svećenik trebao biti, odnosno kakve bi karakteristike trebao imati. Ispitanicima je postavljeno otvoreno pitanje, dakle pitanje na koje ispitanici sami spontano daju svoje odgovore, o karakteristikama koje bi idealan svećenik trebao imati. Tijekom analize podataka, posebnu pozornost smo obratili na prvu karakteristiku idealnog svećenika koju su ispitanici spomenuli, dakle prvu asocijaciju karakteristike idealnog svećenika. Prema dobivenim rezultatima 12% ispitanika smatra da idealan svećenik mora biti: pošten (12%), dobar govornik (11%), pristupačan i komunikativan (11%). Ostali odgovori vidljivi su iz Tablice 1.

Tablica 1. *Najvažnija karakteristika koju bi trebao imati idealan svećenik*

| | |
|--------------------------------------|--------|
| pošten | 11,8% |
| dobar propovjednik/dobar govornik | 10,7% |
| pristupačan/komunikativan | 10,6% |
| dobar/dobra osoba | 6,1% |
| ne zna | 5,8% |
| pobožan | 5,7% |
| dosljedan/dosljedan onome što govori | 5,7% |
| dobar s ljudima/blizak s ljudima | 5,5% |
| skroman | 4,7% |
| pomaže župljanima | 2,5% |
| da se ne miješa u politiku | 2,0% |
| ima razumijevanja | 2,0% |
| duhovan | 1,9% |
| ljubazan | 1,7% |
| ostalo | 20,0% |
| UKUPNO | 100,0% |

Što se tiče svih triju karakteristika idealnog svećenika koje su ispitanici asociirali, vidljivo je da četvrtina ispitanika (25%) pristupačnost, odnosno komu-

nikativnost smatraju jednom od najvažnijih svećenikovih osobina. Da idealan svećenik mora biti dobar govornik, odnosno dobar propovjednik, smatra njih 22% – i to ističu kao jednu od najvažnijih karakteristika svećenika. Potom po važnosti slijede unutarne osobine svećenika kao što su: pošten (20%), skroman (16%), dosljedan (14%) i pobožan (13%). Ostali odgovori vidljivi su iz Tablice 2.

Tablica 2. *Tri karakteristike koje bi trebao imati idealan svećenik*

| | |
|-------------------------------------|-----|
| pristupačan/komunikativan | 25% |
| dobar propovjednik/dobar govornik | 22% |
| pošten | 20% |
| skroman | 16% |
| dosljedan | 14% |
| pobožan | 13% |
| pomaže župljanima | 12% |
| dobar/dobra osoba | 11% |
| dobar i blizak s ljudima | 11% |
| prijatelj/prijateljski raspoložen | 7% |
| da se ne miješa u politiku | 6% |
| iskren | 6% |
| ima razumijevanja | 6% |
| otvoren (prema mladima, vjernicima) | 5% |
| ljubazan | 5% |
| duhovan | 5% |
| moralan | 4% |
| ostalo | 13% |
| ne zna | 6% |

Uz otvoreno pitanje o osobinama idealnog svećenika ispitanicima je bila ponuđena i lista karakteristika svećenika s koje su izabrali tri najvažnije osobine idealnog svećenika. Posebnu smo pozornost posvetili onim karakteristikama idealnog svećenika koje su ispitanici prve izabrali s liste karakteristika. Tako je 28% ispitanika kao prvu najvažniju osobinu koju bi svećenik trebao imati izabralo razumljivost i jednostavnost jezika kojim se svećenik služi. Kao najvažniju karakteristiku 14% ispitanika izabralo je dosljednost, a 13% pristupačnost. Ostali odgovori vidljivi su iz Tablice 3.

Tablica 3. *Najvažnije karakteristike koje bi trebao imati idealan svećenik – ponuđena lista osobina*

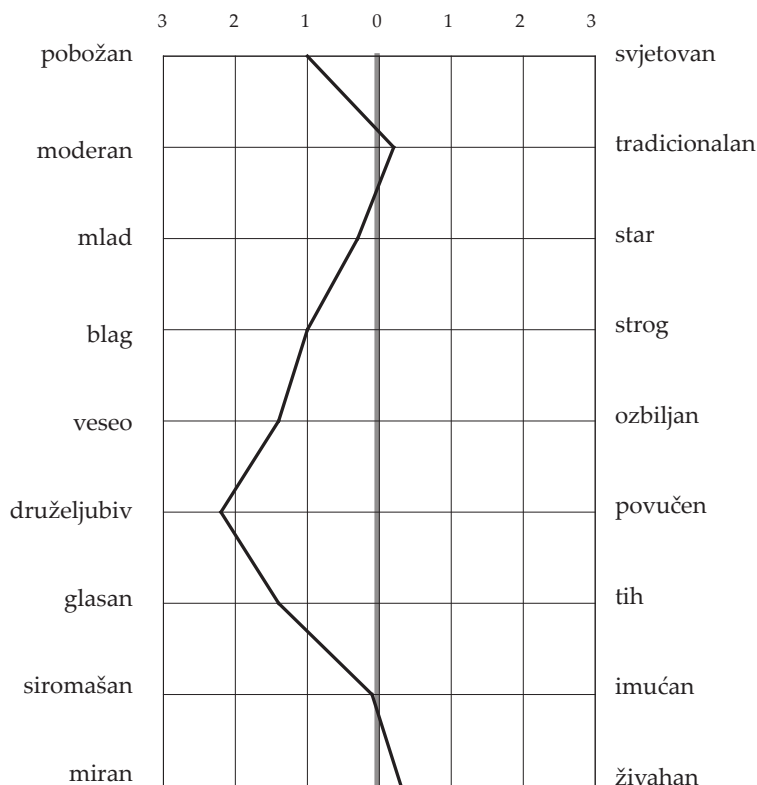
| | |
|---|--------|
| govori jednostavnim i razumljivim jezikom | 28,1% |
| dosljedan/ živi po onome što govori | 13,9% |
| pristupačan | 12,7% |
| dobar govornik | 12,6% |
| skroman | 9,8% |
| pobožan | 7,5% |
| prijateljski | 6,2% |
| dobar organizator | 4,6% |
| moderan | 1,5% |
| mlađi | 1,0% |
| strog | ,8% |
| veseo | ,8% |
| stariji | ,3% |
| pristojnog odijevanja | ,1% |
| ništa od navedenog | ,1% |
| UKUPNO | 100,0% |

U skladu s odgovorima na otvoreno pitanje o osobinama idealnog svećenika, gotovo polovina ispitanika (48%) pristupačnost smatra jednom od triju najvažnijih osobine svećenika. Potom slijede dosljednost (46%), razumljivost svećenika za vrijeme mise (43%) i svećenikov prijateljski odnos s vjernicima (33%). Kao najmanje važnu karakteristiku svećenika s iste liste karakteristika ispitanici su izdvojili dob (mlad/star). Dakle, prema mišljenju većine starosna dob svećenika gotovo da uopće nije važna za svećenikov rad, odnosno djelovanje. Uz dob jedna od najmanje važnih karakteristika idealnog svećenika jest modernost, odnosno moderan ili tradicionalan stil života, kao i vanjski izgled, odnosno odijevanje.

Kako bismo dobili obuhvatan i iscrpan uvid u sliku idealnog svećenika, ispitanicima su prikazani oprečni parovi pridjeva, dakle pridjevi sa suprotnim značenjima, te su se ispitanici trebali opredijeliti za jedan pridjev koji najbolje opisuje svećenika. Iz odgovora ispitanika na to pitanje, a u skladu s prijašnjim odgovorima, vidljivo je da je starosna dob jedna od najmanje bitnih karakteristika za idealnog svećenika. Imućnost, odnosno materijalno stanje svećenika, također je manje bitno, kao i živahnost, odnosno tradicionalnost. Prema odgovorima, najvažnije karakteristike su druželjubivost, veseli karakter svećenika

i glasnoća, odnosno bitno je da je svećenik glasan govornik (u odnosu na tihog govornika za vrijeme mise). Ispitanicima je ipak nešto važnije da je svećenik blaži nego stroži.

Grafikon 1. *Profil idealnog svećenika – prosjek*



Ne postoji značajna razlika između muškaraca i žena i njihovih preferencija karakteristika koje bi svećenik trebao imati. Međutim, postoji razlika između mlađih i starijih ispitanika. Stariji ispitanici smatraju da bi idealan svećenik trebao biti više pobožan nego svjetovan, i da bi trebao biti više tradicionalan nego moderan, dok mlađi smatraju suprotno. Slično tomu, ispitanici s višom školom ili završenim fakultetom opredjeljuju se radije za svećenika koji je svjetovan i moderan, kao i mlađi ispitanici, nego ispitanici sa završenom osnovnom školom.

Uz pitanje o idealnim, odnosno poželjnim karakteristikama svećenika, ispitanicima je bilo postavljeno otvoreno pitanje o manje poželjnim karakteristikama svećenika, odnosno o onim karakteristikama svećenika koje bi

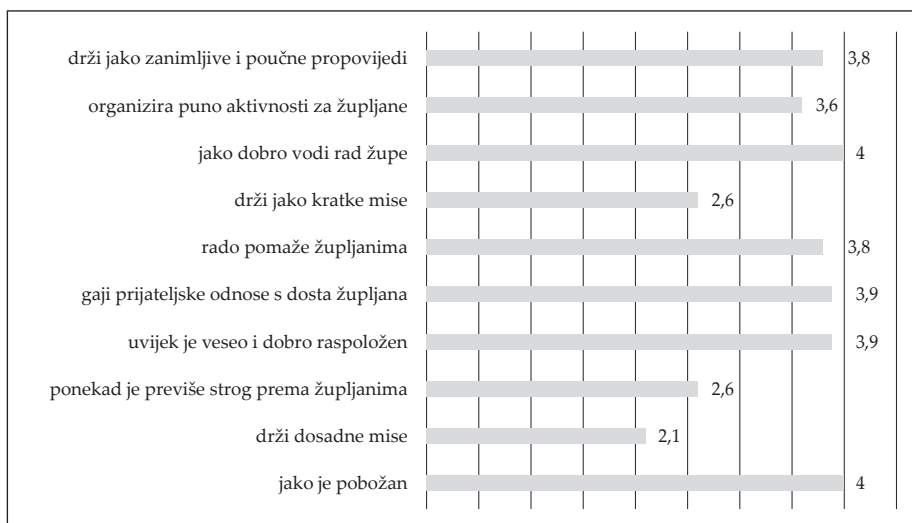
najviše odbijale vjernike. Iz odgovora (Tablica 4) vidljivo je da bi strog, nepristupačan i arogantan svećenik bio onaj koji bi u najvećoj mjeri odbijao vjernike.

Tablica 4. *Tri karakteristike svećenika koje u najvećoj mjeri odbijaju vjernike*

| | |
|--|-----|
| strog | 27% |
| nepristupačan/nedruštven | 22% |
| arogantan/bahat/ohol | 17% |
| bavljenje politikom/miješanje Crkve u politiku | 15% |
| dosadan/dosadan u propovjedi/loš govornik | 14% |
| nedosljedan/ne živi po onome što propovijeda | 14% |
| materijalist/rastrošan | 13% |
| tradicionalan/konzervativan | 7% |
| kritiziranje/kritika župljana | 7% |
| nemaran za župljane/nebriga za župu | 6% |
| imućan/bogat | 6% |
| ozbiljan | 5% |
| drži duge mise | 4% |
| određivanje visine milodara | 4% |
| tih /bučan | 3% |
| neljubazan | 3% |
| ostalo | 39% |
| ne zna | 15% |

Kako bismo dobili jasniji uvid u ocjene pojedinih aspekata rada njihova svećenika (župnika), odnosno da bismo dobili uvid u pojedine karakteristike svećenika i kako te karakteristike ispitanici percipiraju i ocjenjuju, ponudili smo listu tvrdnji s različitim osobinama i područjima djelovanja svećenika i tražili od ispitanika da ih ocijene. Prema dobivenim rezultatima o pojedinim aspektima rada svećenika, a u skladu s općim pozitivnim stavom prema svojem svećeniku, ispitanici vrlo pozitivno ocjenjuju rad svojeg svećenika. Prosječna ocjena vođenja rada župe je visoka (4,0). Isto tako, visokim ocjenama (3,9) ispitanici ocjenjuju pojedine karakteristike svećenika (veseo i dobro raspoložen) kao i svećenikov odnos prema župljanima (prijateljski odnosi). Relativno niskim ocjenama ispitanici su ocijenili kratke i dosadne mise, odnosno strogost svećenika prema župljanima, čime potvrđuju pozitivnu naklonost prema »svojem« svećeniku.

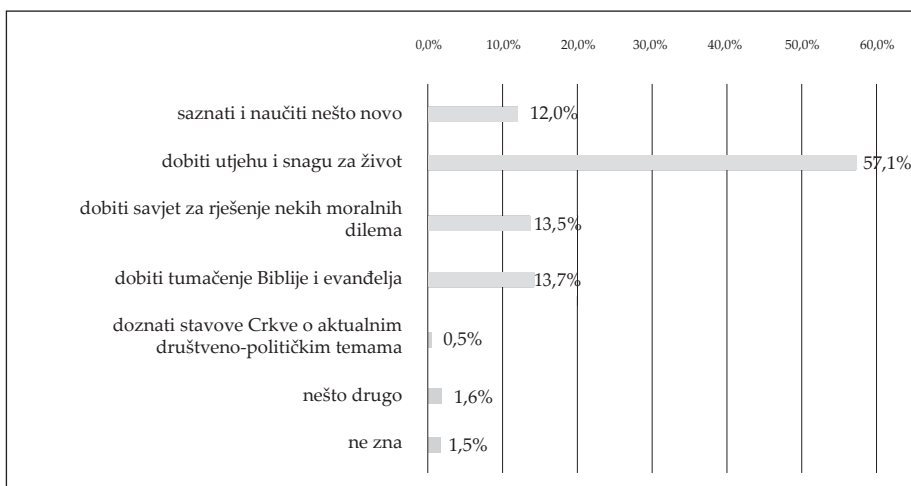
Grafikon 2. *Ocjena pojedinih karakteristika vlastitog župnika – prosjek*



Ne postoji značajna razlika između muškaraca i žena u njihovoj evaluaciji pojedinih osobina i ponašanja njihova svećenika. Isto tako, ne postoji značajna razlika između obrazovanja i procjenjivanja rada i karakteristika svećenika. Stariji ispitanici imaju posebice nešto pozitivniji stav prema zanimljivosti i poučnosti propovijedi svećenika te prema svećenikovo organizaciji aktivnosti za župljane. Ta područja svećenikova rada mlađi ispitanici ocjenjuju nešto slabije pa se prema tim podacima čini da su mlađi ispitanici nešto kritičniji prema svećenikovu radu i djelovanju.

Većina ispitanika smatra da je propovijed najvažniji dio mise (26%), uz prikazanje (24%) i pričest (21%). Isto tako, propovijed je većini ispitanika ujedno i najdraži dio mise (41%), uz misno čitanje evanđelja (18%).

Ispitanici propovijed smatraju važnom i zanimljivom zato što više od polovine ispitanika (57%) smatra da je glavna uloga propovijedi dobiti snagu i utjehu za život. Podjednak postotak ispitanika smatra da je osnovni cilj propovijedi tumačenje Biblije i evanđelja (14%) kao i savjet za rješavanje moralnih dilema (14%). Da je osnovna uloga propovijedi naučiti, odnosno saznati nešto novo, smatra 12% ispitanika.

Grafikon 3. *Koja bi trebala biti osnovna uloga propovijedi? – očekivanja vjernika*

Žene nešto više od muškaraca smatraju da je glavna uloga propovijedi dobiti snagu i utjehu za život te nešto više pokazuju želju da nauče nešto novo iz propovijedi i to smatraju jednom od njezinih glavnih uloga. Isto tako, stariji ispitanici traže od propovijedi snagu i utjehu za život te smatraju da je to njezina osnovna uloga puno više nego mlađi ispitanici. Stariji ispitanici više od mlađih traže tumačenje Biblije i evanđelja za vrijeme propovijedi i smatraju da bi to bila glavna uloga. Ispitanici koji imaju srednju stručnu spremu smatraju da bi dobivanje savjeta za rješenje moralnih dilema trebala biti osnovna uloga propovijedi više nego što to smatraju ispitanici s nižom ili visokom/višom stručnom spremom. Ispitanici s nižom i srednjom stručnom spremom smatraju da bi tumačenje Biblije i evanđelja, odnosno općenito saznavanje nečeg novog, trebala biti glavna uloga propovijedi više nego što to smatraju ispitanici s višom/visokom stručnom spremom.

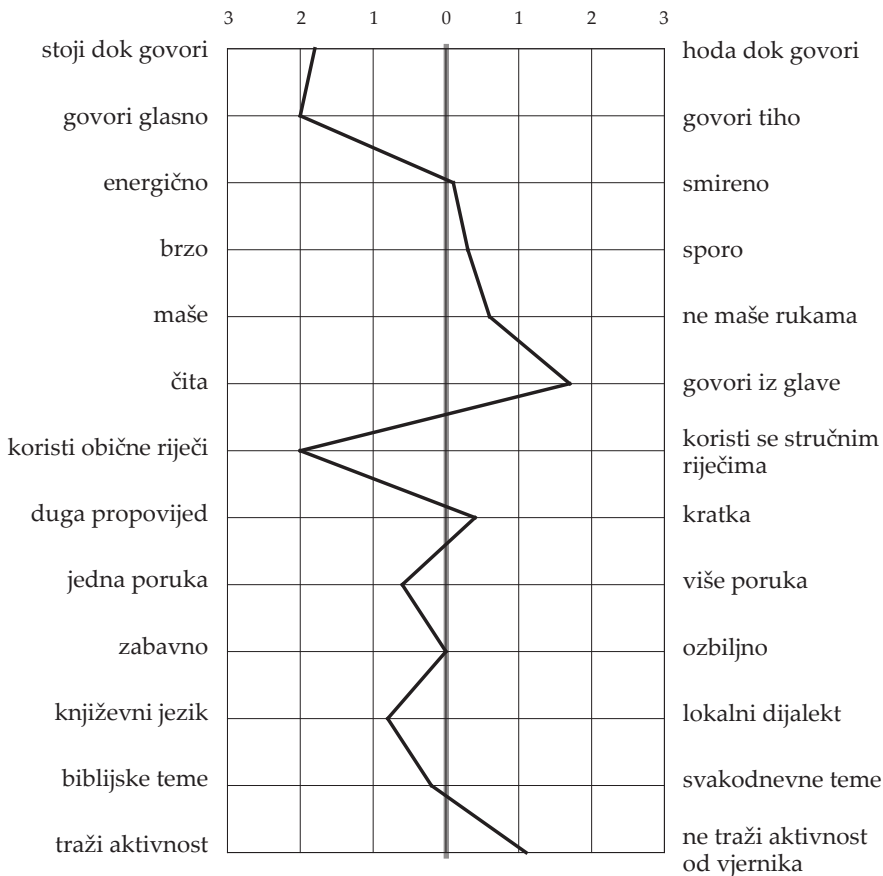
Jedan od važnijih dijelova istraživanja bio je saznati teme propovijedi koje ispitanici smatraju zanimljivima, odnosno manje zanimljivima. Na otvoreno pitanje koje teme najradije slušaju tijekom propovijedi, ispitanici odgovaraju da ih najviše zanimaju te najviše korisnima smatraju teme vezane uz obitelj, moral, brak te svakodnevne životne teme. Najmanje ih zanimaju, odnosno dosadnim smatraju teme koje su vezane uz politiku. Čak 80% ispitanika ne voli slušati političke teme za vrijeme propovijedi.

Tablica 5. *Teme o kojima vjernici najradije slušaju propovijed – korisnost i zanimljivost*

| | |
|------------------------------------|-----|
| o obitelji | 35% |
| moralne teme | 23% |
| o braku | 16% |
| životne teme/o svakodnevnom životu | 15% |
| socijalne teme | 14% |
| biblijske teme | 11% |
| Evandjelje | 7% |
| o životu svetaca/o životu Isusa | 5% |
| sve teme | 4% |
| o ljubavi | 4% |
| o djeci i mladima | 3% |
| o vjeri | 3% |
| ostalo | 13% |
| ne zna | 2% |

Kako bismo ispitali kakve propovijedi vjernici vole, ispitanicima smo pokazali oprečne parove pridjeva i pojmova na koje su ispitanici trebali izabrati jedan pridjev, odnosno pojam koji povezuju s idealnom slikom propovijedi. Prema njihovim odgovorima može se zaključiti da bi idealna propovijed bila ona koja ima sljedeće karakteristike: svećenik stoji dok govori, svećenik govori glasno, svećenik se koristi običnim riječima, svećenik govori iz glave i svećenik traži od vjernika aktivnost za vrijeme propovijedi. Ostale ponuđene karakteristike propovijedi, odnosno svećenika za vrijeme propovijedi, ispitanici smatraju manje važnim.

Grafikon 4. Karakteristike svećenika tijekom propovijedi – prosjek profila



Valja reći da postoje i svojevrsne razlike u odgovorima između mlađih i starijih ispitanika. Naime, postoji trend među mlađim ispitanicima da se opredjeljuju za svećenika koji govori energično (za razliku od starijih koji preferiraju smireno), da govori zabavno, odnosno da propovijedi imaju zabavan karakter (stariji preferiraju ozbiljan karakter propovijedi) i da traži od vjernika aktivnost tijekom propovijedi (starijima je draže da je propovijed bez aktivnosti vjernika).

Zaključak

Komunikacija je, kao što smo vidjeli, temelj ljudskoga napretka, znanja i zajedništva, te su komunikacijske vještine samim time iznimno važan alat svećenika u pastoralnom radu. S jedne strane, svećenike se percipira kroz komu-

nikaciju i ponašanje, a s druge upravo komunikacijom dolaze do srca i duše svojih vjernika. Istraživanje provedeno među vjernicima Zagrebačke nadbiskupije potvrdilo nam je kako vjernici uspješnost poslanja i djelovanja svećenika u župi percipiraju dobrim dijelom kroz način njegove komunikacije i njegove komunikacijske vještine.

Prema dobivenim rezultatima, kao prve karakteristike idealnog svećenika, ispitanici su spontano naveli: pošten (12%), dobar govornik (11%), pristupačan i komunikativan (11%). Vidljivo je da čak četvrtina ispitanika pristupačnost, odnosno komunikativnost, smatraju jednom od najvažnijih osobina svećenika. Usto se kao jedna od važnijih osobina idealnog svećenika navodi kako mora biti dobar govornik, odnosno dobar propovjednik (22%). Takva stajališta vjernika potvrdila su i druga pitanja pomoću kojih smo istraživali poželjnost određenih osobina i karakteristika svećenika. Tako je 28% ispitanika kao prvu najvažniju osobinu koju bi svećenik trebao imati izabralo razumljivost i jednostavnost jezika kojim se svećenik služi. Zbirno gledano, gotovo polovina ispitanika (48%) pristupačnost smatra jednom od triju najvažnijih osobina svećenika. Potom slijede dosljednost (46%), razumljivost svećenika za vrijeme mise (43%) i svećenikov prijateljski odnos s vjernicima (33%). Kao najmanje važnu karakteristiku svećenika s iste liste karakteristika ispitanici su izdvojili dob.

Dakle, komunikacija, osobito interpersonalna, te otvoren prijateljski odnos s vjernicima, s jedne strane, a kvaliteta i razumljivost propovijedi, s druge strane, predstavljaju ključne karakteristike idealnog svećenika, ali i važne alate u pastoralnom radu suvremenog svećenika. Tomu treba dodati poštenje i vjerodostojnost, koji dodatno čine komunikatora učinkovitim, što uostalom potvrđuju i autori poput, u ovome radu prezentiranih i analiziranih, Jaspersa, Leinert Novosel i Miljković.

Vjernici procjenjuju svećenike i pokazuju svoja očekivanja od svećenika ponajprije kroz njihovu interpersonalnu komunikaciju (kroz koju ih upoznaju, uspostavljaju dijalog i suradnju) te kvalitetu njihovih propovijedi, koje smatraju iznimno važnima i korisnima za svoj život, a tek onda kroz druge segmente njihove osobnosti, djelovanja i poslanja. Zato možemo iščitati potrebu i očekivanja da se svećenici kao komunikatori prilagođavaju novim izazovima i očekivanjima te usmjeravaju svoj način i stil komunikacije, kao i izbor tema, kako bi bili uspješniji u svojem pastoralnom radu.

Summary

**INTERPERSONAL COMMUNICATION AND THE PROFILE OF
PRIEST-COMMUNICATOR**

Danijel LABAŠ

Croatian Studies, University of Zagreb
Borongajska cesta 83d, HR – 10 000 Zagreb
dlabas@hrstud.hr

Božo SKOKO

Faculty of Political Sciences, University of Zagreb
Lepušićeva 6, HR – 10 000 Zagreb
bskoko@fpzg.hr

Starting from the insight that interpersonal communication and face to face encounter are the basis of dialogue, that dialogue presupposes trust and understanding, and that the culture of communication and dialogue ought to be on a significantly higher level in the times of media(ted) and virtual communication, this article analyses the role of interpersonal communication in the contemporary media society, with a special emphasis on pastoral work. Apart from an analysis of the importance of communication as a constituent part of every human being and an analysis of the role of priest as a communicator, this article presents results of a study of attitudes of believers in the Archdiocese of Zagreb on priests. The study shows that believers value their communication skills quite highly. Efficient communication has an extremely significant role in the proclamation of gospel and is one of the key tools of the priest in his daily mission.

Keywords: *interpersonal communication, priest, communicator.*