

ODGOJ ZA RAD SA SREDSTVIMA DRUŠTVENOG PRIOPĆAVANJA

Godine 1986. je Kongregacija za katolički odgoj izdala važan dokument s naslovom „Smjernice za odgoj budućih svećenika s obzirom na sredstva društvenog priopćavanja”.¹

Premda predmet Smjernica nije sasvim nov, ipak je relativno nov i u ovako preciznom obliku prvi put objavljen. To se može naslutiti i po činjenici da original nije sačinjen na latinskom jeziku, kako je to red u rimskoj kuriji, već u suvremenim živim jezicima.² Klasični latinski jezik naime nema na raspolaganju leksičkog materijala za potpuno pokrivanje terminologije sasvim novog fenomena komunikologije, informatike i mass-media. Stoga je Kongregacija svoje upute povjerala jezičnom blagu suvremenih uživalaca sredstava društvenog priopćavanja.

Nov je i stručni termin kojim se Crkva služi za označivanje ove pojave. U profanoj literaturi prevladavaju izrazi kao: masovno komuniciranje, javno priopćavanje, medijska sredstva, audio-vizuelna sredstva, informacijska sredstva i sl. Najčešće se rabi izričaj „mass-media”. No crkveni ga dokumenti izbjegavaju zbog pejorativnog prizvuka riječi kao što su masa, masovno, psihologija masa, masifikacija i sl./ a i zbog toga što sva komunikacijska sredstva nisu masovna/. Zato već od vremena II. vat. sabora Crkva upotrebljava kao službeni termin: „sredstva društvenog priopćavanja (instrumenta communicationis socialis, CIC 822–824).

Važnost suvremenih komunikacijskih sredstava

Da bismo bolje razumjeli i prihvatili sugestije Smjernica, potrebno je prisjetiti se sasvim kratko važnosti suvremenih sredstava priopćavanja.³

1 Typis polyglottis vaticanis. Vaticano 1986.

2 Navodimo naslove onih dokumenata s kojima raspolažemo: Orientations pour la formation des futurs prêtres en ce qui concerne les instruments de communication sociale; Guide to the Training of Future Priest Concerning the Instruments of Social Communication; Orientamenti per la formazione dei futuri sacerdoti circa gli strumenti della comunicazione sociale.

3 M. McLUCHAN, Message et massage. Random House, New York 1968. AA. VV., Gli strumenti della comunicazione sociale. LDC, Torino 1967. A. ZANACCHI, Potenza e prepotenza della comunicazione sociale. S. Paolo, Roma 1969.

B. KLAUS, Massenmedien im Dienst der Kirche. De Gruyter, Berlin 1969.

W. L. RIVERS i dr., Responsibility in Mass Communication. II izd. Harper, N. York 1969.

R. ZOLL, E. HENNIG, Massenmedien und Meinungsbildung. Juventa, Munchen 1970.

Prije svega je dobro spomenuti činjenicu da su informacije osnovna potreba svakoga živog bića. Bez tih nužnih informacija ugasio bi se svaki život.⁴ To vrijedi a fortiori za čovjeka, bilo kao pojedinca bilo kao društveno biće. Slikovito govoreći: mi ljudi nismo „odvojeni pretinci” nekog ormara, nego „spojene posude” u društvenom (i crkvenom) organizmu.

Oduvijek su sredstva javnog komuniciranja utjecala na život, mišljenje, ideologiju i vjeru ljudi. Donedavno je kraljevala javnim i kulturnim životom knjiga i tisak uopće (sjetimo se obraćenja sv. Ignacija Lojolskog ili njegova sljedbenika Ignaca Leppa).⁵ Danas taj utjecaj ne pripada više samo pismu, nego živim i slikovitim medijima kao što su radio, televizija, film, video itd.

Snagu audiovizualnih pomagala najbolje ilustrira njihov broj. Već g. 1970. u svijetu je bilo 674 miliona radio-aparata, a broj televizora je iznosio 236 miliona.⁶ Danas te cifre sigurno iznose više nego dvostruke vrijednosti. A oko tih se aparata okupljaju milijarde ljudi. Pažljivo ih gledaju i slušaju svaki dan. Obožavaju ih i vjeruju im. Pred njima gube velik dio svog vremena. Znači da ih smatraju potrebnim, korisnim i zabavnim. Podliježu njihovoj sugestivnom utjecaju. Mass-media upravljaju životom mnogih ljudi.

Starim medijima su se mogli koristiti samo bogati i školovani ljudi, danas u modernim medijima uživaju svi, i nepismeni i siromašni. Stari su mediji djelovali jednostavno (samo preko oka) i statički (bez pokreta i zvuka). Današnji su mediji svestrani, dinamični i uzbudljivi. U njima su angažirana sva naša čula. Mass-media ostavljaju dojam svemoći, sveprisutnosti i sveznanja (božanski atributi!). To su naša nova božanstva. Oltar su svake moderne obitelji. Pred njima pobožno šutimo, ostajemo zadivljeni i poneseni njihovom, otvorenom ili prikrivenom, porukom.⁷

1. TIMIRY i dr., Introduction to Mass Communications. III izd. Dodd, New York 1970.

E. M. LOREY, Mechanismen religioser Information. Kaiser, München 1970.

Th. BUCHER, Padagogik der Massenkommunikationsmittel. II izd. Benziger, Zurich 1971.

H. HEINRICHS, Audiovisuelle Praxis in Wort und Bild. Kosel, München 1972.

C. PAGANO i dr., Formation et information. Sherbrook, Canada 1973.

P. WATZLAWICK i dr., Menschliche Kommunikation. IV izd. Bern 1974.

D. De GREGORIO, Teoria e storia della comunicazione sociale. Bizzari, Roma 1975.

F. VISCIDI, Prospettive e problemi della televisione. La Scuola, Brescia 1977.

G. WALLRAFF, Il grande buggiardo. Feltrinelli, Milano 1978.

D. GOFFREDO, Il linguaggio dei media. Ed. Paoline, Roma 1984.

G. DURANDIN, Il grande imbroglio. Dedalo, Bari 1984.

4. A. TRSTENJAK, Problemi psihologije. Slovenska matica, Ljubljana 1976, str. 81,94.

5. Za sv. Ignacija je poznato da se obratio čitajući za vrijeme bolesti živote svetaca. Kod Ignaca Leppa je na njegov pristup komunizmu utjecao roman Gorkoga „Mati”, a na obraćenje vjeri „Quo vadis”. Nedavno proglašena blaženica Edith Stein obratila se čitajući autobiografiju sv. Terezije Avilske.

6. „Slobodna Dalmacija”, 5. XII. 1970, str. 3.

7. Nedavno je i „Kateheza” pisala o utjecaju mass-media na obitelj (br. 2, g. 1987, str. 34-41).

Mass-media ne govore samo direktno i verbalno. Ona još više govore jezikom slika i simbola koji imaju snažan odraz na naš duh. Stoga mogu poslužiti i kao sredstva naviještanja evanđelja. A evangelizacija — prijenos Dobre vijesti — naša je osnovna kršćanska dužnost. Pogotovo svećenička. Svrha svećeničkog odgoja nije u tome da svećenik bude „korablja znanja”, već „dobar pastir”, tj. dobar komunikator Kristove vjere i ljubavi. On mora znati uspostaviti kon-takte s ljudima, održavati te dodire i upotrijebiti ih da ljude poveže s Bogom.

Svaki dobar komunkator će utjecati na braću najviše svojim osobnim životom, tj. kršćanskim svjedočenjem. No to se svjedočenje može učiniti mnogo efikasnijim preko posredovanja javnih medija. Ona mogu i simbolizirati i svjedočiti vjeru. Mogu postati javnom propovjedaonicom. Boljom i jačom nego što su one u crkvi. Ako medijski sadržaji nisu vjerski, još gore ako su protuvjerski, mass-media mogu spriječiti našu evangelizaciju i sadržajem i tehnikom. Mogu, nažalost, postati jakim protukršćanskim faktorom.

Tako smo prisiljeni uočiti i negativnu ulogu sredstava društvenog priopćavanja. Ona mogu ne samo informirati i formirati nego isto tako dezinformirati i deformirati. Pogotovo ljude koji su slabići, nemaju čvrstih uvjerenja i kolebljiva su značaja. Poznato je da u TV i film bulje najviše mediokriteti, neobrazovani, mentalno nerazvijeni i karakterno debilni subjekti.⁸ Najveće je zlo kad se mass-medijima hoće manipulirati, tj. ljude namjerno dezinformirati.⁹ A to se može dogoditi i bez ikakvih zlih namjera. Na ekranu ima mjesta samo za neke ljude, neke ideje, neke događaje i neke obavijesti. Svi, sve i sva ne mogu biti prisutni ni na magičnim „svevidećim” ekranima. Tu je nuždan izbor informacija (a po kojem kriteriju?). Stoga TV i otkriva i sakriva svijet. Otkriva naime samo jedan (izabrani!) vid stvarnosti, sve druge vidove sakriva.

Radi svega toga je dobro što se mass-media zovu „sredstva”. Bilo bi zlo kad bi ona postala ciljevima. Sredstva priopćavanja nisu svrha samima sebi, ona stoje u službi čovjeka i njegovih vrednota. Kao svako sredstvo i ona se mogu upotrijebiti i za dobro i za zlo čovječanstva. Mogu biti šansa i nesreća. Blagoslov i prokletstvo. A to u zadnjoj liniji zavisi samo o nama kao njihovim stvaraocima i potrošačima.

Stav Crkve prema mass-medijima danas je pozitivan, tj. prvotno uvažava njihove pozitivne vrijednosti. Prije smo prema svim pojavama u svijetu bili mnogo stroži. Ako je neka nauka imala kakav nedostatak, mi smo je potpuno odbacivali. Ako je neki čovjek imao kakvu manu, mi smo ga osuđivali. Ako je neko sredstvo imalo bilo kakvu slabost, mi smo ga se odricali. Vrijeme je da s novim crkvenim dokumentom mijenjamo i naše držanje: najprije gledajmo u ljudima, idejama, po-

8 Prof. teologije Franc Rodé je opazio da TV gledaju najviše pasivni i debilni bogoslovci („Cerkev v sedanjem svetu”, br. 3–4, g. 1981, 57).

9 Dobro je znati da na zapadnonjemačkoj TV 40% novinara nisu vjernici, a 80% njihovih urednika nemaju nikakve veze s Crkvom.

javama i svim praktičnim sredstvima ono što je dobro u njima, a naknadno ćemo otkloniti ono što ne valja.

Iz toga je jasno da mi i prema mass-medijima moramo zauzeti pozitivniji stav: bolje ih poznavati, s njima ovladati i korisno ih upotrijebiti na veću slavu Božju.

Stari i novi koraci

To Crkva nije tek danas uvidjela. Kad je npr. Gutenberg nastupio sa svojim tiskarstvom, Crkva je objeručke prihvatila taj izum i odmah se dala na tiskanje biblije, misala i crkvenih priručnika. Tek poslije, kad je vidjela da se isto sredstvo može zlorabiti i za širenje hereza, nemorala i nevjere, zaoštrila je svoj stav prema tiskanju knjiga (inkvizicija, index).

Svoje loše iskustvo s tiskarstvom prenijela je u prvi čas i na nova medijska općila što su niknula u našem stoljeću. Ali se nije dala zavesti samo negativnim vidovima filma, radija i TV. Ona je na vrijeme uočila i njihovu vrijednost te prihvatila njihove usluge, ukoliko je to mogla. Zato njezini dokumenti o sredstvima društvenog komuniciranja nisu tek od jučer.¹⁰

Posebno se Crkva zauzimala da bi svećenički podmladak uvidio korist medijskog apostolata u sadašnjem svijetu. Tu svoju brigu iskazuje u više od 40 dokumenata, počevši od enciklike Pija XI. „Ad catholici sacerdotii” (1935), preko brojnih uputa i preporuka raznih kongregacija, do enciklike Pija XII. „Miranda prorsus” (1957), koncilskog dekreta „Inter mirifica” (1964), pastoralne instrukcije „Communio et progressio” (1971), apostolske pobudnice „Catechesi tradendae” (1979), odluke sv. zбора za katolički odgoj „Ratio fundamentalis” (1985), Kodexa crkvenog prava (1983) do ovih najnovijih Smjernica o kojima govorimo.

Ovaj dokumenat ima i sam svoju dugu povijest. Radovi na njemu započeli su već g. 1975. u Kongregaciji za kat. odgoj. Njegov nacrt se prerađivao 5 do 6 puta u stalnoj konzultaciji s Komisijom za društveno priopćavanje i u skladu s novoizašlim Kodexom. Pazilo se da njegovi zahtjevi odgovaraju duhu papinskih i koncilskih dokumenata i potrebama suvremenih pastoralnih radnika. Nastojalo se da bude sačinjen jasno, kratko i suvremenim jezikom (zato je morao otpasti latinski). Sastavili su ga stručnjaci po interdisciplinarnoj metodi.

U uvodu Smjernica Kongregacija tvrdi da komunikacija postoji već u krilu presv. Trojstva i ona je dar Božji njegovoj Crkvi. Zatim se daju opća načela za prikladan odgoj u radu s javnim medijima. U posebnim normama se pružaju upute

10 W. BRÖCKERS /Hg/, Die Neuen Medien – Herausforderung an die Kirche. Knecht, Frankfurt 1984.
D. N. OBERDORFER, Electronic Christianity. Berkke, Staples MN 1982.
N. COPRAY, Kommunikation und Offenbarung. Patmos, Dusseldorf 1983.

za medijski odgoj na tri razine: baznoj, pastoralnoj i stručnoj. Za b a z n i odgoj svih korisnika mass-medija preporučuje se poznavanje ambivalentne vrijednosti javnih općila te pravilan stav u izboru i vrednovanju svih općila (savjest, kritika, askeza). Pri tome se nikada ne smije zaboraviti vjersko-moralni vid svih emisija. U tom odgoju trebaju sudjelovati: obitelj, škola, vjeronauk, sjemenište. Naglasuje se uravnotežen stav prema svim medijima.¹¹

Smjernice također naglasuju drugi i viši stupanj medijskog odgoja, tj. odgoj bogoslova za svoj budući p a s t i r s k i rad s medijima. Njemu se postavljaju tri svrhe: pravilna upotreba sredstava, priprava za buduću pastoralnu ulogu i učiteljsku službu u odgoju vjernika kako se služiti sredstvima informiranja. Stoga je svećeničkom kandidatu potrebna najprije teoretska sprema u komunikologiji, a onda praktične vježbe u rukovanju s odnosnim medijskim pomagalicama. Sredstva u odgoju jesu: studij, kritičke diskusije programa, valorizacija poruke, pastoralna primjena, susreti sa stručnjacima i operaterima. Preporučeno je da se u teološkim učilištima teorija informiranja i komuniciranja uvede kao posebni tečaj s ispitima iz materije.

Kao najviši stupanj medijskog odgoja Kongregacija preporučuje formiranje posebnih s t r u č n j a k a za sredstva društvenog priopćavanja. Njih bi trebala imati svaka biskupija i svaka bogoslovija. Potrebno je pronaći posebno nadarene mladiće i poslati ih na specijalni studij. Poslije završenog studija valja im povjeriti odgoj studenata bogoslovije.

Smjernicama su priključena i dva korisna dodatka. U prvom se navode u izvacima crkveni dokumenti novijeg doba o toj materiji. U drugom se daju natuknice za sadržaj pouke u informiranju i komuniciranju, mjesto mass-media u Crkvi, njihovu pastoralnu primjenu i značaj pojedinih medija.

Smjernice su suvremeno, lijepo i stručno napisane. Dragocjen su i apsolutno koristan priručnik za upoznavanje odgojne problematike medijske sfere ljudskog života. Trebao bi ih proučiti svaki biskup, župnik, svećenik, bogoslov i laički pomoćnik u apostolatu. Posebnu važnost imaju za rektore, starješine i profesore svih bogoslovnih zavoda i učilišta. Njima i biskupima je dokument izravno upućen. Njegov će plod zavisiti najviše o zalaganju biskupa, poglavara i profesora.

- 11 M. FURIAN, G. Vogg Fernsehziehung. Drei-W-Werlag, Essen 1972.
M. VALERI i dr., I mass media e l'educazione. Le Monnier, Firenze 1976.
H. HENGST, Kinder und Massenmedien. Quelle, Heildeberg 1981.
N. POSTMAN, Das Verschwinden der Kindheit. Fischer, Frankfurt 1983.
M. WINN, Bambini senza infanzia. Armando, Roma 1984.
N. KOPFERER, L'enfant et la publicité. Dunod, Paris 1985.
G. VICCARIO /a cura/, Educare con l'informatica. Le Monnier, Firenze 1985.
P. M. GREENFIELD, Mente e media. Armando, Roma 1985.

Naši koraci

Ako trebamo oponašati Gospodina Boga kao „autora i izdavača” svemira,¹² njegova Sina I. Krista kao „savršenoga komunikatora”¹³ te Duha Svetoga „koji će nas poučiti svu istinu”, onda se moramo pridružiti i evangelizatorskoj, tj. komunikatorskoj, informacijskoj i spasonosnoj misiji Crkve, koju ona vrši u snazi Duha Svetoga upravo preko današnjih „darova Božjih” kao što su sredstva društvenog priopćavanja.

Upoznali smo stare i nove korake što ih je crkveno učiteljstvo učinilo u našem stoljeću. Sad ostaje na nama da mi učinimo i svoje, ako ne prve, barem daljnje korake na tome putu. Sada težište rada leži na operativnoj crkvenoj bazi, u našim župama, sjemeništima i bogoslovijama. Pošto mislim da je bogoslovni studij polazna točka za uspješan medijski apostolat, u ovom se času ograničujem na medijsku formaciju u našim bogoslovijama.

U onoj mjeri u kojoj je meni poznata situacija u našim bogoslovnim školama (o tome nisam pravio posebna istraživanja), moglo bi se pretpostaviti slijedeće:

a) Na našim teološkim školama postoji osnovna teoretska izobrazba budućih svećenika u pogledu važnosti mass-media. Nije mi poznato koliko se duboko i opširno obrađuje, ali ja sam u svom priručniku pastoralke i tome posvetio odgovarajuću pažnju.¹⁴

b) Mi u svojim školama ne posjedujemo potrebni medijski instrumentarij. Osim već zastarjelih foto- i radio-aparata, televizora, kazetofona, magnetofona, dijapozitiva, projektor starog tipa i pokoje druge sprave, oskudijevamo u svim novijim audiovizualnim tehnikama. Nešto zbog njihove skupoće, nešto zbog nepoznavanja najnovijih medijskih dostignuća.

c) Oskudica instrumenata znači i nemogućnost praktičnih vježaba s njima. Studenti su prepušteni svojim osobnim talentima, mogućnostima i snalažljivosti. Nemaju sustavne i dosljedne praxe u rukovanju suvremenih mass-media.

Takva nam negativna situacija diktira slijedeće mjere, što su ujedno i moji prijedlozi:

1. Svaka biskupija, a ako to nije moguće, barem svaka bogoslovija na čelu sa zagrebačkim fakultetom, trebala bi odmah odabrati nekog nadarenog studenta ili mladog svećenika te ga poslati na specijalističke studije komunikologije, novinarstva, informatike, telematike, semiologije i lingvistike. Taj se studij može

12 Don ALBERIONE tvrdi: treba „imitazione di Dio anche come autore e come editore” *Prediche del rev. sig. Primo Maestro*, vol. III, ed. Paoline, Roma 1956, str. 136.

13 *Communio et progressio*, br. 11.

14 U knjizi *Pastoralni rad* toj su tematici posvećene oko 23 stranice, posebno u poglavljima „Kerigma” i „Komunikaciona sredstva (v. Ž. BEZIĆ, *Pastoralni rad*, izd. Sv. Ćirila i Metoda, II izd. Zagreb 1983).

obaviti na nekom našem sveučilištu i posvuda u Evropi. Takav stručnjak mora poznavati i teoriju i tehniku komuniciranja.

2. Također odmah, još prije nego stručni komunikolog završi svoj studij, treba nabaviti sva potrebna i moguća audiovizualna sredstva. Bilo bi korisno da svako bogoslovno učilište sastavi jednu komisiju ad hoc, koja bi izvršila inventuru svega onoga što već imamo. I to ne samo onoga što pripada školi nego također i drugim crkvenim ustanovama, a i pojedinim svećenicima koji su te instrumente nabavili za svoj račun. Oni bi trebali biti spremni na suradnju sa školom.

Poslije inventure valja pristupiti nabavljanju najnovijih medijskih sprava kojih još nemamo. Financijske teškoće ne smiju biti zapreka (ako nam Caritas Internationalis pomaže u kupovini kuhinjskog posuđa, valjda će i u nabavi korisnijih i potrebnijih stvari).

3. I s praktičnim vježbama možemo početi odmah. Već raspoložemo s nekim sredstvima, a također imamo i medijskih amatera koji će moći pomoći studentima. Ako nemamo dovoljno stručnjaka (ili amatera) iz crkvenih redova, našlo bi se i građanskih stručnjaka spremnih na suradnju. Dok ne sakupimo sve što nam treba, počnimo s onim što već imamo (foto-studio, pisajući strojevi, tiskarska tehnika, ciklostil, kompjutori, kazetofoni, videorekorderi, videofoni, filmska aparatura itd.).

Te vježbe s masovnim općinama ne smiju biti samo pasivne naravi, tj. da se znamo s instrumentima tehnički ispravno služiti i eventualno ih reparirati kad su u kvaru. Vježbe se moraju pretvoriti u aktivnu i stvaralačku praxu. To znači, naši bi studenti morali ovladati tajnama programiranja, sinopsiranja, snimanja, razvijanja, dekodiranja, insceniranja, režiranja i montiranja. Trebaju biti stvaraoci, umjetnici i snalažljivi producenti.

4. Nakon završetka studija stručnog komunikologa, na svakoj bi našoj bogosloviji morao biti ostvaren teoretski studij komunikologije s istodobnim intenzivnim praktičnim vježbama. Možda bi se to za početak moglo odvijati u obliku nekog (popodnevnog) tečaja, koji bi bio obavezan za sve studente teologije. A kada svi uvjeti sazore, nema zapreke da se taj tečaj uklopi u redoviti studij kao posebni pomoćni predmet pastoralke s obaveznim ispitima.

Naravno da bismo se morali malo osvrnuti po svijetu i vidjeli kako to rade naša braća po zvanju.¹⁵

15 G. CASALOTTI, *La Chiesa e i mezzi audiovisivi*. Studium, Roma 1966.
E. BARAGLI, *Comunicazione e pastorale*. Studio rom. CS, Roma 1974.
J. MUELLER /Hg/, *Mit den Medien arbeiten*. Styria, Graz 1977.
H. BALZ, *Theologische Modelle der Kommunikation*. G. Mohn, Gütersloh 1978.
— *La Iglesia ante los medios de comunicación social*. Ed. Paulinas, Madrid 1978.
J. F. ENGEL, *Contemporary christian communications*. Nelson, Nashville 1979.
C. D. CABLER, *Telecommunications and the Church*. Multi Media Publ. Virginia Beach 1979.

Krenuti odmah

Sredstva javnog obavještanja u posljednje vrijeme doživljuju burni i bujni razvitak, tako da ga je teško i pratiti. Rijeka starih i novih mass-media žuri sve brže i brže, ne čeka one što stoje na obali. Već smo u velikom zakašnjenju, osobito naša domaća Crkva. Odgoj za rad s informacijskim općilima treba požuriti i produbiti u dva pravca: obzirom na odgoj vjernika i obzirom na ovladavanje modernim medijima.¹⁶

Što se daje učiniti već sada i odmah?

Treba početi s vrha Crkve, jer na vrhu bi u načelu morali stajati najobavješteniji, najosjetljiviji i najsuvremeniji ljudi. Rimski je vrh već učinio svoje. Sad ostaje na našem domaćem crkvenom vrhu da uhvati situaciju u svoje ruke i nadahne mjesne crkve na brzu akciju. Odsjek Biskupskog sabora, što se bavi društvenim komunikacijama, trebao bi imati jasan i konkretan plan rada, nekoliko vrsnih stručnjaka i osnovna potrebna sredstva s ozbiljnom voljom da pokrene sve niže crkvene instance na uspješnu akciju. Sabor bi svoja nastojanja morao naročito usmjeriti na pripravu za rad s masovnim medijima u bogoslovnim školama.

Na razini biskupije trebao bi postojati poseban ured za crkveno informiranje s jednim stručnjakom na čelu. Bilo bi korisno da biskupija ima svoj vlastiti fond najvažnijih masovnih instrumenata, kojim bi se mogle služiti siromašnije župe koje nisu u stanju nabaviti ih. U biskupiji će se slaviti svake godine dan društvenog komuniciranja, koji će doprinijeti kultivaciji vjernika na tom području. Valjalo bi stvoriti i posebne tečajeve za kler, na kojima bi svećenici upoznali najnoviju informativnu tehniku. O tome bi se moglo češće pisati i u biskupijskom glasilu.

Ono što možda neće moći učiniti svaka biskupija, trebalo bi da preuzmu pojedina sjemeništa, velika i mala. Osim teologije komunikacija (*Ecclesia est communio!*) i studija informatike studenti bi morali imati mogućnost i praktičnog rukovanja s instrumentima priopćavanja, kako smo to već rekli. Prvotni pokretač teorije i praxe komunikacije ostaje stručno izobraženi komunikolog. Temelje znanosti i vještine treba početi sticati već u malom sjemeništu. Studentska praxa se može ostvarivati po svim župama biskupije.

Župnici pak ne smiju sve čekati i očekivati „odozgor”. Postoji obilje mogućih inicijativa na razini župe. Župnici će nabavljati, izlagati, propagirati i reklamirati hrvatski katolički tisak. Kad imaju nekoga nagraditi, mjesto drugih

R. FAENZA, *Tempi di informazione*. Dedalo, Bari 1983.

G. GOLA, *Mass Media ed educazione*. Vita e Pensiero, Milano 1983.

J. O'SULLIVAN RYAN, *Video y Pastoral*. OCIC/AL, Caracas 1985.

P. BABIN, *L'ère de la communication*. Centurion, Paris 1986.

AA. VV., *Stampa cattolica, stampa d'opinione? Messaggero*, Padova 1986.

16 A. STEFANIZZI, *Le nuove tecnologie di comunicazione*. La civiltà catt. Roma 1983.

M. GAMBARO, *Informazione, mass media e telematica*. GLUP, Milano 1985.

nekorisnih radova, mogu pokloniti neku dobru knjigu. Po mogućnosti će otvoriti župsku čitaonicu (i biblioteku) te osnovati kružok za promicanje vjerske štampe. Još bolje ako se odvaže na izdavanje vlastitog župskog lista. On je od neprocjenjive vrijednosti za župsku zajednicu.

Razumljivo je da se revan pastir neće ograničiti samo na tiskovni apostolat. Posvetit će dužnu pažnju i najnovijim medijskim sredstvima, osobito televiziji i filmu. Bilo bi idealno imati za te svrhe posebnu dvoranu. Ako nje nema, možemo se uz dužno poštovanje svetog mjesta poslužiti i s crkvom. Uz biblioteku je dobro u župskom pastoralnom centru imati i pinakoteku, filmoteku, diskoteku i videoteku. Nije dovoljno nabaviti svu potrebnu aparaturu i stalno vrtjeti filmove i filmine, važnije je odgojiti vjernike da se znaju služiti javnim općilima i glasilima izvan crkve. Medijski odgoj spada u temeljne zadatke suvremenog dušobrižništva. I u ovom radu će nam dobro doći mali kružok medijskih amatera i posebni odsjek za medije u župskom pastoralnom vijeću.

Pametnan će župnik u ovaj pastoralni rad oko mass-media uključiti i sve domaće sjemeništince i bogoslove. Kako pokazuje iskustvo, oni to čine s velikim zadovoljstvom i marom. To vrijedi i za pouku vjeronauka kao i u raznim drugim prigodama (projekcije, priredbe, skazanja, festivali, natjecanja, svečanosti, proslave i sl.).

Ako neka župa, zbog oskudice u materijalnim sredstvima, nije u stanju nabaviti potrebni medijski uređaj, treba joj priskočiti u pomoć biskupijski centralni fond ili njezin dekanat (zona, regija). Kad je dekansko središte udaljeno, mora se omogućiti posudba aparata iz dekanskog fonda. Ili npr. ako pojedine župe ne mogu izdavati svoj posebni župski list, bilo bi korisno publicirati zajednički dekanski list, kako to neki već rade. I u svim tim poslovima će svećenički aspiranti imati svoj udio i mogućnost suradnje i vježbe.

Potrebe suvremenog društvenog života stavljaju pred Crkvu velike pastoralne zahtjeve. Među njima je primaran zahtjev odgoja kršćana za suživot s modernim mass-medijima. Po naravi stvari ta odgojna uloga pripada crkvenim pastirima. No i oni sami najprije moraju biti odgojeni za takav posao, poznavati sve probleme komuniciranja i ovladati njihovom teorijom i praxom. To znači, potreban im je stručni i praktični studij komunikologije u velikim i malim sjemeništima.

Upravo to je ono što od nas traži suvremeni „kairos” Crkve. Stoga „Smjernice”, čije smo glavne misli prenijeli na ovaj papir, imaju providencijalno značenje za današnju evangelizaciju svijeta. Ali njihove zahtjeve ne smijemo odgađati ad calendas graecas. Treba početi odmah. Posljednji je čas.