

UDK: 27-662:316.774  
Stručni rad  
Primljeno: siječanj 2012.

Ivo BALUKČIĆ  
Župni ured Odžak  
BiH – 76290 Odžak  
ivo.balukcic@tel.net.ba

## MASMEDIJI U NOVOJ EVANGELIZACIJI

### Sažetak

*Nakon što sam u Uvodu naznačio odakle naziv i koje je značenje pojma „nova evangelizacija“, u prvom poglavlju - na temelju crkvenih dokumenata koji govore o ovoj problematici - istaknuo sam bitne točke „nove evangelizacije“ u odnosu na suvremeni način medijskog komuniciranja.*

*Drugo poglavlje donosi kratak povijesni pregled odnosa crkvenog učiteljstva prema sredstvima društvenog komuniciranja, što je širi pojam od masmedija. Iz povijesnog odnosa Crkve prema sredstvima društvenog priopćivanja, pa dosljedno tome i medijima masovnog komuniciranja, mogu se uočiti tri tendencije: 1. na početku Crkva gleda na medije s nakanom da ih kontrolira i upotrebljava samo prema svijetu; 2. s vremenom Crkva sve više koristi medije i unutar sebe kao zajednice u svojem pastoralnom djelovanju; 3. da bi u svojem sazrijevanju došla do toga da su masmediji temeljne forme društvenog suvremenog života, koje treba prožeti evanđeoskom porukom.*

*U trećem poglavlju, polazeći od Poruke Benedikta XVI. narodu Božjem sa Sinode biskupa 2008., gdje između ostaloga Sv. Otac piše: „Putovi Riječi sada nisu samo putovi misionara, nisu samo oni koje mi kršćani trebamo prijeći svojim svjedočenjem, ulazeći u ulice naših gradova, nego su to također – a trebali bismo reći ‘ponajviše’ – virtualni, informatički putovi“, naznačio sam nekoliko važnih odrednica u pastoralnom djelovanju Crkve i kad je pitanju nova evangelizacija.*

*Imajući na umu široku problematiku koju obuhvaća naslov ove teme, u zaključnom dijelu ovoga rada naznačio sam neke važne orijentire koje treba imati na umu kad se koriste mediji u pastoralnom djelovanju Crkve. Prije svega sredstva društvenog komuniciranja, mediji, ne mogu nadomjestiti govorno propovijedanje, ali ga mogu podržavati. Sredstva društvenog priopćivanja (mediji) mogu kako naznačuje Communio et progressio u broju 125. pomoći Crkvi u dinamici evangelizacije na tri razine: pomažući joj da se otvori današnjem svijetu, promičući unutarnji dijalog i polazeći od mentaliteta današnjeg svijeta, naviještati Radosnu vijest spasenja jezikom njima razumljivim polazeći od problema i tjeskoba koje zaokupljaju čovječanstvo.*

**Ključne riječi:** *nova evangelizacija, sredstva društvenog priopćivanja, masmediji, Ivan Pavao II., Benedikt XVI., Radosna vijest, crkveni dokumenti, odgoj za medije.*

## Uvod

Drugi vatikanski sabor postavio je u središte svojega razmišljanja Crkvu te posebno njezin odnos sa svijetom u kojem se nalazi i u koji je pozvana unositi evanđeosku poruku spasenja. obraćajući se kardinalskom zboru u lipnju 1973. godine, Pavao VI. između ostalog reći će i ovo: „Društveni uvjeti sve nas obvezuju da preispitamo metode i da tražimo i proučavamo svako sredstvo kako naviještati modernom čovjeku kršćansku poruku, u kojoj on jedino može naći odgovor na svoja pitanja i snagu za angažman u ljudskoj solidarnosti.“<sup>1</sup>

Međutim, izraz „nova evangelizacija“ može se pripisati Ivanu Pavlu II. koji je taj pojam prvi put javno upotrijebio na Haitiju 9. ožujka 1983. godine u govoru tamošnjoj Biskupskoj konferenciji prigodom pripreme obilježavanja pet stoljeća od početka evangelizacije Latinske Amerike. Tada je Papa ustvrdio kako je nužan napor „sigurno ne re-evangelizacije, već naprotiv *nove evangelizacije*. Nova u svojem žaru, u svojim metodama i u svojim izričajima.“<sup>2</sup> I nakon toga u Urugvaju je govorio o tome precizirajući:

- „nova u svojem žaru znači prije svega ojačati jedinstvo s Kristom, prvim evangelizatorom, i obnoviti novi čin vjernosti Njemu kroz dosljednost života;

- nova u metodama znači da svaki kršćanin postane promicatelj Kristove poruke u svim životnim okolnostima u kojima djeluje;

- nova u izrazu, označava pažljivo oslušivanje što nam Gospodin može nadahnuti u određenom vremenu te iz tog slušanja oblikovati govor koji svi mogu razumjeti u naviještanju Radosne vijesti“.<sup>3</sup>

Naznačenu temu – uz kratak uvod – obradio sam s ova tri gladišta:

1. bitne točke nove evangelizacije u odnosu na suvremeni način medijskog komuniciranja;

2. odnos Crkve prema sredstvima društvenog priopćivanja, kako Crkva voli govoriti o medijima u svojim dokumentima;

3. na koji način medije koristiti u novoj evangelizaciji.

---

1 PAVAO VI., „Govor svetom zboru kardinala“, 22. 6. 1973., AAS 65 (1973.), 383.

2 Maria Cristina CARNICELLA, *Comunicazione ed Evangelizzazione nella Chiesa* (Milano: Paoline, 1998.), 109.

3 IVAN PAVAO II., „Homilija na misi 9. svibnja 1988.“, citirano u M. C. CARNICELLA, *Comunicazione ed Evangelizzazione nella Chiesa* (Milano: Paoline, 1998.), 109.

## 1. Bitne točke nove evangelizacije

Pozornim čitanjem dokumenata Drugog vatikanskog sabora može se primijetiti da se tema „evangelizacija – komunikacija“ provlači kao stalna nit cijeloga Sabora.<sup>4</sup> Novi zamah naviještanju evanđelja u današnjem svijetu dala je enciklika Pape Pavla VI. *Evangelli nuntiandi* (Naviještanje evanđelja). Misao Pavla VI. da „naviještanje Evanđelja vlastito Crkvi, izražava njezin najdublji identitet“<sup>5</sup> i danas kada se govori o novoj evangelizaciji, može se smatrati polazišnom točkom pod vidom medijskog naviještanja evanđelja. I svi kasniji dokumenti crkvenog učiteljstva koji govore o potrebi nove evangelizacije pozivaju se na spomenutu encikliku. Na temelju *Evangelli nuntiandi* i drugih crkvenih dokumenata koji govore općenito o evangelizaciji<sup>6</sup> mogu se istaknuti glavne smjernice toga procesa koje treba imati na umu i kad se govori o uporabi medija u novoj evangelizaciji.

### 1.1. „Atipična komunikacija“

Naviještanje evanđelja ulazi s jedne strane u one komunikativne strukture koje čine dio ljudske realnosti, međutim, s druge strane pojavljuje se kao „atipična komunikacija“ koja katkada ruši sva redovita pravila i principe komuniciranja u svakodnevnom životu. Naviještanje evanđelja je priopćivanje „riječi Božje“, riječi koja, da bi se prenijela čovjeku, slijedi put „utjelovljenja“, ali koja ne može zbog toga biti svedena na čisto ljudska ograničenja.

### 1.2. *Evanđelje se nameće snagom istine koju ono saopćava*

Nije prvotno sposobnost navjestitelja, tehnika i način naviještanja ono što omogućuje da se učinkovito ostvari evangelizacijski proces, već je to unutarinja snaga istine. Istina kojoj nije nužno sredstvo, mediji, da bi se upoznala, već se ona nameće sama po sebi. „Istina se ne nameće osim snagom same istine, koja u isti čas i blago i snažno ulazi

---

<sup>4</sup> Usp. IM, 3; GS, 54; AG 26; CD, 13; AA, 8; CP 125

<sup>5</sup> Usp. PAVAO VI., *Evangelli nuntiandi* (Zagreb: KS, 2000.), br.14.-16.

<sup>6</sup> Usp. VIJEĆE BK EUROPE, *Evangelizirati „sekulariziranu“ Europu*. VI. simpozij europskih biskupa, Rim 7.-11. listopada 1985. (Zagreb: KS, 1986.); PAPINSKO VIJEĆE ZA KULTURU, *Promicati pastoral kulture* (Zagreb: KS, 1999.); IVAN PAVAO II., *Ecclesia in Europa* (Split: Verbum, 2003.); BENEDIKT XVI., *Verbum Domini* (Zagreb: KS, 2011.).

u dušu.<sup>7</sup> To znači da oslobađajuća snaga evanđeoskog navještaja ima snažnu moć i stalnu vrijednost u svakom vremenskom razdoblju, koja ne nastaje od ljudske vještine već je podređena samoj naravi evanđelja. Nisu ljudska vještina i savršenstvo sredstava koja se upotrebljavaju garancija rasta riječi Božje, već sama snaga Riječi koja postiže uspjeh. To u konačnici znači da je evangelizacija moguća samo ako je Bog do dijeli kao dar. Podsjetimo se kako spasenje nije proizvod ljudski već dar Božji. Navjestitelj evanđelja je u službi istine, a ne vlasnik istine.<sup>8</sup>

### *1.3. Naviještanje evanđelja svjedočanstvom*

Isus nije ostavio iza sebe ništa napisano. Ostavio je zajednicu sastavljenu od nekoliko učenika koji su okupili druge učenike i tako kroz povijest. Kršćanstvo nije prvotno religija knjige, već je religija „zajednice“, zajednice prožete ljubavlju Božjom, zajednice koja treba prenijeti ovu ljubav riječju i djelom. Radosna vijest nije skup spoznaja ili apstraktnih istina (i ako u našem komunikativnom nastojanju mi želimo evanđelje objektivizirati u spoznaji i istini), već je konkretno svjedočanstvo neizmjerne ljubavi. Ljubav Božja u susretu s čovjekom. Ljubav toliko velika da preuzima vidljivi i konkretni oblik u Kristu i u Njegovoj Crkvi. I ta ljubav treba biti naviještana svim ljudima. Ljubav se komunicira samo ljubeći. „Današnji čovjek radije sluša svjedoke nego učitelje (...) i ako sluša učitelje, sluša ih jer su svjedoci.“<sup>9</sup> Kršćansko svjedočanstvo je prvi i nenadoknadiivi oblik evangelizacije.

### *1.4. Evangelizacija je bitno crkveno djelovanje*

Evangelizacija se može odvijati samo u skladu s djelovanjem čitave Crkve. „Nijedan evangelizator nije potpuni gospodar u svojem evanđeoskom djelovanju niti ima neograničenu vlast kojom bi raspolagao prema individualističkim mjerilima i pogledima već u zajedništvu s Crkvom i njezinim Pastirima.“<sup>10</sup> To znači da govor o komuniciranju u ovom kontekstu ne može biti ostavljen inicijativi pojedinih osoba dobre volje, već je napor koji pripada cjelovitoj Crkvi, koji treba biti od nje usvojen i proveden. Zadaća je Crkve da čuva „poklad vjere“ koji joj je povjerio Gospodin preko apostola iako preveden u različite jezike,

<sup>7</sup> DH 1.

<sup>8</sup> Usp. M. C. CARNICELLA, *Comunicazione ed Evangelizzazione nella Chiesa*, 60-61.

<sup>9</sup> PAVAO VI., *Evangelli nuntiandi*, br. 41.

<sup>10</sup> PAVAO VI., *Evangelli nuntiandi*, br. 60.

ovaj sadržaj ne smije biti promijenjen, premda je zaogrnut vlastitim simbolima pojedinih naroda.<sup>11</sup>

### *1.5. Evangelizacija je djelo Duha Svetoga*

Tehnike evangelizacije nikada ne mogu biti tako savršene da nadoknade diskretnu akciju Duha. Duh Sveti je prvotni djelatnik evangelizacije; on je onaj koji potiče u naviještanju evanđelja i koji u intimi savjesti onoga komu se ono naviješta, prihvaća i razumije Riječi spase-nja.<sup>12</sup> „Po njemu Evanđelje prodire u bit svijeta jer upravo on uči raspoznavati znakove vremena, Božje znakove, koje evangelizacija uočava i vrednuje unutar ljudske povijesti.“<sup>13</sup> Stoga i navjestitelji evanđelja i u ovo naše vrijeme trebali bi imati uvijek na umu neprestance moliti prosvjetljenje Duha Svetoga da ih vodi kao konačni nadahnitelj u njihovu evangelizacijskom djelovanju.

### *1.6. Sudjelovanje osoba kojima se naviješta Radosna vijest*

Istinska evangelizacija je proces koji se ne može odvijati bez aktivnog sudjelovanja onoga komu se naviješta evanđelje. Kristovo evanđelje susreće osobu kao pojedinca, ulazi u osobnu dimenziju, predlaže bogatstvo novog života, odgovara na probleme svakoga pojedinačno. Proces evangelizacije treba poštovati životni ritam svake osobe kojoj se obraća.<sup>14</sup>

### *1.7. Novu evangelizaciju prilagoditi okolnostima*

Ne može se izraditi jedinstveni način djelovanja za „novu evangelizaciju“, nego je novu evangelizaciju potrebno prilagoditi pojedinačnim okolnostima u kojima se nalaze pojedine Crkve.<sup>15</sup>

## **2. Crkva i mediji**

Prvi kršćani nastoje slijediti što dosljednije primjer Isusa Kri-

---

<sup>11</sup> Usp. PAVAO VI., *Evangelli nuntiandi*, 65.

<sup>12</sup> Usp. *Ad gentes* br. 4.

<sup>13</sup> PAVAO VI., *Evangelli nuntiandi*, br 75.

<sup>14</sup> Usp. PAVAO VI., *Evangelli nuntiandi*, br. 46.

<sup>15</sup> Usp. BENEDIKT XVI., *Ubicumque et semper* na [http://www.vatican.va/holy\\_father/benedict\\_xvi/apost\\_letters/documents/hf\\_ben-xvi\\_apl\\_20100921\\_ubicumque-et-semper\\_it.html](http://www.vatican.va/holy_father/benedict_xvi/apost_letters/documents/hf_ben-xvi_apl_20100921_ubicumque-et-semper_it.html) (15. XI. 2011.).

sta. Temeljnu poruku – Krist je umro i uskrsnuo - oni komuniciraju u prvom redu svojim životom. Govorno svjedočenje i propovijedanje nije jedino. Novozavjetni spisi postaju pisana sredstva - mediji za prenošenje poruke spasenja.

Ali osim što upotrebljavaju „novu tehnologiju“ svojega vremena, apostoli nastoje što bolje inkulturirati kršćansku poruku u svoje vrijeme, koristeći okolnosti, mjesta, kao i načine komuniciranja. Najbolji primjer tomu jest govor sv. Pavla na Areopagu.<sup>16</sup> Ovaj način komuniciranja kroz kulturu svojeg vremena posebno će njegovati crkveni oci. Kroz pojam „semina Verbi“, magistralno protumačen od sv. Justina, otvorit će nove perspektive u komuniciranju kršćanske poruke.<sup>17</sup>

Kroz povijest Crkva je sve više i više postajala promicateljica i čuvarica pisane i govorne kulture. Tako sv. Augustin u četvrtoj knjizi svoje *De Doctrina Cristiana* prilagođuje norme klasičnog govorništva i homiletike, dok u *De catechesandis rudibus* prvi puta u povijesti Crkve, primjenjuje u katehezi temeljne principe komuniciranja. Grgur Veliki u svojoj *Regola Pastorale*, napisane oko 591. godine, izjavljuje da su principi komuniciranja sastavni dio pastoralnog djelovanja i da slušatelji trebaju biti promatrani prema svojim specifičnim sposobnostima shvaćanja i potrebama.<sup>18</sup> Od tog vremena, pa sve do sada, Crkva upotrebljava i druga sredstva komuniciranja, osim riječi i pisma, a to su: umjetnost u svojim različitim izražajnim mogućnostima, slikarstvo, kiparstvo, arhitektura, kazalište, glazba. U kasnim godinama staroga vijeka i u srednjem vijeku umjetnost postaje tzv. „Biblija siromašnih“, priprostih ljudi, tj. onih koji nisu u stanju čitati, ali mogu primiti nauku slušajući propovjednike i gledajući misterije vjere predstavljene kroz slikarstvo. Ovom procesu komunikacije posebno će pogodovati tehnološka inventivnost Gutenberga i njegova tiska (1450.), što označuje revoluciju u proizvodnji i širenju knjige. Tako je tiskarstvo omogućilo novi način komuniciranja vjere.

U periodu od 1500 godina od apostolske epohe do pojave Gutenbergova izuma crkveno učiteljstvo je objavilo 87 dokumenata. Velik broj njih odnosi se na knjige (sekte...). Druga grupa dokumenata odnosi se na spektakle i osobe koje sudjeluju u tim spektaklima. Radi se o osudi idolatrije. Desetak dokumenata odnosi se na osudu nekih slika, kipova, figurica. Velik broj, međutim, pozitivno gleda na slike i

---

<sup>16</sup> Dj 17,16-34

<sup>17</sup> Usp. Franz-Josef EILERS, *Comunicare nella Comunità* (Torino: ELLE DI CI, 1997.), 203, 229.

<sup>18</sup> Usp. F.-J. EILERS, *Comunicare nella Comunità*, 203, 229.

kipove.<sup>19</sup>

Svi ti primjeri pokazuju kako je Crkva puno prije pojave modernih masmedija imala na raspolaganju širok spektar sredstava i načina društvenog komuniciranja za naviještanje i produbljivanje evanđeoske poruke, a neki su u upotrebi i dan danas, i to vrlo učinkovito.

### 2.1. Odnos crkvenog učiteljstva prema masmedijima

Devetnaesto stoljeće označuje prijelaz na epohu današnjih sredstava društvenog komuniciranja, masmedija. Mnogi komentatori smatraju nastanak dnevnog tiska 1830. godine u Engleskoj i u SAD-u kao početak širenja modernih masmedija. Prvih sedamdesetak godina tog stoljeća označeno je nastankom i razvojem modernog tiska. Odlučujuću ulogu između ostaloga imala je i serija novih tehnoloških inovacija i na području tiskarske industrije i na području transporta, što je omogućilo da informacija postane brža i dostupnija sve većem broju ljudi.<sup>20</sup>

Od tog vremena pojavljuju se i mnoge izjave, komentari i crkveni dokumenti u odnosu na nove medije. Nastaju razne crkvene i katoličke udruge i ustanove koje se bave medijima. Može se reći da je svih 11 dokumenata pontifikata Grgura XVI. obilježeno obranom protiv napada u novinama, loših knjiga, komentara i prijevoda Svetog pisma, zatim države koja negira slobodu komuniciranja u Crkvi. U 27 dokumenta svojega pontifikata, Pio IX. vraća se redovito na osudu tiska inspiriranog slobodom govora i mišljenja, što se proširuje i na kult. Uspostavlja se cenzura, a u provedbu cenzure uključuju se i vlade pojedinih zemalja. Prelazi se na senzibiliziranje i odgoj vjernika a pozivaju se katolički pisci da stvaraju svoj tisak i tako se najbolje bore protiv lošeg tiska.<sup>21</sup>

Prema pojedinim povjesničarima odnos crkvenog učiteljstva prema modernim masmedijima počinje s enciklikom o filmu pape Pija XI. *Vigilanti cura* (29. lipnja 1936.). To je i prvi dokument koji ne govori samo o opasnostima s obzirom na film već nastoji s pozitivne strane vrednovati to sredstvo društvenog komuniciranja. Papa Pio XI. obraća se prvenstveno crkvenoj hijerarhiji SAD-a, da bi se potom obratio biskupima cijelog svijeta. Dokument polazi od iskustva „Catholic Legion

---

19 Usp. Enrico BARAGLI, *Comunicazione, Comunione e Chiesa* (Roma: Studio Romano della Comunicazione Sociale, 1973.), 51.

20 Usp. Marko SAPUNAR – Zoran TOMIĆ, *Opća povijest novinarstava* (Zagreb: ITG, 2002.); Stjepan MALOVIĆ, *Novine* (Zagreb: Sveučilišna knjižara, 2003.).

21 Usp. E. BARAGLI, *Comunicazione, Comunione e Chiesa*, 428-516.

of Decency“ osnovane u SAD 1930. od nekolicine svećenika i laika sa svrhom da se protiv negativnosti na filmu bore kreativnom pozitivnošću s obzirom na proizvodnju i repertoar filma. Ubrzo nakon osnivanja „Legion“ američki biskupi šalju izvješće s dokumentacijom u Rim s pozitivnim iskustvom u djelovanju te „Legion“. Pišući tu encikliku papa Pio XI. želio je promovirati i proširiti tu inicijativu iz SAD-a na cijelu Katoličku crkvu u svijetu.<sup>22</sup>

Kako bi se procjenjivala moralna kvaliteta filma, enciklika predlaže osnivanje ureda koji bi djelovali na nacionalnim razinama, a činili bi dio službene institucije za sredstva društvenog komuniciranja u Crkvi. Zadaća tih ureda bila bi i praćenje filmskog stvaralaštva. Također prvi puta enciklika se obraća katoličkoj crkvenoj hijerarhiji pokušavajući naglasiti vrijednosti i pogodnosti tog modernog sredstva društvenog komuniciranja. Inicijativa da se promiče kvalitetni film preko projekcija u kinodvoranama u vlasništvu župa, posebno je važna za ovu encikliku. Poslije *Vigilnati cura*, Pio XII. nastavlja svoja razmišljanja o filmu s dvije duže prezentacije koje su definirane kao „psihosocijalno-moralni traktati o filmu“. Papa 21. lipnja 1955., obraćajući se predstavnicima talijanske filmske proizvodnje, posebno se zaustavlja na „idealnom filmu“ za publiku, njegovoj umjetničkoj formi, tehničkim i psihološkim vidicima. Iste godine, 28. listopada, obraćajući se predstavnicima Međunarodne unije filmskih vlasnika i distributera, Pio XII. piše o idealnom filmu koji bi trebao promicati trajne vrijednosti, a koje su korisne, obitelji, Crkvi i društvu.

Enciklika pape Pija XII. *Miranda prorsus* druga je enciklika o sredstvima društvenog priopćavanja u 20. stoljeću. Ta enciklika posebnu pozornost posvećuje tzv. elektroničkim medijima: filmu, radiju i televiziji. Ona ponovno iznosi i još više razvija korisna razmišljanja Crkve o elektroničkim medijima, nadovezujući se na promišljanja Pija XI. o filmu, te neka usputna zapažanja o radiju i televiziji.<sup>23</sup> Encikliku *Miranda prorsus* treba čitati u odnosu na druga precizna razmišljanja Pija XII. o sredstvima društvenog priopćavanja. Njegovih šezdesetak govora i različitih tekstova u odnosu na tu problematiku, pokazuju veliko zanimanje ovog Pape za ova „čudesna iznašašća“.<sup>24</sup> Kao i u drugim dokumentima, također i u ovoj enciklici Papa pokazuje veliku sposob-

<sup>22</sup> Usp. E. BARAGLI, *Comunicazione, Comunione e Chiesa*, 429.

<sup>23</sup> Usp. E. BARAGLI, *Comunicazione, Comunione e Chiesa*, 516-520.

<sup>24</sup> Vjerojatno je tako veliko zanimanje ovog Pape proizlazilo iz toga što mu je otac bio novinar. Postupnim širenjem radija a kasnije i televizije Pio XII. 16. prosinca 1954. godine proširuje odgovornost *Papinske komisije za film i na radio i televiziju*.



nost analize i pozitivnog odnosa prema elektroničkim medijima, njihovim mogućnostima i korisnosti za pastoralno djelovanje.<sup>25</sup>

Ta dva dokumenta naznačit će nove poglede na medije kao temeljne forme društvenog života, kao i to da je svijet medija novo područje koje treba evangelizirati. Isusovac E. Baragli prikupio je 842 dokumenta koji se odnose na sredstva komuniciranja i samo komuniciranje od apostolskih vremena do rujna 1973. (uključivo i *Communio et progressio*).<sup>26</sup>

Od Drugog vatikanskog sabora Katolička crkva kroz svoje razne dokumente posebnu pozornost posvećuje „ovim divnim Božjim darovima“, kako naziva medije. Pape i biskupi kao pastiri i učitelji Božjeg naroda u ime Crkve objavili su do sada tri temeljna dokumenta o sredstvima društvenog priopćivanja: *Inter mirifica*, *Communio et progressio* i *Aetatis novae*. Tim dokumentima treba pribrojiti i 45 (do sada) Papinih poruka za Svjetski dan sredstava društvenog priopćivanja, kao i devet pastoralnih naputaka o medijima.<sup>27</sup> U tom kontekstu treba spomenuti i mnoge govore papa u raznim prigodama profesionalcima u medijima, posebno Ivana Pavla II. Ovome treba dodati izjave raznih biskupskih konferencija, te također mnoga pastoralna pisma pojedinih biskupa za Dan sredstava društvenog komuniciranja. Za ispravan

<sup>25</sup> Neki kritičari drže kako kvaliteta ovog dokumenta nadilazi koncilski dekret *Inter mirifica* i kako je svojim duhom bliža pastoralnoj instrukciji *Communio et progressio*, koja će biti objavljena tek 1971. godine. *Miranda prorsus* naglašava veliku vrijednost i naznačuje budući razvoj filma, radija i televizije, analizira učinak tih elektroničkih medija, kao i posljedica koje oni mogu imati u pastoralnom djelovanju Crkve. U ovu encikliku prikupljen je jedan dio razmišljanja o spomenutim medijima Pija XII. izrečenog u raznim prigodama. Osim toga encikliku *Miranda prorsus* treba smatrati i kao nastavak i proširenje učenja pape Pija XI. i njegove enciklike *Vigilanti cura*. U tijeku pripreme dokumenata Drugog vatikanskog sabora u kojima se spominju sredstva društvenog priopćivanja ova enciklika, zajedno s drugim učenjem Pija XII. o ovoj problematici bila je veoma važan izvor. Tako je prvi nacrt dokumenta o sredstvima društvenog priopćivanja *Inter mirifica* Drugog vatikanskog sabora započinjao riječima dokumenta *Miranda prorsus*: „Katolička crkva prihvaća s velikom radošću sva izvrsna tehnička iznašasća...“ Usp. E. BARAGLI, *Comunicazione, Comunione e Chiesa*, 516-520; F-J. EILERS, *Comunicare nella Comunità*, 208-210.

<sup>26</sup> E. BARAGLI, *Comunicazione, Comunione e Chiesa* (Roma, 1973.).

<sup>27</sup> Pornografija i nasilje u sredstvima društvenog priopćivanja; Kriteriji ekumenске i međureligijske suradnje na području sredstava društvenog priopćivanja; Upute za odgoj budućih svećenika u odnosu na sredstva društvenog priopćivanja; Upute u odnosu na neke aspekte uporabe sredstava društvenog priopćivanja u promicanju nauka vjere; Etika u sredstvima društvenog priopćivanja; Etika u promidžbenim porukama; Etika na internetu; Crkva i internet; Brzi razvoj.

pristup ovoj problematici treba imati na umu i druge saborske i poslijesaborske dokumente koji spominju medije kao važne čimbenike u današnjem djelovanju Crkve.

Iz povijesnog odnosa Crkve prema sredstvima društvenog pripovijanja, pa dosljedno tome i medijima masovnog komuniciranja, mogu se uočiti tri tendencije:

1. na početku Crkva gleda na medije s nakanom da ih kontrolira i upotrebljava samo prema svijetu;

2. s vremenom Crkva sve više koristi medije i unutar sebe kao zajednice u svojem pastoralnom djelovanju;

3. da bi u svojem sazrijevanju došla do toga, a što je formulirao Drugi vatikanski sabor, da su masmediji temeljne forme društvenog suvremenog života, koje treba prožeti evanđeoskom porukom.<sup>28</sup>

### 3. Mediji u novoj evangelizaciji

Stoljećima Crkva je svoje pastoralno djelovanje i evangelizaciju promatrala kroz zemljopisno poimanje. Otkriće novih kontinenata izazvalo je u Crkvi jaki misijski zanos.

U 20. stoljeću pojavljuju se nove dimenzije ljudske realnosti koje zaokupljaju pozornost Crkve u njezinu poslanju evangelizacije. To su svijet rada, bolnice, škole... Tako se uz zemljopisni vid evangelizacije, misije, uviđa i potreba evangelizacije društvenih realnosti.

Pri kraju 20. st. pojavljuje se nova realnost za evangelizaciju, a to je ljudsko društvo oblikovano od masmedija. O tom virtualnom svijetu govori se kao o sedmom kontinentu koji nema fizičke granice niti je ograničen dimenzijama vremena i prostora. U tom virtualnom svijetu nije samo baza podataka u kojoj se mogu naći informacije već je to uistinu svojevrsni ambijent u kojem osobe, provodeći vrijeme, međusobno komuniciraju pa čak mogu stvarati i paralelne svjetove, koji mogu imati utjecaja na kvalitetu njihova života u stvarnom, fizičkom ambijentu. Poslanje Crkve još je žurnije što se ova kultura slike i informatike poklapa većim dijelom s kulturom nevjere kršćanskog Zapada.

Putovi Riječi sada nisu samo putovi misionara, nisu samo oni koje mi kršćani trebamo prijeći svojim svjedočenjem ulazeći u ulice naših gradova nego su to također – a trebali bismo reći „ponajviše“ – virtualni, informatički putovi.<sup>29</sup> „U svijetu interneta (...) treba se pojaviti i lice Kristovo i čuti se njegov glas“ jer „ako nema prostora

<sup>28</sup> Usp. F-J. EILERS, *Comunicare nella Comunità*, 206.

<sup>29</sup> *Poruka narodu Božjem sa Sinode biskupa 2008.* br. 11.

za Krista, tada nema prostora za čovjeka".<sup>30</sup> Iz dokumenata crkvenog učiteljstva o medijima može se izvući nekoliko važnih odrednica koje treba imati na umu kad se govori o uporabi medija u poslanju Crkve u današnje vrijeme.

### 3.1. Svijest o važnosti medija

Kod svih članova Crkve pojedinačno i svih zajednica u Crkvi treba razvijati svijest o važnosti sredstava društvenog priopćivanja. „Uznemirenim srcima, zbog opasnosti koje mogu proizvesti nove tehnologije, ja kažem: ne bojte se. Ne ignorirajmo realnost u kojoj živimo, proniknimo tu realnost u njezinoj dubini. Pokušajmo u svjetlu vjere razlikovati autentične znakove vremena.“<sup>31</sup>

Mediji su divni Božji darovi, znakovi vremena i moćna sredstva u pastoralnom djelovanju. „Njihovim posredovanjem ljudi dolaze u dodir s drugim ljudima i događajima, oblikuju svoja mišljenja i vrijednosti. Ne samo da tim sredstvima prenose i primaju informacije i ideje, nego često i sam život postaje medijima posredovano iskustvo.“<sup>32</sup> Ivan Pavao II. izričito je upozorio Crkvu da uporaba tehnike i tehnologije današnjeg komuniciranja spada u sastavni dio njezina poslanja u trećem mileniju.<sup>33</sup> „Crkva bi se osjećala krivom pred Gospodinom kad ne bi upotrebljavala ta moćna sredstva koja ljudski um svakodnevno čini još savršenijim. Pomoću njih ona poruku koju čuva 'propovijeda na krovovima' (Mt 19,27; Lk 12,3). U tim sredstvima ona nalazi uspješni oblik suvremene propovjedaonice. Zahvaljujući njima, ona je u stanju govoriti masama.“<sup>34</sup>

### 3.2. Teološko – antropološki pogled na medije

Kad Crkva govori o sredstvima društvenog priopćivanja, medijima, ona polazi od temeljne teološke postavke: sve što postoji, stvoreno je u Kristu, po Kristu i uključeno je u Njegovu otkupiteljsku ljubav

---

<sup>30</sup> BENEDIKT XVI., *Verbum Domini*, br. 113.

<sup>31</sup> IVAN PAVAO II., „Poruka za 1982.“, *Chiesa e Comunicazione sociale. I documenti fondamentali*, Franz-Josef EILERS - Roberto GIANNATELI (ur.), (Torino: ELLE DI CI, 1996.), 308.

<sup>32</sup> *Aetatis novae* (Zagreb: KS, 1992.), br. 2.

<sup>33</sup> Usp. IVAN PAVAO II., *Rapido sviluppo*, (Vatican, 2005.), br. 2. Vidi [http://www.vatican.va/holy\\_father/john\\_paul\\_ii/apost\\_letters/documents/hf\\_jp-ii\\_apl\\_20050124\\_il-rapido-sviluppo\\_it.html](http://www.vatican.va/holy_father/john_paul_ii/apost_letters/documents/hf_jp-ii_apl_20050124_il-rapido-sviluppo_it.html).

<sup>34</sup> PAVAO VI., *Evangelii nuntiandi*, br. 45.

(usp. Kol 1,16), sve je usmjereno prema slavi Božjoj (usp. 1 Kor 1,28). „Čudesna tehnička iznašašća, kojima se ponosi naše vrijeme, jer su plod duha i rada ljudskoga, također su i darovi Božji, našega Stvoritelja, od kojega proizlazi svako dobro djelo: ‘On, nije dao samo život stvorenom, već sve stvoreno čuva i razvija’. (sv. Ivan Krizostom). Priznajemo vrijednosti čudesnih inovacija koje je posebno u naše vrijeme ljudski genij otkrio uz Božju pomoć, od kojega je sve stvoreno, iznašašće koje je neshvatljivo proširilo jačinu našega glasa.“<sup>35</sup>

Uloga što su je sredstva društvene komunikacije poprimila u društvu sada se već smatra integrirajućim djelom antropološkog pitanja, koje izranja na površinu kao ključni izazov trećeg tisućljeća. I na području društvenih komunikacija u igri su konstitutivne dimenzije čovjeka i njegove istine, (...) poput onih o životu, braku, obitelji ili poput važnih društvenih pitanja mira, pravde, zaštite stvorenoga.<sup>36</sup> Stoga je za Crkvu bitno kakvi će odgovori biti na pitanje: Na koji način mediji utječu na shvaćanje nas samih i svijeta?

### *3.3. Evangelizirati preko medija*

„Neka društvena obavijesna sredstva daju glas samom Kristu, s jasnoćom i radošću, vjerom, nadom i ljubavlju.“<sup>37</sup> To se može činiti na dva načina:

Prvi način je naviještanje Gospodina po programima koji svraćaju pozornost na istinske čovjekove potrebe, osobito potrebe onih najslabijih, nesposobnih i potisnutih na rub društva. „Mi današnji kršćani moramo nastojati oko toga da naš pojam Boga ne ostane izvan rasprave o čovjeku.“<sup>38</sup> Radosna vijest nije prvenstveno skup spoznaja ili apstraktnih istina, već je svjedočanstvo neizmjerne ljubavi Božje u susretu s čovjekom. Ljubavi toliko velike da preuzima vidljivi i stvarni oblik u Kristu i Njegovoj Crkvi. I ta ljubav treba biti neprestano naviještana ljudima svih vremena. A ljubav se istinski komunicira samo ljubeći. To je „uključno“ ili posredno naviještanje.

Drugi način je da, osim „uključnog“ navještaja, kršćanski izvjestitelji moraju tražiti načina da otvoreno i neposredno govore o Isusu

<sup>35</sup> IVAN PAVAO II., „Poruka za 1992.“, *Chiesa e Comunicazione sociale. I documenti fondamentali*, Franz-Josef EILERS - Roberto GIANNATELI (ur.), (Torino: ELLE DI CI, 1996.), 321-324.

<sup>36</sup> BENEDIKT XVI., „Poruka za 2008.“, (Sarajevo: Vijeće za sredstva društvenog pripćivanja BKBiH, 2006.), br. 4.

<sup>37</sup> IVAN PAVAO II., „Poruka za 2000.“, *Vrhbosna* 114 (2000.), 15.

<sup>38</sup> BENEDIKT XVI., *Europa, njezini sadašnji i budući temelji* (Split: Verbum, 2005.), 95.

raspetome i uskrslome, o Njegovoj pobjedi nad grijehom i nad smrću, na način prikladan za sredstva društvenog priopćivanja koja se koriste i sposobnostima javnosti da to shvati. Stvaranje javnog mnijenja.

Da bi se uspješno ostvarila evangelizacija preko medija, potrebna je stručnost i priprava te svjedočenje za Krista kroz osobni susret s Njim po molitvi, euharistiji, sakramentu pomirenja, čitanju i meditiranju riječi Božje, proučavanju kršćanskoga nauka, služenju drugima. Ako je taj stav iskren, bit će to više djelo Duha nego naše.

Evangelizirati samo komuniciranje znači po uzoru na Krista činiti to tako da komunikacija na svim razinama i na svaki način na koji se ostvaruje bude prožeta ljubavlju i kanal stvaranja zajedništva među osobama. Važno je pri tome imati na umu da „komuniciranje inače znači mnogo više od puke objave svojih misli ili naznaka vlastitih čuvstava; po svojoj dubljoj skrivenoj naravi, ono je darivanje sama sebe iz ljubavi; a Kristova komunikacija jest duh i život koji u euharistiji dostiže vrhunski, najviši, najtješnji, najsavršeniji oblik zajedništva između Boga i čovjeka te zajedništva među ljudima. To se događa u Crkvi kao mističnom tijelu Kristovu, jačanoj riječju i sakramentima gdje 'Duh sve obgrljuje'.“<sup>39</sup> Dobra komunikacija u Crkvi preduvjet je dobre komunikacije Crkve.

### 3.4. Trajni odgoj za medij

Više nego sama pouka o tehnikama, odgoj za sredstva priopćivanja pridonosi stvaranju dobrog ukusa kod ljudi i ispravnog moralnog prosuđivanja. Riječ je, u određenom pogledu, o odgoju savjesti.<sup>40</sup>

Promicati trajno teološko promišljanje o procesima i sredstvima društvenog komuniciranja. Danas se u teologiji zemaljskih vrednota govori i o teologiji masmedija. To zahtijeva sustavno i temeljito praćenje i proučavanje medija i medijskih sadržaja.

Evangelizirati one koji djeluju kroz medije, što bi trebalo značiti obraćati se prije svega onima koji su vlasnici ili djeluju u medijima, ali i onima koji su prisutni u medijima s područja gospodarstva, znanosti, odgoja, kulture, športa ... da njihova djela budu u skladu s njihovim kršćanskim bićem te da daju svjedočanstvo vjere kroz svoja djela. Naše vjerničke zajednice trebaju nastojati oko širenja istinske informacije o onome što radimo te na taj način prenositi istinsko životno crkveno-vjerničko iskustvo. To znači: treba koristiti svaku prigodu

<sup>39</sup> *Communio et progressio*, br. 11.

<sup>40</sup> PAPINSKO VIJEĆE ZA DRUŠTVENA OBAVIJESNA SREDSTVA, *Etika u obavijesnim sredstvima* (Zagreb: KS 2000.), br. 25.

za pravu i točnu informaciju kroz preciznu dokumentaciju. Nadalje, to znači da u našim zajednicama trebaju postojati osobe koje su sposobne „kreirati“ vijesti, informacije i „dati glas“ onima koji nemaju glasa, a to su osobe kojima društvena pa i crkvena zajednica ne posvećuju dovoljno pozornosti u njihovim potrebama. Zatim treba neprestano poboljšavati istinsku i aktivnu komunikaciju crkvenih zajednica sa svijetom u kojem žive. To podrazumijeva brzu i cjelovitu informaciju. Uz to Crkva ne smije zaboraviti da je pozvana da bude kritička svijest u današnjem „Babilonu komuniciranja“. Zatvorenost i indiferentnost najštetnije su za samu Crkvu. U svojem odnosu prema medijima ne smiju se zaboraviti ni poticaji crkvenog učiteljstva crkvenim strukturama za ekumensku suradnju i međureligijski dijalog. Zajedno s drugim vjerskim zajednicama potrebno je nastojati da vjerski program ima odgovarajuće mjesto i vrijeme u javnim medijima. Crkveni dokumenti o medijima potiču crkvene zajednice na suradnju s djelatnicima u civilnim medijima osobito kada je riječ o religioznim, moralnim, etičkim, kulturnim, odgojnim i socijalnim pitanjima. „Mnogi od medijskih djelatnika nalaze se često izloženi različitim pritiscima i pred etičkim dilemama u svojem svakodnevnom radu; mnogi od njih iskreno žele znati i činiti što je pravo na moralnom polju i očekuju od Crkve usmjerenje i potporu.“<sup>41</sup>

### 3.5. Usklađeno i plansko – multimedijско djelovanje

Pastoralni naputak *Nadolaskom novoga doba* traži od biskupa da dadnu dužno mjesto medijima u pastoralnom djelovanju vodeći računa o posebnim prilikama njihove nacije, njihova kraja i njihove biskupije. Ta se potreba jače osjeća osobito danas u vremenu globalnog komuniciranja ali i stoga što je Crkva, barem dijelom, manje ili više zanemarivala taj veliki suvremeni ‘areopag’ sredstava društvenog priopćivanja. „Prednost se daje općenito drugim sredstvima za naviještanje evanđelja i za odgoj, dok se sredstva javnog priopćivanja prepuštaju inicijativi pojedinaca, ili malenih skupina koje ulaze u pastoralno planiranje tek na sporedna vrata. To treba izmijeniti.“<sup>42</sup>

Potrebno je izraditi pastoralni plan za sredstva društvenog priopćivanja na razini BK i svake dijeceze. Dokument *Aetatis novae*

<sup>41</sup> IVAN PAVAO II., *Brzi razvoj*, br. 9.

<sup>42</sup> *Aetatis novae*, br. 20; IVAN PAVAO II., *Ecclesia in Europa. Crkva u Europi. Apostolska postsinodska pobudnica biskupima, prezbiterima i đakonima, posvećenim muškarcima i ženama te svim vjernicima laicima o Isusu Kristu koji živi u svojoj Crkvi - izvoru nade za Europu*. Dokumenti 136 (Zagreb: KS, 2003.), br. 63.

upotrebljava riječ „moraju“ te nadodaje „osim toga, drugi pastoralni planovi, osobito za socijalnu skrb, za odgoj i evangelizaciju, u svojim formulacijama i u svojoj provedbi trebaju voditi računa o društvenoj komunikaciji“.<sup>43</sup>

### Umjesto zaključka

Sredstva društvenog komuniciranja ne mogu nadomjestiti govorno propovijedanje, ali ga mogu podržavati. Treba poznavati mogućnosti medija i upotrebljavati ih, ali u isto vrijeme ne treba zaboraviti i njihove granice. Mediji mogu olakšati, ali nikako nadoknaditi čovjekovo djelovanje. Sredstva društvenog priopćivanja (mediji) mogu, kako naznačuje *Communio et progressio* u broju 125., pomoći Crkvi u dinamici evangelizacije na tri razine: pomažući joj da se otvori današnjem svijetu, promičući unutarnji dijalog i polazeći od mentaliteta današnjeg svijeta naviještati Radosnu vijest spasenja jezikom njima razumljivim polazeći od problema i tjeskoba koje zaokupljaju čovječanstvo.

Mediji mogu pomoći na način da izazovu simpatiju, zanimanje, mogu predstaviti životna iskustva koja će zaokupiti pozornost, mogu biti kritički ispit savjesti, pomoći da se osoba približi kršćanskoj zajednici. Dakle, mogu biti potpora evangelizacijskom djelovanju.

Stalno zanimanje Crkve s obzirom na to u kojem će se smjeru razvijati mediji, ne gleda u prvom redu tehnička, politička ili financijska pitanja, nego joj je važno kakvi će odgovori biti na sljedeća pitanja:

- Favoriziraju li ili priječe mogućnosti suživota u kojima će čovječnost biti poštovana i moći se ostvariti u svim svojim dimenzijama?

- Služe li uistinu sredstva društvenog komuniciranja međusobnoj komunikaciji i društvenom životu? Kad komunikacija izgubi etička uporišta i izbjegne društvenoj kontroli, onda više ne vodi računa o središnjoj ulozi i nedodirljivom dostojanstvu čovjeka, riskirajući da negativno utječe na njegovu savjest, na njegove odluke te da u konačnici uvjetuje samu slobodu i život osoba.

Sve je više onih koji misle da je danas, na tom području, potrebna „infoetika“, kao što postoji „bioetika“ na području medicine i znanstvenog istraživanja povezanog sa životom.

I završit ću s dva upozorenja koja se mogu primijeniti i na medijsku problematiku:

„Svećenik - onaj po kojem prolazi snaga Gospodnja – uvijek je u napasti naviknuti se na veličinu te je učiniti rutinom. Danas mu se

<sup>43</sup> *Aetatis novae*, br. 23.

veličina Svetoga može prikazati kao teret kojega se on (možda i nesvjesno) želi riješiti, na način da snizi Otajstvo na vlastitu ljudsku mjeru, umjesto da mu se s poniznošću povjeri te se uzdigne na njegovu visinu“, upozorit će nas papa Benedikt XVI.<sup>44</sup>

I drugo jedno upozorenje vjernika laika također treba imati na umu: „Neki današnji teolozi toliko su često puta zaokupljeni nastojanjem da prilagode poruku naravi sredstva komuniciranja, da bi ih svijet razumio, postižu to da jezik, govor nadomješta realnost koju sredstvo treba prenijeti. Sredstvo uzurpira poruku, stil preuzima mjesto biti... Prilagođavajući se situaciji u današnjem svijetu, koju su kreirali masmediji, a u kojoj je biti viđen, tj. slika postala važnija od biti, prodati važnije od prodane stvari, tako često i teolog ere *'jet seta'*, kada napokon uspije privući pozornost publike, nema ništa novo ponuditi današnjem čovjeku koji je gladan i žedan vječnih vrednota.“<sup>45</sup>

## MASS MEDIA IN THE NEW EVANGELIZATION

### Summary

*The introduction of this article explains the title and the meaning of the idea of “new evangelization”; the first part – based on Church documents that deal with this topic – covers the essential points of the “new evangelization” in the light of modern media communication.*

*The second part offers a short historical review of the orientation of the Church’s magisterium toward “global social communication”, a term that is broader than “mass media”. Looking at the historical relationship between the Church and “means of social communication” three tendencies can be seen: 1. in the beginning, the Church views the media in terms of trying to control it and use it only superficially; 2. later, the Church uses media in an increasingly integral way in pastoral care; 3. finally, the Church understands that mass media is a basic element in modern social life and should be imbued with the Gospel message.*

*The third part of the article starts from the Message of Benedict XVI to the people of God given at the Synod of Bishops 2008, where the Holy Father writes that the ways of the Word are not only the ways of missionaries or of Christians who should take their witness onto city streets. They may for the most part be the ways of virtual and informatic communication. In this section the author sketches a framework that should be taken into consideration in pastoral activities of the Church, especially dealing with the new evangelization.*

*Because the topic of mass media is very broad, the conclusion of the article draws attention to some landmarks that should be kept in mind when we use mass media in the pastoral activity of the Church. First of all, social communication cannot replace verbal preaching but can support it. Social communication (media) can,*

<sup>44</sup> Joseph RATZINGER – Vittorio MESSORI, *Razgovor o vjeri* (Split: Verbum, 2001.), 52.

<sup>45</sup> M. C. CARNICELLA, *Comunicazione ed Evangelizzazione nella Chiesa*, 67.



*as stated in Communio et progressio, article 125, help the Church in the dynamics of evangelization on three levels: 1. helping the Church to open itself to the modern world; 2. promoting internal dialogue; 3. having in mind the mentality of today's society, media can proclaim the Gospel of salvation in a language that will be understood; starting with the problems and anxieties that confront humankind.*

**Key words:** *new evangelization, means of social communication, mass media, John Paul II, Benedict XVI, Gospel, Church documents, education for the media.*

Translation: Darko Tomašević and Kevin Sullivan