

TEOLOŠKI POGLED IZABRANIH CRKVENIH DOKUMENATA NA MEDIJSKU ETIKU*

Šime Zupčić – Danijel Labaš

UDK:272/273:(0.34.2A /Z)

272: 550.347.6

070.11+177

179.1

27-426

17.025

659.443/.446

316.64+316.663-057.85

II. Oecumenikum concilium vaticanum (1962-1965):272/273

272/273:004.738.5

004.774:316.774

176.8+364+303.643+316.77

17.21.+2.42

Sveučilište u Dubrovniku
Fakultet za medije i odnose s javnošću
sime_zupcic@yahoo.com
Hrvatsko katoličko sveučilište Zagreb
danijel.labas@unicath.hr

<https://doi.org/10.34075/cs.59.3.5>

Pregledni rad

Rad zaprimljen 4/2024.



Sažetak

Ovim radom donosimo sustavni analitički presjek teološke medijske etike izložene u dokumentima Katoličke Crkve koji su posvećeni medijskoj tematici, od suvremenih dokumenata do Mirari vos iz prve polovice XIX. stoljeća. U širokom kontekstu mnogobrojnih etičkih pitanja koja se povezuju kako s tradicionalnim, tako i s novim medijima i njihovom deontologijom, i Katolička Crkva u svojim dokumentima posvećenima komunikaciji i medijima iznosi svoj pogled na medijsku etiku, služeći se svojim teološkim moralnim naučavanjem. Iz perspektive teološkog razmišljanja o moralnosti i etičnosti medija, jasan je stav da se medije same po sebi ne može smatrati etički dobrima ili etički lošima, već ih etički prihvatljivima ili neprihvatljivima čini sama upotreba medija, a etičku vrijednost daju svi sudionici medijskog procesa: od vlasnika preko urednika i novinara pa do korisnika medija.

* Rad je nastao na osnovi temeljito prerađenoga, izmijenjenoga i dopunjenoga dijela doktorske disertacije Šime Zupčića pod mentorstvom Danijela Labaša: *Komunikacijski obrasci u svjetlu medijske etike u dokumentima Katoličke Crkve*, Filozofski fakultet Sveučilišta u Zagrebu, 2020.

Cilj je ovoga rada analizirati i sustavno prikazati teološka etička stajališta i načela iznesena i obrazložena u izabranim crkvenim dokumentima koji se bave medijskom tematikom.

Ključne riječi: *crkveni dokumenti, deontologija, medijska etika, teologija*

UVOD

Značajan broj crkvenih dokumenata na mnogim razinama – od razine opće Crkve preko razine pojedinih biskupskih konferencija i ostalih crkvenih struktura i organizacija – obrađuje temu medija i odnosa Katoličke Crkve i medija. Uzmemo li u obzir samo one na razini opće Crkve (dakle one koje objavljuju pape ili papinsko vijeće za sredstva društvenih komunikacija¹) te se na temelju tih dokumenata želimo posebno baviti crkvenim naukom o medijskoj etici i znanstveno analizirati teološki pristup, te crkvene dokumente koji se dotiču ove teme možemo podijeliti u tri skupine: 1. dokumenti koji ne govore izravno o medijima, ali se dotiču medija, pa stoga i medijske etike; 2. dokumenti koji se izravno bave medijima (a svi oni, izuzev jednog kratkog, obrađuju između ostaloga i medijsku etiku) i 3. dokumenti koji primarno obrađuju medijsku etiku.

Ovaj rad prikazuje i prvi put na hrvatskom govornom području sustavno analizira drugu skupinu, to jest dokumente koji se izravno bave medijima, ne uključujući pri tom dva dokumenta koji primarno obrađuju upravo medijsku etiku² i jedan kratki dokument koji obrađuje temu medija, ali ne dotiče temu medijske etike³. Izostavljene su i poruke za Svjetski dan sredstava društvenih komunikacija, koje zbog svoje brojnosti⁴ zahtijevaju zasebnu analizu.

¹ Službeni prijevod dokumenata Drugoga vatikanskog koncila na hrvatski jezik: *Drugi vatikanski koncil. Dokumenti*, Kršćanska sadašnjost, 2008., za medije koristi termin „sredstva društvenog priopćavanja“, a taj će se termin s godinama i u novim dokumentima mijenjati. Tako će se nekad govoriti o „sredstvima društvenog saobraćaja“, nekada „priopćavanja“, ali se redovito misli na medije. Posljednji prijevod crkvenih dokumenata o medijima na hrvatski jezik (*Crkva i mediji. Antologija tekstova o sredstvima društvenih komunikacija 1936. – 2021.*, Hrvatska biskupska konferencija, Biskupska konferencija Bosne i Hercegovine, Zagreb, 2022.) koristi prijevod „sredstva društvenih komunikacija“, stoga i ovaj rad koristi navedenu sintagmu.

² Riječ je o dokumentima *Etika u obavijesnim sredstvima* (2000) i *Etika na internetu* (2002).

³ Riječ je o dokumentu *Kriteriji ekumenske i međureligijske suradnje u području društvenih komunikacija* (1989).

⁴ Objavljuju se svake godine počevši od 1967. godine, tj. do sada je objavljeno 58 takvih poruka.

Među dokumentima koje obrađujemo i analiziramo neki su iz novijega doba, dok je najstariji iz prve polovice XIX. stoljeća. Naime, prvi crkveni dokument koji progovara o temi sredstava društvene komunikacije je enciklika *Mirari vos* iz 1832. pape Grgura XVI., u kojoj Papa osuđuje slobodu tiska. No, uskoro Katolička Crkva kreće u drugom smjeru te već papa Pio XI. u enciklici *Vigilanti cura* (1936) „ne govori samo o opasnostima”, već medije „nastoji vrednovati s pozitivne strane”.⁵ Drugi vatikanski koncil iznimno je važan trenutak otvaranja Crkve prema svijetu i suvremenim društvima, pa onda i prema medijima jer „u duhu otvorenosti i dijaloga sa svijetom te priznavanjem autonomije zemaljskih stvarnosti, Crkva na drugačiji način promatra svijet medija”⁶, a slijedeći trag saborskih dokumenata, pošlo je i postkoncilsko Učiteljstvo: sredstva društvenih komunikacija ušla su u gotovo sve dokumente pastoralnog značaja.⁷

1. PRIKAZ I ANALIZA TEOLOŠKIH ETIČKIH ASPEKATA I PRETKONCILSKIH CRKVENIH DOKUMENATA O MEDIJIMA I INTER MIRIFICE

1.1. *Mirari vos* (1832.) kao izraz početnog negativnog stava Crkve prema medijima

Dokument *Mirari vos* (MV)⁸ iz 1832. godine prva je enciklika pape Grgura XVI. U njoj Papa osuđuje religijski pluralizam smatrajući ga opasnim za duše vjernika, a osuđuje i pluralizam mišljenja, pa samim time i slobodu govora ili šire shvaćeno i slobodu medija.

U dokumentu se nedvosmisleno i izravno osuđuje sloboda mišljenja bez koje nema ni slobode medija te želja za novostima: „Iskustvo pokazuje, još od najranijih vremena, da su gradovi poznati po bogatstvu, vlasti i slavi nestali zbog ovog jedinstvenog zla, odnosno neumjerene slobode mišljenja, dopuštanja slobode govora i želje za novostima” (MV, br. 14).

⁵ Ivo Balukčić, Masmediji u novoj evangelizaciji, *Vrhbosnensia, časopis za teološka i međureligijska pitanja* 16 (2012.) 1, 125-141, 131.

⁶ Jerko Valković, Duc in altum! Evangelizacija u „digitalno doba”, *Diacovensia* 20 (2012.) 2, 171-186, 172.

⁷ Usp. Danijel Labaš, Crkva i društvene komunikacije, *Obnovljeni život* 48 (1993.) 1, 76-97, 93.

⁸ Dokument „*Mirari vos*” nije preveden na hrvatski jezik, ta ga za potrebe ovog rada prevodimo s poveznice: <http://www.papalencyclicals.net/Greg16/g16mirar.htm> (13. 3. 2024.).

U idućem broju 15. jasno se osuđuje i sloboda objavljivanja i širenja objavljenih sadržaja: „Ovdje moramo uključiti tu štetnu i nikad dovoljno osuđenu slobodu objavljivanja bilo kakvih spisa i njihovog distribuiranja ljudima, a koje se neki usuđuju tražiti i promicati tolikom snagom” (MV, br. 15). U nastavku se medije uspoređuje s otrovom, a dokument ističe i „ulogu” Crkve u cenzuri: „Crkva je uvijek poduzimala mjere kako bi uništila kugu loših knjiga” (MV, br. 16).

Nakon analize cijelog dokumenta i isticanja tek dijela razmišljanja i stavova koji su u njemu prisutni, početno možemo zaključiti da je dokument u odnosu na slobodu izražavanja i objavljivanja negativno intoniran i da na cenzuru ne gleda negativno. A sloboda medija uvijek se ističe uz odgovornost koja je nužna u etičkom djelovanju medija, a načelo odgovornosti – o kojem piše Hans Jonas⁹ – može biti i protulijek cenzuri. Claude-Jean Bertrand ističe da tamo gdje nema slobode, ne može biti ni odgovornosti, to jest gdje je sloboda spriječena ili umanjena, ne možemo govoriti niti o odgovornosti subjekta za njegovo djelovanje¹⁰. U tom je kontekstu nužno ipak reći da „Mirari vos” ponajprije svoj negativan etički stav iznosi u odnosu na loš tisak i loše medijske sadržaje.

1.2. Načelo pravednosti - *Vigilanti cura* (1936.)

Vigilanti cura (VC)¹¹ enciklika je pape Pija XI. iz 1936. godine, a posvećena je sredstvima društvene komunikacije, osobito kinematografiji.

Profesionalcima koji se bave kinematografijom Papa skreće pozornost na ozbiljnost i važnost njihova rada te „toplo poziva sve ljude dobre volje, ne samo u ime vjere, nego i prave moralne i građanske dobrobiti ljudi, da koriste svaki način koji je u njihovoj moći, kao što je i tisak, kako bi kinematografija postala vrijedna pomoć u poduci i obrazovanju, a ne uništenju i propasti duša” (VC, br. 1). Dakle, u ovome se dokumentu na kinematografiju gleda kao na nešto što može biti i dobro (pomoć u poduci i obrazovanju) i loše (propast duša).

⁹ Hans Jonas, *Princip odgovornosti*, Veselin Masleša, Sarajevo, 1990.

¹⁰ Claude-Jean Bertrand, *Deontologija medija*, ICEJ i Sveučilišna naklada, Zagreb, 2007., 23.

¹¹ Korišten je prijevod na hrvatski jezik: Pio XII., *Enciklika o kinematografiji Vigilanti cura*, u: Krunoslav Novak, Nedjeljko Pintarić i Jerko Valković (ur.), *Crkva i mediji. Antologija tekstova o sredstvima društvenih komunikacija 1936. – 2021.*, Hrvatska biskupska konferencija, Biskupska konferencija Bosne i Hercegovine, Zagreb, 2022., 77-88.

Nadalje, govoreći o dužnosti Crkve da pomogne majkama i očevima u procjeni moralnosti filma za njihovu djecu, spominje se medije kao one koji mogu pomoći u tome: „Biskupi će također iskoristiti mogućnost katoličkog tiska u svrhu dovođenja u domove moralne ljepote i djelotvornosti tog sredstva” (VC, br. 3). „Posebna glasila ili druge pravovremene publikacije, kao što su dnevni katolički tisak, mogu se koristiti u ovu svrhu” (VC, br. 3), ističe Pio XI. misleći na korištenje medija kako bi se vjernicima preporučilo što je dobro za gledanje. Dokument ističe i da kinematografija „mora imati uzvišeni cilj jačanja kršćanske svijesti i ne izopćavati i narušavati moral ljudi” (VC, br. 23). Naglašava se i da dobri filmovi mogu „promicati pravednost, ponovno dozivati u svijest zahtjeve kreposnog života i pružati pozitivan doprinos rađanju pravednog društvenog poretka u svijetu” (VC, br. 25).

Iz analize ovoga dokumenta jasan je pozitivan stav prema medijima koji će Crkva kasnije još jasnije definirati. Prema prevladavajućim teološkim etičkim mišljenjima i ovome crkvenom dokumentu mediji sami po sebi nisu dobri ili loši, već njihova etička vrijednost ovisi o tome kako ih se koristi. Stoga zaključujemo da sa stajališta etičkog vrednovanja medija i medijskog sadržaja, važno postaje kako se s određenim medijem postupa i kako mu se pristupa, a ne o njemu samome.

1.3. Cenzura u medijima - *Miranda prorsus* (1957.) o kinematografiji, radiju i televiziji

Miranda prorsus (MP)¹² je enciklika pape Pija XII. o kinematografiji, radiju i televiziji iz 1957. godine.

Dokument ističe da je Crkva „od samog početka, prihvatila te izume, ne samo s osobitom radošću već također s majčinskom brigom i budnom pažnjom, želeći zaštititi svoju djecu od svih opasnosti s kojima će se susresti na putu napretka” (MP, br. 4), ističući da je ta „brižna skrb izravna posljedica poslanja koje joj je povjerio Božanski Otkupitelj, jer ta nova sredstva, kao što je svima poznato, imaju snažan utjecaj na način razmišljanja i djelovanja pojedinaca i zajednica” (MP, br. 5). Ovim se tekstom potvrđuje da Crkva prihvaća sredstva društvenih komunikacija, što je svakako pozitivno, no

¹² Korišten je prijevod na hrvatski jezik: Pio XII., *Enciklika o kinematografiji, radiju i televiziji Miranda prorsus*, u: Krunoslav Novak, Nedjeljko Pintarić i Jerko Valković (ur.), *Crkva i mediji. Antologija tekstova o sredstvima društvenih komunikacija 1936. – 2021.*, Hrvatska biskupska konferencija, Biskupska konferencija Bosne i Hercegovine, Zagreb, 2022., 89-120.

postavlja se pitanje daje li si prevelike ovlasti time što smatra da je njezina briga za medije izravna posljedica poslanja koja joj je Bog povjerio, čime se postavljala kao snažan autoritet u ovim pitanjima, odnosno autoritet koji je iznad drugih autoriteta.

Kao i mnogo puta, Crkva ističe da „iz čudesnih suvremenih tehničkih napredaka na polju kinematografije, radija i televizije mogu proizići kako najveće dobrobiti, tako i najveće opasnosti” (MP, br. 18). Ističe i da „sva ta sredstva komunikacije, od ideograma do slovnih znakova iz najstarijih vremena pa sve do suvremenih tehničkih izuma, moraju biti upravljena k jednom uzvišenom cilju; učiniti od ljudi, također na tom polju, u stanovitom smislu Božje pomoćnike” (MR, br. 18).

Kao i u mnogim drugim dokumentima Crkva ovdje kao prvi cilj stavlja istinu: „Neka zato prvi cilj kina, radija i televizije bude taj da služe istini i dobru” (MP, br. 47), te i idućem broju nastavlja: „Moraju služiti istini na način da iz dana u dan sve više učvršćuju veze među narodima, kako bi u njima zaživjelo uzajamno razumijevanje i poštivanje, kako bi jedni drugim pomagali u nevoljama te kako bi između javnih vlasti i građana postojala prava suradnja” (MP, br. 48.). Ističe se i koja istina ima prioritet, a to je: „Nadasve se, međutim, mora smatrati svetom i nepovredivom istina koju je Bog objavio” (MP, br. 50).

Pišući o radiju, jasno se naglašava uloga slušatelja: „Prva je dužnost radijskih slušatelja pažljiv i svjestan izbor programa” (MP, br. 117) i „Druga je dužnost slušatelja radija upoznati one koji uređuju program sa svojim legitimnom željama i opravdanim prigovorima. Ta dužnost jasno proizlazi iz same naravi radija, koji lako može stvoriti jednosmjerni odnos od onoga tko prenosi do onoga tko sluša” (MP, br. 121.).

1.4. Načela cjelovitosti informacija i ljubavi u koncilskom dokumentu *Inter mirifica* (1963.)

Drugi vatikanski koncil (1962. - 1965.) jedan je od značajnijih događaja u povijesti Crkve, a zasigurno najvažniji crkveni događaj XX. stoljeća. Označio je novi zamah i u teološkoj misli Katoličke Crkve, a posebno je zanimljivo i važno da je od 16 dokumenata koji su plod tog Koncila kronološki prvi dokument upravo dekret o sredstvima društvenih komunikacija *Inter mirifica* (IM).¹³ *Inter mirifica*

¹³ Korišten je prijevod na hrvatski jezik: Drugi vatikanski koncil, *Dekret o sredstvima društvenih komunikacija Inter mirifica*, u: Krunoslav Novak, Nedjeljko Pintarić i

je izazvala polemike i suzdržanost pri čemu su neki govorili o tome da dekret ima još uvijek „pretkoncilski karakter” i da ne posjeduje teološke vrijednosti, no to nije utemeljeno¹⁴.

Govoreći o sredstvima društvenih komunikacija, dokument kaže: „Majci je Crkvi poznato da ta sredstva, ako se ispravno upotrebljavaju, pružaju djelotvornu pomoć ljudskom rodu jer znatno pridonose odmoru i naobrazbi duha, kao i širenju i učvršćivanju Božjega kraljevstva; ona također zna da ih ljudi mogu upotrijebiti protiv nauma božanskog Stvoritelja i zlorabiti ih na svoju vlastitu štetu; ona, štoviše, osjeća materinsku tjeskobu i bol zbog šteta koje je njihova zloraba prečesto nanijela ljudskom društvu” (IM, br. 2). Dokument ističe da mediji zapravo pružaju „djelotvornu pomoć ljudskom rodu”, ali ne tvrdi da to čine bezuvjetno i uvijek, već jasno navodi uvjet - „ako se ispravno upotrebljavaju”. Iz konteksta je jasno da se ovdje ne misli na tehničke, već ponajprije na etičke aspekte upotrebe medija.

Isti dokument u tom kontekstu govori i o nužnosti moralnog reda kod onih koji se medijima služe, kao i da za (etički) ispravnu upotrebu medija korisnici medija zapravo moraju poznavati norme moralnog reda (IM, br. 4). Dakle, nije dovoljno samo imati volju etički ispravno djelovati i služiti se medijima, već je potrebno i upoznati se s osnovnim etičkim načelima. Ubrzo nakon što je korisnik medija upozorio da ih moraju koristiti na etički ispravan način, dokument tu istu zadaću stavlja i pred one koji se profesionalno bave medijima (IM, br. 5). U istom broju dokument ističe jedno od temeljnih etičkih načela u medijskom djelovanju, koje se vrlo često ponavlja u različitim dokumentima, a to je potreba da svako medijsko izvještavanje prije svega bude istinito. No ovaj dio *Inter mirifice* donosi i još neka nužna načela, da ta komunikacija bude „uz očuvanje pravednosti i ljubavi”, te da bude cjelovita. Također, jasno ističe da je potrebno da se „sveto poštuje čudoredne zakone i zakonita prava i dostojanstvo čovjeka”, pri čemu se još jednom naglašava nužnost poštovanja čudorednih načela, ali ne samo općenito, već se spominjanjem čovjekovog dostojanstva zapravo želi istaknuti da u tome leži i razlog potrebe poštovanja tih načela i zakona (IM, br. 5).

U dokumentu se upozorava i na moralnu odgovornost svih korisnika medija. Od njih se zahtjeva da daju prednost svemu što

Jerko Valković (ur.), *Crkva i mediji. Antologija tekstova o sredstvima društvenih komunikacija 1936. – 2021.*, Hrvatska biskupska konferencija, Biskupska konferencija Bosne i Hercegovine, Zagreb, 2022., str. 151-159.

¹⁴ Usp. Danijel Labaš, Crkva i društvene komunikacije, *Obnovljeni život* 48 (1993.) 1, 76-97, 85.

se odlikuje krjepošću, znanošću i umjetnošću i da pritom izbjegavaju sve etički neprihvatljivo (IM, br. 9). Onima koji stvaraju medijske sadržaje poručuje se: „Posebnu čudorednu obvezu s obzirom na ispravnu upotrebu sredstava društvenih komunikacija imaju novinari, pisci, glumci, redatelji, producenti, oni koji ulažu novac, distributeri, vlasnici dvorana i prodajni agenti, kritičari i ostali koji na bilo koji način sudjeluju u proizvodnji i prijenosu onoga što se priopćuje”, te navodi da „oni mogu informirajući i utječući povesti ljudski rod na pravi put ili u propast” (IM, br. 11).

U tom se kontekstu ističe i važna uloga vlasti: „Građanska je vlast u toj stvari obvezana posebnim dužnostima radi zajedničkog dobra kojemu su ta sredstva namijenjena. Ta vlast mora u skladu sa svojom zadaćom braniti i osigurati istinsku i pravednu slobodu informiranja, koje je današnjem društvu bezuvjetno potrebno za njegov napredak, osobito što se tiče tiska. (...) Ta ista javna vlast, koja se legitimno skrbi za dobro građana, donošenjem i marnom provedbom zakona dužna je pravedno se i budno skrbiti da zbog loše upotrebe tih sredstava ne dođe do velikih opasnosti za javno čudoređe i napredak društva” (IM, br. 12). Na taj način dokument ističe nužnost zakonske i svake druge regulative kako bi se osiguralo (etički) ispravno djelovanje medija u društvu, za što je zadužena javna vlast. No, potrebno je postaviti i pitanje: je li ta uloga nepotrebno suviše naglašena, te može li prerasti u kontrolu medija od strane civilne vlasti ili je bolje – kako je uobičajeno u demokratskim društvima – da uz medijske zakone sama novinarska struka propiše etička pravila i kriterije svojim etičkim kodeksima?

2. POSTKONCILSKI SMJER KATOLIČKE CRKVE I NJEZINOG ODNOSA PREMA MEDIJIMA

2.1. Načela nepatvorenosti i poštenja u magna carta nauka Crkve o medijima - *Communio et progressio* (1971.)

Communio et progressio (CP)¹⁵ pastoralni je naputak Papinskog vijeća za sredstva društvenih komunikacija objavljen 1971. godine u vrijeme pontifikata pape Pavla VI. Kako navodi Valković, za taj se

¹⁵ Korišten je prijevod na hrvatski jezik: Papinsko vijeće za sredstva društvenih komunikacija, *Pastoralni naputak Communio et Progressio izdan po nalogu II. vatikanskog koncila*, u: Krunoslav Novak, Nedjeljko Pintarić i Jerko Valković (ur.), *Crkva i mediji. Antologija tekstova o sredstvima društvenih komunikacija 1936. – 2021.*, Hrvatska biskupska konferencija, Biskupska konferencija Bosne i Hercegovine, Zagreb, 2022., 163-220.

dokument „može reći da je ‘nastavak’ koncilskog dekreta *Inter mirifica*, budući da je već u njemu bilo naloženo da se izda pastoralna instrukcija”.¹⁶ I sam pastoralni napatuk poziva se na duh cjelokupnoga Drugoga vatikanskog koncila, ne fokusirajući se samo na *Inter mirificu*. Enrico Baragli smatra da je taj tekst zapravo *magna carta* kada je riječ o nauku Crkve o medijima.¹⁷ Kao i većina drugih crkvenih dokumenata o medijima, i *Communio et progressio* ostaje dosta općenit, što se priznaje na početku dokumenta (CP, br. 3). Iz toga, nažalost, proizlazi da i govor o etičkim pitanjima na neki način i u određenom dijelu ostaje upravo u sferi općenitog, to jest nedovoljno konkretnog.

Ipak, *Communio et progressio* ima veliku vrijednost za etičko promišljanje s teološkom stajališta. Naime, ovaj dokument izravno ili neizravno progovara o mnogim temama medijske etike i već u br. 6. navodi da načela koja prema kršćanskom moralu vrijede za ljudski suživot, vrijede i na području medija. Dakako, kao i svaka primijenjena etika, teološka medijska etika¹⁸ ima određene specifičnosti u odnosu na područje kojim se bavi, no u biti to ostaju ona etička načela koja Crkva primjenjuje i u drugim područjima.

Dokument progovara o čudorednim, to jest moralnim i etičkim načelima prilikom upotrebe medija (CP, br. 14). Nadalje, naglašava se i da u tome treba promatrati cjelovitog čovjeka: „Tko god dakle želi sredstva komunikacije i njihovu uporabu ispravno smjestiti u povijest stvaranja i otkupiteljskog utjelovljenja i prosuditi o njihovoj čudorednoj vrijednosti, nužno mora uzeti u obzir čitava čovjeka, prethodno temeljito proniknuvši u društvenu narav komunikacije i njezinih sredstava” (CP, br. 15). Ono što dokument ovdje naglašava činjenica je da u primjeni etičkih načela treba promatrati čovjekovo dostojanstvo i čovjeka u njegovoj cjelini. Riječ je o obuhvatnoj i antropološki fundiranoj primjeni etičkih načela koja je itekako potrebna u suvremenoj medijskoj etici.

Kao i u mnogim drugim dokumentima o medijima, posebno u novinarskim kodeksima časti po cijelome svijetu, izričito se naglašava važnost istinitosti, no ovdje ju se još dodatno stavlja u odnos s nepatvorenošću i poštenjem: „Svaka komunikacija nužno, prije svega mora biti nepatvorena, poštena i istinita. Nije dakle dovoljna

¹⁶ Jerko Valković, *Crkva i svijet medija*, Glas Koncila, Zagreb, 2013., 48.

¹⁷ Enrico Baragli, L'istruzione pastorale „Communio et progressio”, *La Civiltà Cattolica* 122 (1997) 3, 37-48, 47.

¹⁸ Pod pojmom „teološka medijska etika” u kontekstu ovog rada podrazumijevamo medijsku etiku iznesenu u crkvenim dokumentima, budući da je riječ o medijskoj etici koja ima teološki pristup.

dobronamjernost i ispravna nakana da bi komunikacija odmah bila čestita; potrebno je, osim toga, da komunikacija uistinu iznosi samu stvarnost" (CP, br. 17). U kršćanskoj moralnoj teologiji naglašava se da ispravna nakana u odnosu na medijske sadržaje koji dolaze do širokog kruga ljudi nije dovoljna. Stoga se ističe da se bez obzira na dobronamjernost i ispravnu nakanu etički neprihvatljivim čini svako djelovanje i svaki onaj medijski sadržaj koji istovremeno ne prenosi istinu. Iako takav pristup vrijedi i u interpersonalnoj komunikaciji – jer dužni smo drugima prenositi istinu uvijek – očito je da ovaj pastoralni napatok o sredstvima društvenih komunikacija na to stavlja još veći naglasak, što je i logično s obzirom na izraženu društvenu odgovornost, ali i društvenu važnost medija.

Dokument postavlja neka etička pitanja na koja ne daje izravne odgovore, već samom čitatelju prepušta da on pokuša doći do odgovora: "...kako će se u tom slučaju moći u pluralističkom društvu razlikovati istinito od lažnoga, pošteno od nepoštenog? Kako izbjeci u sustavu slobodne konkurencije da javnost prisili ili spriječi ta sredstva da izazivaju i raspaljuju ne tako plemenite i poštene težnje ljudske naravi? Kako spriječiti da tek mali broj ljudi ne zagospodari tim sredstvima, te se tako u društvu uguši istinski dijalog i zajedništvo? Kakva pomagala primijeniti da se u priopćivanju s pomoću tih tehničkih sredstava, a osobito preko televizije, ne povrijede ljudski odnosi? Budući da ona često pozivaju čovjeka da kao u nekom snu izađe iz granica realnosti, što se može učiniti da on u svakom svagdašnjem djelovanju ne zanemari svoje životne zadatke? Kako će se moći spriječiti da ljudi ne upadnu u dokolicu i ne zahvati ih lijenost duha? Naposljetku, što poduzeti da pretjerano i trajno golicanje osjećaja ne spriječi djelovanje razuma?" (CP, br. 21). Riječ je o pitanjima koja su aktualna i danas i na području svjetovne medijske etike, te ni ona ne pronalazi jednostavne odgovore na njih koje treba potražiti kroz dijalog. Neka od ovih pitanja bismo danas, s odmakom od preko 50 godina, mogli nazvati i proročkim, a aktualna su i danas poput: „Kako spriječiti da tek mali broj ljudi ne zagospodari tim sredstvima?“ Danas se ovo etičko pitanje itekako tiče slobode izražavanja i slobode medija kao i pluralizma u medijima, i odgovor na njega moraju tražiti i dati kako svjetovna tako i teološka etika budući da nam s jedne strane prijete koncentracija vlasništva medija (kako na lokalnoj, tako i na svjetskoj razini), a s druge nas strane personalizirani algoritmi društvenih mreža zatvaraju u „informatijske mjehuriće“ te na taj način u pitanje dovode i demokraciju i pluralizam mišljenja.

Dokument progovara i o pravu na slobodu misli, kao i o pravu na primanje i davanje informacija za koja naglašava da su neraz-

dvojna (CP, br. 33). Ističe se i kako je potrebno da „suvremeni čovjek bude ispravno, prikladno, potpuno i vjerno obaviješten kako bi ponajprije shvatio svijet koji se neprestano razvija” (CP, br. 34).

Iako dokument više puta ističe pravo na informacije i pojedinca i društva u cjelini, ipak pod etičkim vidikom ne smatra to pravo apsolutnim, već postavlja i neke granice, tj. ističe da to pravo „ne smije doći u sukob s drugim pravima kao što su pravo na istinu koje štiti dobar glas pojedinca i društva, pravo na privatni život koje štiti intimnost obitelji i pojedinih ljudi; pravo na tajnu kad to zahtijeva potreba, profesionalna služba ili samo javno dobro. Kad je u pitanju opće dobro valja veoma razborito i trijezno prenositi vijesti” (CP, br. 42). Također, dokument ističe još neka ograničenja: „Kad se okrutni i nasilni događaji opisuju i iznose, valja postupiti krajnje razborito i obazrivo. (...) Ako se pak ti okrutni događaji opisuju češće nego je to potrebno te se popraćuju odveć realističkim slikama, nastaje opasnost da se iskrive prava slika i stvarni uvjeti ljudskog života” (CP, br. 43), a na to upozoravaju i etički kodeksi novinarske časti u raznim zemljama.

Dokument nije zaobišao ni temu odnosa reklama, tj. oglašavanja ili promidžbe i medija. U tom kontekstu ističe da oni koji su odgovorni za reklamu nanose štetu društvu te gube povjerenje i reputaciju ako se reklamiraju štetni i nekorisni proizvodi, ako se o prodajnim predmetima iznose krive tvrdnje i ako se zloupotrebljavaju niži čovjekovi porivi (CP, br. 60).

Medijske se djelatnike potiče i na udruživanje, kako bi u zajedništvu došli do odgovora u susretu s teškoćama povezanim s njihovim pozivom, a iz čega bi mogli proizići i moralni kodeksi, te se daju i konkretni prijedlozi za kodekse: „...neka budu iznesena etička načela o profesionalnim dužnostima komunikatora usklađena s općim zahtjevima društvene komunikacije. Ta, pak, načela i pravila neka se više nadahnjuju pozitivnim negoli negativnim stajalištima. Neka ne iznose samo negativnosti koje valja izbjegavati već neka donose i konkretne smjernice za što uspješniju službu ljudskom društvu” (CP, br. 79). Također, uz slobodu medija, naglašava se i potreba svijesti o odgovornosti: „Na opću je korist obrana slobode komunikacije i osiguranja potrebnih uvjeta da svi oni koji rade u društvenoj komunikaciji budu svjesni svojih odgovornosti, poštuju ljudsku osobnost i traže dobro svoje zemlje i svih naroda” (CP, br. 84).

Dokument se dotiče i pitanja utjecaja građanskih vlasti i njihovog donošenja zakonskih odredbi: „Građanske bi vlasti na tom području trebale donijeti više pozitivne negoli negativne smjernice. Nije, naime, njihova zadaća da kočé i potiskuju, premda će katkada

biti neophodno upotrijebiti i prisilne mjere. Drugi vatikanski koncil ističe da ljudsku slobodu treba svim silama poštivati i braniti, i da je treba ograničiti jedino kad to traži opće dobro. Stoga se cenzura smije primijeniti jedino u krajnjim slučajevima” (CP, br. 86). Ovdje je vidljiva jasna evolucija stavova u odnosu na encikliku „Mirari vos”, u kojoj je prevladavao stav o cenzuri kao nečem potrebnom, dok se ovdje o cenzuri govori kao o negativnoj pojavi koja je prihvatljiva samo u krajnjim slučajevima. Nekoliko poglavlja nakon ovoga također se govori o zakonskim propisima, no sada posebno u odnosu na mlade: „Zakonski propisi trebaju, koliko je to u njihovoj moći, obraniti mladež od teških posljedica psihološke i moralne naravi koje im mogu nanijeti određeni programi, a koji mogu imati trajan koban utjecaj” (CP, br. 89).

Konačno, Papinsko vijeće u jednoj rečenici jasno ističe: „Crkva, promatrajući svoju zadaću na tom području, nastoji spojiti katolički nauk s nutarnjim zakonima društvene komunikacije” (CP, br. 101) te na taj način daje do znanja kako razumije i prihvaća unutar-nju dinamiku djelovanja medija te da je istodobno svjesno važnosti poštivanja etičkih postulata u tom djelovanju.

2.2. Načelo zaštite djece od nasilja u medijima - Pornografija i nasilje u sredstvima društvenih komunikacija (1989.)

Papinsko vijeće za sredstva društvenih komunikacija 1989. godine objelodanilo je dokument pod naslovom *Pornografija i nasilje u sredstvima društvenih komunikacija: pastoralni odgovor* (PN)¹⁹. Kako ističe Ivan Fučak, „tekst se ne bavi ni filozofskim razmišljanjima, ni negativnim etičkim normiranjem, osim bitnog; naprotiv, želi biti pozitivno usmjeren, lagan i svima pristupačan”²⁰.

Na samom se početku dokumenta naglašava da se dogodila „radikalna promjena u percepciji moralnih vrednota, koja je dovela do dubokih promjena u načinu razmišljanja i djelovanja osoba” (PN, br. 1), a veliku odgovornost za to dokument pripisuje upravo medijima, govoreći da „sredstva komunikacija imala su i u pojedincima i društvu nastavljaju imati važnu ulogu, budući da uvode i odražava-

¹⁹ Korišten je prijevod na hrvatski jezik: Papinsko vijeće za sredstva društvenih komunikacija, *Pornografija i nasilje u sredstvima društvenih komunikacija: pastoralni odgovor*, u: Krunoslav Novak, Nedjeljko Pintarić i Jerko Valković (ur.), *Crkva i mediji. Antologija tekstova o sredstvima društvenih komunikacija 1936. – 2021.*, Hrvatska biskupska konferencija, Biskupska konferencija Bosne i Hercegovine, Zagreb, 2022., 273-382.

²⁰ Ivan Fučak, Novi dokument o pornografiji, *Obnovljeni život* 44 (1989) 5, 471-481, 472.

vaju nove stavove i životne stilove” (PN, br. 1). Pozivajući se na Drugi vatikanski koncil, dokument naglašava pozitivne vrijednosti medija, ali istovremeno govori i da ih se može „upotrijebiti protiv nauma božanskog Stvoritelja i zloupotrijebiti ih na svoju vlastitu štetu” (PN, br. 4). I u ovom dokumentu se, kao i na mnogim drugim mjestima u raznim crkvenim dokumentima, ističe da mediji nemaju etičku vrijednost sami po sebi, već im tu vrijednost daje pojedinac u odnosu na način kako ih koristi.

Dokument progovara i o moralnim normama, te moralnim poteškoćama koje „zahvaljujući” medijima više nisu poteškoća samo bogatih zemalja već i zemalja u razvoju: „U doba nesretne i raširene konfuzije s obzirom na moralne norme, komunikacije su pornografiju i nasilje učinile dostupne široj publici, uključujući mladež i djecu. Taj je problem nekoć bio ograničen uglavnom na bogate zemlje, no sada, putem sredstava komunikacija, počinje kvariti moralne vrednote zemalja u razvoju” (PN, br. 6). Dokument i u br. 7 iznova naglašava dvostruku ulogu medija, tj. da oni „mogu biti stvarna sredstva jedinstva i međusobnog razumijevanja”, ali da mogu biti i „prenositelji iskrivljene vizije postojanja, obitelji, religioznih i etičkih vrednota; vizije koja ne poštuje autentično dostojanstvo i određenje ljudske osobe.”

Govoreći o nasilju, dokument se prvenstveno fokusira na djecu: „Često izlaganje djece, koja još nisu sposobna jasno lučiti maštu od stvarnosti, scenama nasilja u medijima može u njima izazvati uznemirenost. U daljnjem stadiju sadističko nasilje u medijima može uvjetovati osobe koje se daju impresionirati, posebno mlade, sve do toga se ono promatra kao prihvatljivo i normalno, pogodno za nasljedovanje” (PN, br. 12).

Na ovome području dokument govori o sedam različitih aktera (medijski djelatnici, roditelji, odgojitelji, mladi, publika, gradske vlasti, Crkva i religiozne skupine) koji imaju svoju odgovornost, a na prvome mjestu navodi upravo medijske djelatnike, tj. profesionalne komunikatore. Za njih kaže: „Mnogi komunikatori zadržavaju svoje visoke profesionalne i osobne standarde i nastoje ispuniti svoje zadaće strogo se pridržavajući moralnih normi i gajeći veliko poštovanje prema općem dobru” (PN, br. 23). Dokument predlaže i etičke kodekse koji medijskim djelatnicima mogu biti od velike pomoći.

U 30. broju dokumenta nalazi se zanimljivo i etički vrijedno stajalište koje može biti korisno ne samo za pitanja kojima se bavi ovaj dokument, nego za cjelokupni doprinos Crkve nekim pitanjima iz područja medijske etike. Naime, u tom poglavlju piše da „restriktivno ili cenzurirajuće držanje Crkve u odnosu na medije nije ni

dovoljno ni primjereno. Suprotno tomu Crkva se u stalnom dijalogu s komunikatorima svjesnim njihove odgovornosti mora zalagati za to da ih potakne u njihovu radu i pruži im pomoć tamo gdje je to moguće i potrebno” (PN, br. 30).

2.3. Načelo odgovornosti za medijske sadržaje - *Aetatis novae* (1992.)

Papinsko vijeće za sredstva društvenih komunikacija objavilo je 1992. godine dokument *Aetatis novae* (AN)²¹, a povod je bila 20. obljetnica napatka *Communio et progressio*. No, Valković²² kao i mnogi drugi autori, smatra da ovaj dokument nije dosegnuo značenje i snagu *Communio et progressio*.

Dokument, između ostaloga, progovara o odgovornosti za sadržaje u medijima, kao i o usmjerenosti na profit, neetičnoj propagandi i oglašavanju (AN, br. 5). Na prvome mjestu naglašava upravo nedostatak odgovornosti za medijske sadržaje, iz čega onda proizlaze i ostali neetični postupci. U dokumentu se oštro osuđuje težnja za popularnošću i profitom, koja se legitimno veže uz medije i novinarstvo, no problem nastaje u trenutku kada te težnje postaju glavni i gotovo jedini čimbenik i pokretač. U istom broju, kao i kad je riječ o prethodnim temama, dokument progovara i o državnim zakonima koji su nužni, ali mogu postati sredstva pritiska i isključivanja: „Mora se upozoriti na to da usprkos tomu što se sada uočljivo poboljšava pravno-politički okvir u kojem djeluju sredstva društvenih komunikacija nekih zemalja, ipak ima drugih krajeva gdje su zahvati vlade još uvijek sredstvo tlačenja i isključivanja” (AN, br. 5). Naime, dokument pohvaljuje upletanje države u načine donošenja određenih normi koje pridonose većoj odgovornosti, no istovremeno kritizira kada to upletanje države postaje „sredstvo pritiska i isključivanja”, što je posve opravdana kritika, te se može ustvrditi da dokument ispravno traži srednji put između potpunog nadzora države kao jedne krajnosti i prepuštanja stihiji i nereguliranju osnovnih zakonskih odredbi o medijima kao druge krajnosti, što u ranijim dokumentima nije slučaj.

²¹ Korišten je prijevod na hrvatski jezik: Papinsko vijeće za sredstva društvenih komunikacija, *Pastoralna uputa dolaskom novoga doba Aetatis novae o društvenim komunikacijama dvadeset godina nakon Communio et progressio*, u: Krunoslav Novak, Nedjeljko Pintarić i Jerko Valković (ur.), *Crkva i mediji. Antologija tekstova o sredstvima društvenih komunikacija 1936. – 2021.*, Hrvatska biskupska konferencija, Biskupska konferencija Bosne i Hercegovine, Zagreb, 2022., 291-313.

²² Usp. Jerko Valković, *Crkva i svijet medija*, Glas Koncila, Zagreb, 2013., 65.

Dokument ističe i dvije strane medija - i ono što je dobro i ono što je loše: „Sredstva komunikacija mogu biti stvarna sredstva jedinstva i međusobnog razumijevanja, ali, s druge strane, mogu postati prenositelji iskrivljene vizije postojanja, obitelji, religioznih i etičkih vrednota; vizije koja ne poštuje autentično dostojanstvo i određenje ljudske osobe. Hitno je potrebno da mediji poštuju cjelovit razvitak ljudske osobe, koji obuhvaća ‘kulturnu, transcendentnu i religioznu dimenziju čovjeka i društva’, i da mu pridonose” (AN, br. 7).

U ovome kontekstu želimo istaknuti da Crkva u svojim dokumentima kod donošenja nekih etičkih smjernica može ponekad ostaviti dojam, koji ne mora biti posve točan, da se postavlja „iznad” drugih etičkih pravaca i prijedloga. U ovom dokumentu Crkva takav dojam svakako ne možemo steći budući da se naglašava da Crkva nema pravo sebi svojatati pravo nametanja odluka i izbora, već samo pomoći, donoseći etičke moralne kriterije (AN, br. 12).

Ovaj dokument pokušava se uhvatiti u koštac i s nekim sasvim konkretnim pitanjima medijske etike te kaže: „Jasno je da su mnogi navedeni problemi posljedice politike i posebne strukture sredstava javnih komunikacija: ovdje kao primjere navodimo nepravedno isključivanje nekih skupina ili klasa iz pristupa sredstvima društvenih komunikacija, sustavno ograničavanje temeljnog prava na informaciju koje se tu i tamo prakticira, sve češći slučaj da elite gospodarstva, politike i društva naširoko vladaju sredstvima komuniciranja. Sve je to suprotno temeljnim ciljevima i samoj naravi društvenih sredstava društvenih komunikacija” (AN, br. 14). I u idućem poglavlju dokument također ističe: „Neprihvatljivo je da ostvarivanje slobode komunikacije ovisi o bogatstvu, odgoju ili političkoj moći. Pravo na komunikaciju pravo je svih” (AN, br. 15).

2.4. Pitanje interneta nadilazi samo tehničke mogućnosti – Crkva i internet (2002.)

Dokument *Crkva i internet* (CI)²³ Papinsko vijeće za sredstva društvenih komunikacija objavilo je 2002. godine.

Govoreći o medijima, dokument ističe da je Crkva često izražavala svoje uvjerenje da su oni, „kako je ustvrdio Drugi vatikanski

²³ Korišten je prijevod na hrvatski jezik: Papinsko vijeće za sredstva društvenih komunikacije, *Crkva i internet*, u: Krunoslav Novak, Nedjeljko Pintarić i Jerko Valković (ur.), *Crkva i mediji. Antologija tekstova o sredstvima društvenih komunikacija 1936. – 2021.*, Hrvatska biskupska konferencija, Biskupska konferencija Bosne i Hercegovine, Zagreb, 2022., 379-392.

koncil, 'zadivljujući izum tehničkog umijeća' koji već sada mnogo čini u pogledu zadovoljavanja čovjekovih potreba, a može činiti još i više. Zbog toga je Crkva zauzimala temeljno pozitivan pristup sredstvima društvenih komunikacija. Čak i kada osuđuju njihove ozbiljne zloporabe, dokumenti Papinskog vijeća za sredstva društvenih komunikacija zaokupljeni su pojašnjavanjem da 'restriktivno ili cenzurirajuće držanje Crkve u odnosu na medije nije ni dobro ni primjereno'" (CI, br. 1). Dakle, pozivajući se na prijašnji nauk, dokument s jedne strane jasno ističe ozbiljne zlopotrebe medija te već samim time Crkva ističe svoj etički stav o tim pojavama, no istovremeno, pozivajući se također na prijašnji nauk, ističe da nije dovoljan restriktivan ili cenzurirajući stav Crkve. Time zapravo potvrđuje da nije dovoljno samo ukazati na etički dvojbene situacije, već je nužno pokušati ponuditi rješenja, što se dokumentima o ovim temama i ne može osporiti.

Dokument u br. 7. ističe da u odgoju za medije nije dovoljno podučiti samo o tehničkoj dimenziji medija, već da je potrebno stvaranje ispravnog moralnog etičkog prosuđivanja (CI, br. 7). U tom se kontekstu navode i neke etički negativne pojave: „Među osobitim problemima koje predstavlja internet jest prisutnost internetskih stranica koje šire mržnju, kleveću i napadaju vjerske i etničke skupine" (CI, br. 8).

Jednako se tako potiče da Crkva donese neke etičke smjernice i na nižoj razini, to jest ne samo poput ovih na općoj razini već i nacionalnoj i mjesnoj (CI, br. 11). Osim potrebe za odgojem i obrazovanjem, kao i za utvrđivanjem etičkih i moralnih načela, dokument ističe i potrebu roditeljske kontrole upotrebe interneta (CI, br. 11).

2.5. Načelo istine na internetu - Brzi razvoj (2005.)

Papa Ivan Pavao II. u posljednjoj je godini svog života i pontifikata - 2005. godine - objavio apostolsko pismo *Brzi razvoj* (BR)²⁴, kojim je još jednom potvrdio da je za vrijeme cijeloga pontifikata veliku pozornost pridavao i medijima.

Već u trećoj točki Ivan Pavao II. progovara o etičkim dimenzijama medija, govoreći o načelu istinitosti koja je česta tema ne samo crkvenog govora o medijima nego se kao načelo spominje u novi-

²⁴ Korišten je prijevod na hrvatski jezik: Ivan Pavao II., *Brzi razvoj. Apostolsko pismo odgovornima za sredstva društvenih komunikacija*, u: Krunoslav Novak, Nedjeljko Pintarić i Jerko Valković (ur.), *Crkva i mediji. Antologija tekstova o sredstvima društvenih komunikacija 1936. – 2021.*, Hrvatska biskupska konferencija, Biskupska konferencija Bosne i Hercegovine, Zagreb, 2022., 393-402.

narskim etičkim kodeksima časti, ali potiče medije i na neke druge vrednote: „U usklađenom i ispravnom viđenju razvoja ljudskog bića, mediji mogu i moraju promicati pravdu i solidarnost, donoseći događaje na točan i istinit način, cjelovito analizirajući situacije i probleme, dajući mjesta različitim mišljenjima. Vrhovni kriterij istine i pravde, u zreom korištenju slobode i odgovornosti, predstavljaju obzorje unutar kojega se smješta istinska deontologija u korištenju prednosti suvremenih i moćnih sredstava društvenih komunikacija” (BR, br. 3).

Kao i mnogo puta ranije, Papa ističe pozitivnu vrijednost medija, ali pojašnjavajući još jednom da sve ovisi o tome kako ih se koristi: „Zahvaljujemo Bogu zbog postojanja tih moćnih sredstava koja, ako se vjernici njima koriste u duhu vjere i poučljivosti svjetlu Duha Svetoga, mogu pridonijeti lakšem širenju Evanđelja i stvaranju učinkovitijih spona zajedništva među crkvenim zajednicama” (BR, br. 6)

Papa i u ovome dokumentu naglašava da se oni koji rade u medijima susreću s etičkim dvojabama te vidi dužnost Crkve da im ponudi pomoć: „Važno je jamčiti formaciju i pastoralnu skrb zaposlenicima u komunikacijama. Često se ti muškarci i žene nalaze pod osobitim pritiskom i u etičkim dvojabama koje proizlaze iz svakodnevnog posla; mnogi od njih 'iskreno žele znati i živjeti ono što je ispravno na etičkom i moralnom polju', te od Crkve očekuju smjernice i potporu” (BR, br. 9).

Upravo u odnosu na etičku dimenziju, Papa smatra potrebnim da se ovo područje i zakonski regulira: „Neophodno je da i društvene komunikacije uđu u okvir cjelovito strukturiranih prava i dužnosti sa stajališta kako etičke formacije i odgovornosti tako i u odnosu na zakone i institucijske nadležnosti” (BR, br. 10).

ZAKLJUČAK

U širokom kontekstu mnogobrojnih etičkih pitanja koja se povezuju kako s tradicionalnim, tako i s novim medijima, među ostalim čimbenicima svoj doprinos želi pružiti i jedna vjerska organizacija, to jest Katolička Crkva, služeći se pri tome svojim teološkim moralnim naučavanjem. Ona u svojim dokumentima često, izravno ili neizravno, dotiče, analizira i procjenjuje pitanja vezana uz korištenje medija, a posebno se posvećuje onima vezanima uz medijsku i novinarsku etiku. Stoga se kao znanstveno relevantna tema nametnula i analiza etičkih načela za medije i novinare sa stajališta teološkoga promišljanja.

Na temelju dokumenata analiziranih u ovom radu, vidljivo je da teološka medijska etika više puta naglašava etičku neutralnost samih medija. Medije se ne može smatrati etički dobrima ili etički lošima, već treba analizirati njihovu upotrebu koja može biti moralna ili nemoralna, etički ispravna ili etički neispravna. O poštivanju etičkih načela brigu su dužni voditi svi sudionici medijskog procesa: od vlasnika preko urednika i novinara pa do korisnika medija. Posebnu odgovornost svakako imaju i korisnici medija koji su danas zbog interaktivnosti medija i društvenih mreža koje koriste i sami ne samo korisnici nego i stvaratelji medijskih sadržaja. Stoga ih se ne smije nipošto zaboraviti, premda ne samo zato što brojčano čine daleko najveći postotak sudionika medijskog procesa. Svim dionicima svoju konkretnu pomoć ponudom etičkih načela i kriterija pruža i teološko etičko razmišljanje koje je najsustavnije izloženo u dokumentima koje smo ukratko prikazali i analizirali. Riječ je o načelima moralnoga nauka Crkve koji se mogu primijeniti u novinarskoj i medijskoj etici.

Analizirajući crkvene dokumente posvećene tematici medija, kao specifične teme teološke medijske etike istaknule su se: stavljanje čovjeka u središte, inzistiranje na istini, naglašavanje pojmova savjesti, općeg dobra, solidarnosti, mira i ljubavi u etičkom diskursu, kao i snažno inzistiranje na odgovornosti te promišljanje o utemeljenju normi i svrsi medijske etike. Dakako, navedene teme nisu specifične samo za teološku medijsku etiku, pa na temelju analiziranih dokumenata možemo zaključiti da se ti sadržaji tiču opće medijske etike²⁵.

Također, važno je naglasiti da su teološka medijska etika iznesena u crkvenim dokumentima o medijima tek jedan dio teološke medijske etike. Kao i u drugim područjima i temama, teološka istraživanja i promišljanja mnogih teologa i teologinja su mnogo opsežnija i raznolikija od samih crkvenih dokumenata koje donosi Učiteljstvo Katoličke Crkve. Stoga istraživanje i analiza crkvenih dokumenata o medijima izneseni u ovom radu može poslužiti u daljnjim istraživanjima koja bi analizirala odnos nauka Učiteljstva Katoličke Crkve o medijima i teoloških promišljanja katoličkih teologa i teologinja o ovim temama.

²⁵ Pod pojmom „opće medijske etike” podrazumijevamo svu medijsku etiku kojoj u temelju nije teološki pristup.

THEOLOGICAL VIEW OF SELECTED CHURCH DOCUMENTS
ON MEDIA ETHICS

Summary

This paper systematically and analytically presents cross-section of theological media ethics presented in the documents of the Catholic Church that are dedicated to media topics, from contemporary documents to *Mirari Vos* from the first half of the 19th century. In the broad context of numerous ethical issues that are connected with both traditional and new media and their deontology, the Catholic Church in its documents dedicated to communication and media presents its view on media ethics using its theological moral teaching. From the perspective of theological thinking about the morality and ethics of the media, it is clear that the media in itself cannot be considered ethically good or ethically bad, but that it is the use of the media itself that makes it ethically acceptable or unacceptable, and the ethical value is given by all participants in the media process: from the owner through editors and journalists to media users.

The aim of this work is to analyse and systematically present the theological ethical positions and principles presented and explained in church documents dealing with media topics.

Keywords: church documents, deontology, media ethics, theology