

KATEHEZA U SREDSTVIMA DRUŠTVENOG PRIOPĆIVANJA

MIRKO MATAUŠIĆ
Hrvatski katolički radio
Voćarska 106
10000 Zagreb

Izvorni znanstveni rad
Primljeno 25. 7. 1998.
UDK 268:316.77

Sažetak

Autor opisuje odnos kršćanskog naviještanja i pouke u vjeri s posebnim osvrtom na Republiku Hrvatsku. Radi odgoja mladih potrebno je promicati suradnju medija, Crkve i škole. Istraživanja općenito pokazuju da su u javnim medijima vjera i Crkva rijetko prisutne, a nerijetko nedostaje objektivitativan i istinit prikaz. Različite su karakteristike pojedinih medija, npr. novina, radija, televizije. Govor o vjeri npr. na radiju treba da bude, kako to istraživanja pokazuju, kratak, a često i neizravan, kako bi bio učinkovit. Na kraju autor, koji je direktor Hrvatskog katoličkog radija, ukratko prikazuje današnje mjesto, položaj i ulogu vjere i religije u raznim nereligioznim medijima, posebno prikazavši cilj, djelovanje i program Hrvatskog katoličkog radija.

Ključne riječi: kateheza i sredstva društvenog priopćivanja, Hrvatski katolički radio

Suvremena sredstva društvenoga priopćivanja ili mediji jedan su od bitnih činitelja našega društva. Tko u tom društvu želi nešto objaviti, druge informirati ili poučiti, ne može zaobići medije. Stoga se i kršćanska kateheza mora služiti tim sredstvima. Ona to više ili manje i čini. U ovom tekstu prikazat ćemo kratko uvjete u koje ulazi kršćansko naviještanje i pouka kad se prenose preko medija i koliko je to naviještanje prisutno u medijima u Hrvatskoj. Da bismo rekli nešto o kvaliteti te prisutnosti, trebala bi opsežnija i dublje istraživanja. Ovdje ostajemo samo na razini činjeničnih konstatacija.

SURADNJA MEDIJA, CRKVE I ŠKOLE

Po sebi je razumljivo da valja poštivati medijske zakonitosti kad se kateheza prenosi medijima. No, mediji su nametnuli određene načine komuniciranja i izvan svoga područja, posebno je (pokretna) slika odredila način percepcije mladih generacija. Brzina, živahnost, kratkoća i zabavnost

priopćivanja u medijima traži sličnu komunikaciju i izvan medija, pa i u školskoj nastavi. Iz toga je jasna potreba za suradnjom između medija i škole, ukoliko se želi da mediji djeluju odgojno i naobrazbeno, kao i da školska nastava bude primjerena načinu percepcije mladih ljudi danas. Isto to vrijedi za crkveno naviještanje putem propovijedi i kateheze. Može se bez pretjerivanja reći - kad evanđelje danas ne bi bilo u medijima, Crkva bi se morala ozbiljno pitati koliko vrši svoju zadaću.

DVOJAKI POLOŽAJ VJERSKIH SADRŽAJA

Dugo se smatralo da su mediji velesile koje mogu sve kad je riječ o oblikovanju mišljenja i stavova ljudi. Stoga se najvećim problemom smatrala opasnost od manipulacije od strane onih koji vladaju medijima. No, istraživanja su pokazala da mediji pod određenim uvjetima doduše utječu na javno mnijenje, da ga stvaraju, ali kad je riječ o temeljnim stavovima, onda se moraju prilagoditi željama i sklonostima primateljima

svojih poruka, žele li biti uspješni, pogotovu danas kad su se umnožili. Iz toga nastaje drugi velik problem: da bi privukli publiku, mediji podilaze ljudskim strastima i predrasudama - i pojačavaju ih, više ili manje. Na taj se način postiže velika slušanost, a to onda osigurava financijsku uspješnost, jer velika slušanost privlači oglašivače iz gospodarstva i povisuje cijenu oglasa, ali u velikoj mjeri otežava uvrštenje vjerskih sadržaja u programe medija. Stvara u medijima okoliš u koji vjerska poruka ne pristaje, osjeća se stranom, smeta...

Dvojak je položaj vjerskih sadržaja kad je riječ o interesu suvremenih ljudi za te sadržaje. Istraživanja u zapadnim, visoko razvijenim zemljama pokazala su da ljudi npr. na radiju nisu voljni dugo slušati o vjeri. Tako u materijalima portugalske katoličke radiopostaje "Radio Renascença" stoji kao upozorenje: "Strogo vjerski sadržaj zanima samo mali broj vjernika i na kratko vrijeme". A istraživanja u drugim zapadnim zemljama pokazuju da ljudi nisu spremni slušati o strogo vjerskim sadržajima više od tri do pet minuta dnevno. Tako je npr. u Luksemburgu prije godinu dana ustanovljena katolička radiopostaja koja ima upravo toliko vjerskoga sadržaja dnevno. No, na mjestu je pitanje, ima li onda smisla da Crkva uspostavlja takvu radiopostaju. U Poljskoj je instruktor svećenika koji za radiopostaje govore o vjerskim temama, ovako opisao njihovu situaciju: "Zamislite da imate pred sobom kinesku delegaciju koja još nikad nije čula ništa o Isusu, a Vama su na raspolaganju tri minute vremena da im kažete ono najbitnije".

S druge strane, duhovno ozračje postmoderne oživjelo je ponovno zanimanje za religiju. Ljudi su shvatili da racionalizam, tehnika i materijalni napredak ne donose sreću, naprotiv da prijete uništenjem ljudskog životnog ambijenta i zato traže više srca i duha. Ali pritom se ne okreću ponudi koja dolazi od velikih Crkvi. Sadržaj kršćanske poruke u velikoj je mjeri zaboravljen ili zanemaren. Danas je ljudima zanimljiva ponuda alternativnih religioznih pokreta, sekti, parareligiozni sadržaji od magije i zazivanja duhova do religiozno "obo-

jene" psihološke samopomoći... U intervjuu s kardinalom Ratzingerom novinar Seewald (*Sol zemlje*, str. 124) spominje kako je javnost reagirala s porugom kad je Papa prije nekoliko godina istaknuo postojanje anđela. No, kad su drugi progovorili o tome, tada su anđeli postali hit... Ratzinger to dovodi u vezu s duhovnim modama koje se danas vrlo brzo mijenjaju, ali i s određenim zamorom koji je nastao u Crkvi i koji ne dopušta da ono što je potrebno, korisno, lijepo i zanimljivo u pokladu vjere bude izneseno tako da to ljudi današnjega vremena mogu prihvatiti.

U takvoj situaciji nije lako ponuditi kvalitetne vjerske, posebno katehetske sadržaje u medijima, jer publika nije sklona tim sadržajima, a način na koji se ti sadržaji u medijima moraju prikazivati nije u skladu s dosadašnjim načinom crkvene komunikacije. Publika već *a priori* očekuje da će religiozni sadržaj biti prikazan na dosadan, moralistički način... Zato je potrebno razbiti najprije tu predrasudu, da bi ljudi uopće došli na ideju da slušaju ili gledaju neku religioznu emisiju.

Treba reći da se kršćanski stavovi i vrednote možda bolje i efikasnije prenose drugim sadržajima, informacijama i komentarima, koji nisu eksplicitno religiozni, ali odražavaju kršćanski svjetonazor, doneseni su na temelju kršćanskoga svjetonazora.

KOLIKO VJERE U MEDIJU?

Naravno, mediji u vlasništvu crkvenih institucija imat će više vjerskih sadržaja i nastojat će naći načina da ih uvrste. Ali i to ovisi o tipu vjerskog medija. Drukčije će biti u mediju koji se bavi isključivo vjerskim i crkvenim temama, a drukčije u mediju koji ima općeniti karakter, kršćanski značaj dobiva od idejne podloge s koje promatra i komentira događanje. Prije nekoliko godina urednica vjerskog programa na nizozemskoj katoličkoj televiziji KRO rekla je u jednom razgovoru da mora priznati kako se samo sedam posto programa te medijske kuće bavi vjerskim pitanjima. No ta televizija ima u Nizozemskoj položaj javnoga (ne privatnog) medija.

Svjetovalni mediji, posebno oni komercijalni, svode vjersku ponudu na minimum, ako je uopće imaju. U najboljem slučaju oni se služe servisom vjerskih, crkvenih tiskovnih agencija (CNS, KNA, KATHPRESS, IKA), a najčešće o vjerskim događajima izvješćuju prema kratkim izvješćima velikih svjetskih agencija koje obuhvaćaju ono najvažnije i to dosta površno. U nekim zapadnim zemljama postoje crkvene agencije koje pripremaju kratke radijske priloge od minuta i pol do dvije minute i nude ih komercijalnim radiopostajama. No, tu onda dolazi u pitanje kontekst u kojem se takvi prilozima objavljuju, često je njihovo objavljivanje između dvije pjesme nemoralnoga sadržaja kontraproduktivno...

Za sustavnije i opsežnije oblike kateheze nešto su prikladniji tisak i televizija, dok radio zahtijeva kraće i ležernije oblike. Tisak se može služiti tekstem i slikom, te raznim grafičkim efektima, dok je televiziji na raspolaganju (pokretna) slika, riječ i glazba... Stoga prilozima mogu biti opsežniji... Radio pak je danas "usputni" medij, što će reći da ga ljudi slušaju dok se voze autom, dok rade neki posao koji ne traži punu pažnju, dok neobvezno razgovaraju itd. - a na raspolaganju ima samo zvuk. Stoga su za radio zgodni kratki nagovori, dijalozi, emisije kontakta sa slušateljima, talk show, nagradne igre i sl. Dobro treba odmjeriti u koje vrijeme emitirati ozbiljnije razgovore, eseje ili pak radiodrame.

Da bi emisije bile prihvaćene i slušane, moraju biti zabavne... Jer, mediji su ipak u velikoj mjeri sredstvo zabave i razbibrige. Tko sluša radio usput, nije u stanju koncentrirati se punom pažnjom, a tko sjeda zato da bi slušao radio, taj je obično već umoran od svoga dnevnoga posla, pa se želi malo odmoriti uz lijepu glazbu i lagano čavrljanje ili neku jako napetu polemiku, ili možda želi sudjelovati u nagradnoj igri.

VJERA U SVJETOVNIM MEDIJIMA

U hrvatskim medijima vjerski su sadržaji različito uključeni i ovdje ne možemo dati potpuni pregled. Recimo samo da je kod nas spremnost ljudi da čitaju, slušaju i gledaju o vjerskim temama još nešto veća

nego u zapadnim zemljama, no izrazito vjerskoga sadržaja u svjetovnim medijima ima vrlo malo.

Svjetovalni tiskovni mediji su vjerske sadržaje uključili u svoj program, naravno u prvom redu prema svojem interesu, ukoliko vjerska događanja imaju politički i širi društveni značaj. Sama poruka vjere manje je zanimljiva, te je jedva ima, osim možda u intervjuima s crkvenim osobama. Rijetko su ti prilozima baš navjestiteljski. Jedan slučaj navjestiteljskog priloga u dnevnom tiskovnom mediju imamo u "Jutarnjem listu" u kojem se svakodnevno pojavljuje kolumna don Živka Kustića. Vjerskih kolumni ima više u lokalnim, uglavnom tjednim tiskovnim medijima.

Nešto više ćemo reći o elektronskim medijima, ali i tu možemo spomenuti samo one najvažnije pojave, da bi ih se registriralo.

Hrvatska televizija ima posebnu redakciju religijske kulture, koja radi pod vodstvom p. Tončija Trstenjaka. Oni redovito prate vjersko zbivanje za informativni program te pripremaju i prigodne emisije. Subotom u 19 sati imaju emisiju koja obrađuje nedjeljna čitanja pod imenom "U početku bijaše riječ" (p. Trstenjak), nedjeljom u 13,40 mozaičnu informativnu emisiju "Mir i dobro" (urednik: Neno Kužina), te ekumensku emisiju "Duhovni zov" (urednik: Augustin Bašić). Redakcija jednom mjesečno i o velikim blagdanima ostvaruje prijenose svetih misa iz različitih hrvatskih crkvi, a povremeno ima dijaloške emisije o aktualnim vjerskim pitanjima. Lokalni televizijski studiji također prate događanja na crkvenom području.

Prvi program Hrvatskoga radija ima svakog dana u 6,20 sati petminutnu emisiju "Duhovna misao", srijedom u 9,00 sati polsatnu mozaičnu emisiju "Susret u dijalogu". Jedno je vrijeme petkom nakon "Duhovne misli" išla emisija "Evo, sve činim novo", o razrušenim crkvama. No, ta je emisija dokućnuta. Nedjeljom u 11 sati je prijenos svete mise, a inače su prigodne emisije i redoviti prilozima u informativnim emisijama. Vjerskim se temama bavi dvoje novinara pri redakciji kulture, Blaženka Sataić i Ivan

Dukarić Stubičan. Drugi program ima svakodnevno emisiju "Sveci i imendani", a Treći program objavljuje teološke eseje. Lokalne radiopostaje u okviru Hrvatske radiotelevizije imaju jednom tjedno po jednu emisiju kao pripravu za nedjelju, npr. u Splitu takvu emisiju vodi vlč. Mirko Mihalj, a u Rijeci vlč. Anton Šuljić.

Novoosnovane privatne radiopostaje također imaju većinom jednom tjedno emisiju o vjerskim temama, ali ne sve. Opet je to uglavnom vezano uz poruku nedjeljnih čitanja, te župske oglase. Ponegdje se u oblikovanje tih emisija uključuje više okolnih župa, i uglavnom to uređuju svećenici, bilo uz pomoć profesionalnih novinara, bilo svojih amaterskih suradnika. Neke privatne radiopostaje traže da im Crkva plati to vrijeme kao zakup termina. Katolička crkva ne prihvaća plaćanje, ali neke druge kršćanske zajednice prihvaćaju takav aranžman pa plaćaju vrijeme u koje emitiraju svoje priloge. Neke lokalne radiopostaje (npr. Đakovo) nemaju posebne vjerske emisije nego prate crkveno područje kao i sva druga.

Emisije su različite vrsti. Ponegdje dominira nedjeljna propovijed, više ili manje prilagođena za radio, a negdje su emisije dijaloške, tako da se uključuju slušatelji koji postavljaju pitanja i izriču svoja mišljenja. Osim toga, u takve su emisije uključeni i župski oglasni.

VJERA U CRKVENIM MEDIJIMA

Crkveni tiskovni mediji su preopširni da bismo ih mogli ovdje prikazati, no može se reći da su nakon demokratskih promjena ostali uglavnom na vjerskom području. Prošli im je režim to propisivao, a u novim okolnostima nisu imali ni smisla ni snage da zakorače na svjetovno područje, pa da nastane neki katolički dnevnik ili neka velika revija kršćanskog nadahnuća. Bilo je nekih manjih pokušaja, i oni vjerojatno neće prestati, ali zasad nije bilo značajnijega uspjeha.

Prije dvije i pol godine biskupi su osnovali **Hrvatski katolički radio**. S obzirom na to da donedavno nismo imali niti vjerskih emisija u elektronskim medijima, treba reći da je taj radio tek na početku, te da nije

razvio sve što je moguće, niti je postigao kvalitetu koja bi bila poželjna. Ali ima puno raznovrsnih ponuda, koje nastoje biti radiofonične. Smisao je ovog radija da cijelim svojim programom pridonese afirmaciji kršćanskih vrednota, no on ima i mnogo posve vjerskih emisija. Ovdje opisujem stanje u ožujku 1998. godine.

VJERSKE EMISIJE

U dnevnom dijelu programa tu su najprije kratki nagovori: "Riječ za tebe", duhovna misao u 6,10 sati; dosad su govorili uglavnom teolozi, svećenici (Bonaventura Duda, Tomislav Ivančić, Pavao Madžarević...). "Uz jutarnju kavu", razmišljanja jedne laikinja (Dorica Barbić) o svakodnevnim stvarima, sitnicama od kojih se sastoji život.

Emisija "Svijetli trag" (fra Vice Blekić) obrađuje svece dana i značajne ljude iz hrvatske povijesti koji su se na bilo koji način istakli svjedočenjem vjere. "Dodir misli" je emisija za kraj dana, kratke pjesme ili citat uz glazbu za meditaciju prije spavanja (priređuje Ante Peran). Svakoga dana dvaput pozdravljamo Gospu "Angelusom", u 6 sati samo pjesma "Anđeo Gospodnji", a u podne uz pjesmu se pročita koji citat iz Sv. pisma i jedna prikladna molitva. Kratke poučne priče emitirane su jedno vrijeme u 21,50 (autor dr. Jure Zečević), a sada u noćnom programu (autor: Anthony de Mello).

Jedan od oblika kojima se sadržaj vjere želi učiniti "radiofoničnim" ili zanimljivim za suvremene ljude jesu nagradne igre. Svakoga jutra, osim nedjelje, u 7 sati ide "Citat iz Biblije". Iz citata se izostavlja jedna ili više riječi koju slušatelji pogađaju, te oni koji pogode dobivaju nagradu. "Biblijsko-liturgijski leksikon" svaki dan pruža kratke informacije (dvije do tri minute) o nekom pojmu iz Biblije ili liturgije, a subotom je nagradna igra u kojoj slušatelji odgovaraju na pitanja o pojmovima koji su obrađeni tijekom tjedna. Kao nagrade za jedan i za drugi oblik nagradne igre daju se molitve na kartončićima "Kruh života" ili "Za laku noć", u izdanju HKR-a. Uz pomoć tih molitava, u kojima se na svakom kartončiću nalazi jedan biblijski citat s kratkom molitvom, ljudi se opet susreću s biblijskim,

vjerskim sadržajima. Ti kartončići su opet prikladni za igru, tako da djeca prije ručka ili prije spavanja izvuku jedan od 104 kartončića i onda pročitaju molitvu ili pak dodaju neku svoju vlastitu.

Ovo sve dosada ide u okviru vjerskoga programa (urednica Katica Knezović). Svake subote u 11 sati taj program priređuje emisiju "Ususret danu Gospodnjem", u kojoj se slušateljima pruža priprava na poruku sljedeće nedjelje. Nedjeljom se prenosi sv. misa u 8,30 sati.

Negdje nakon 17,30 odnosno 19 sati opada slušanost radija, to je vrijeme kad ljudi gledaju televiziju, pa se pretpostavlja da će u to vrijeme radijske emisije slušati samo oni kojima je stalo do te i takve teme. Stoga u to vrijeme imamo nešto opširnije emisije. To su npr. "Moguća misija" (*voditelj*: Krešimir Sočković) - o misijama i našim hrvatskim misionarima; "Živjeti zajedno" (*voditelj* Tomislav Meštrović) o raznim crkvenim zajednicama i udrugama; "Terra sancta" o hodočašćima u Svetu Zemlju; "Caritas među nama" prati djelovanje Karitasa u našim biskupijama, a emisija "Vi niste sami" (*autor*: Domagoj Pejić) upozorava na probleme hendikepiranih.

U večernjim satima ide emisija: "Teolog u studiju", koja ove godine obrađuje temelje kršćanske vjere u razgovoru s teolozima i u dijalogu sa slušateljima. U kasnijim noćnim satima (nakon 22 sata) emitiraju se zahtjevniji teološki prilozi raznih autora (Tomislav Ivančić, Stjepan Kušar, Nikola Stanković, Ivan Koprek i drugi): "Filozofsko teološki esej" (različite teme: Duh Sveti, Iz ranokršćanske baštine, Kršćanski orijentirani filozofi, Ekumenizam); "Duhovne vježbe u svagdašnjici", "Susreti s Biblijom" (Bonaventura Duda, Tadej Vojnović), "Karmel" - članovi karmelskog reda (Jakov Mamić i drugi) prikazuju duhovnost svoje tradicije povodom 100. godišnjice sv. Male Terezije, "Bezvremeno u vremenu" - likovi kršćanskih duhovnih učitelja; "Duhovnost kršćanskoga Istoka" (Ivan Salmić) itd.

INFORMATIVNE EMISIJE

Informativni program, koji priređuje Informativna katolička agencija IKA (*glavna*

urednica: Suzana Vrhovski), nastoji obuhvatiti sva događanja, s time da on uključuje više vjerskih događanja nego što to čine druge radiopostaje. Samo vjerski karakter imaju još dvije emisije: "Crkva u svijetu", nedjeljom u 11 sati, te prijenos hrvatske emisije "Radio Vaticana", svakodnevno u 19 i repriza u 21,30 sati.

EMISIJE ZA DJECU I MLADE

Ovaj program ima dvije emisije dnevno, te posebne tjedne emisije kao i jednu za srednjoškolce (*urednik*: Joža Prudeus).

Dnevno: U ponedjeljak ujutro na rasporedu je emisija "Mala Biblija" (Sonja Tomić), koja u obliku dijaloga obrađuje biblijske teme za djecu. Emisija "Čarobna ladica" (Lada Lokmer), koja je na rasporedu petkom, nije uvijek vjerskog sadržaja, a obrađuje razne teme na dječji način. U druge dane idu druge, ne uvijek vjerske teme. U korizmi utorkom ide emisija "Dobro djelo na vidjelo" u kojoj se prikazuju dobra djela što su ih izvela djeca. Subotom se emitira šaljiva parodija na horoskop "Skoroskop". Svake večeri emitira se "Pođimo na počinak s blagoslovom". To su molitve koje pišu i čitaju djeca, a voditeljica (Snježana Kirinić) ih prezentira. No uz to se emitiraju i razni drugi sadržaji.

Jednom tjedno na rasporedu je emisija "Četvrtkom o ..." u kojoj se obrađuje neka aktualna tema, među ostalim i pitanja vjeronauka u školi. Emisijom "Sa svih strana subotom..." urednica (Vesna Drsto) održava kontakt sa školama. Radio je uspostavio kontakt sa stotinjak škola koje šalju dječje radove te se redovito javljaju u program.

Za mlade srednjoškolske dobi subotom navečer ide emisija "Šalabahter" (*urednica*: Mirjana Fitz). To je pokušaj emisije koja bi zainteresirala mlade, u kojoj se na ležeran i zabavan način pokušava razgovarati o problemima te dobi, ukazivati na vrednote, poticati na razmišljanje...

EMISIJE O KULTURI

U programu kulture obrađuju se različite teme iz tekućeg događanja na kulturnom području, među njima ima puno vjerskih

tema. Nedjeljom u 15 sati ide emisija "Kultura dijaloga" (*autor*: Divna Čorić), u kojoj se razgovara s ljudima drugih religija ili svjetonazora, kao i dijaloški orijentiranim katolicima. Slično su vjerske teme uključene u emisiju "Povjestice" (*autor*: Snježana Kirinić), u kojoj se obrađuju povijesne teme povodom obljetnica ili spomena povijesnih događanja.

U širem smislu su vjerske, katehetske ili navjesticke i neke druge emisije, npr.: "Na valu dobrote" poziva ljude koji trebaju pomoć svojih bližnjih i one koji su spremni pomoći svojim bližnjima u nevolji te ih se međusobno povezuje; "Idi za srcem" (*autor*: Vesna Živko) potiče slušatelje da pohvale svoje bližnje koji su im učinili nešto dobro; "Slike u bojama" (*autor*: Tomislav Meštrović) razgovori su s poznatim ljudima koje poznajemo ili kao samo "bijele" ili samo "crne", a tijekom razgovora vidi se da u njima ima cijeli spektar "boja". Posebna emisija, "Lice zemlje", bavi se ekologijom, gdje uvijek iznova ima vjerskih tema.

GLAZBA

Važan oblik prenošenja sadržaja na radiju jest glazba. Prijašnja tvrdnja da "okoliš" u današnjim medijima nije prikladan za prenošenje vjerske poruke odnosi se prije svega na glazbu. A kad je riječ o popularnoj duhovnoj glazbi, treba reći da je ima malo kvalitetno izvedene, tako da bi se mogla emitirati zajedno sa svjetovnom glazbom, koja je glazbeno, izvedbeno i tehnički bolja. To je razumljivo, jer je nastajala uglavnom u teškim okolnostima, s mnogo entuzijazma, ali malo materijalnih sredstava. U posljednje vrijeme stanje bolje. Jedan od glavnih ciljeva HKR-a jest upravo poticanje i pomažanje dobre duhovne glazbe. No jednako nam je potrebna dobra zabavna glazba, koja u sebi sadrži vrednote... (a ne da ih razara).

Od glazbenih emisija imamo zasada samo u kasne sate klasičnu glazbu. Pripremamo posebnu emisiju popularne duhovne glazbe u kojoj bi se predstavila i ona glazba koja nije na visokoj profesionalnoj razini.

Naravno, o kvaliteti svih navedenih emisija može se raspravljati. Imamo profesionalno solidno izvedenih emisija, preko

onih koje baš nisu radiofonične, pa do onih koje su na amaterskoj razini. Većina naših suradnika su mladi ljudi koji tek uče, pa rezultate trebamo očekivati za koju godinu.

KAKVI DA BUDU KATOLIČKI MEDIJI?

Kad je riječ o tipu radija, želio bih još donijeti sažetak koncepcije katoličkih radija kako je vidi vrlo uspješna portugalska radiopostaja "Radio Renascenca" (prema materijalima s *Četvrtog skupa Saveza kršćanski radija Europe*, održanog u lipnju 1998. u Fatimi):

- * Katolički mediji trebaju imati najbolje profesionalce;
- * ne smiju se obraćati samo vjernicima, već svim ljudima dobre volje;
- * trebaju privući publiku dovoljno različitim, privlačnim i ugodnim sadržajem;
- * trebaju biti "prijateljsko društvo", sijati radost i omogućiti trenutke rasonode i opuštanja onima koji ih slušaju, gledaju ili čitaju.
Ta su načela dio života i svijeta koje je Bog stvorio i koje nikad nije zamišljao sumornim i dosadnim.
- * Katolički mediji trebaju:
 - sadržavati istinitu, objektivnu i poštenu obavijest,
 - reagirati svaki put kad to pravednost i zajedničko dobro zahtijevaju,
 - promicati rasprave kao neophodan prilog u stvaranju jasnog javnog mišljenja,
 - imati emisije ili članke iz kulture i odgoja,
 - imati glazbu, šport i igre koje su zanimljive širokoj publici.
Budući da ti ciljevi nisu različiti od ciljeva laičkih medija, po čemu se katolički mediji razlikuju?
- * Nije bitno da su katolički mediji u vlasništvu Crkve, već da ih vode odgovorni ljudi koji znaju što znači vjerovati u Boga;
- * Moraju širiti kršćanski pogled na život i svijet **cjelokupnim svojim programom.**
- * U skladu s glavnom porukom - Evanđeljem, katolički mediji treba da emitiraju ili objavljuju kratke poruke, misli i pripovijesti nadahnute kršćanskim humanizmom.

- * Jednako je tako važno priređivati kratke izvještaje s etičkom i moralnom analizom značajnijih događaja iz svakodnevice.
- * Katolički mediji, vođeni vjernicima koji ne skrivaju i ne zaboravljaju da su kršćani, moraju dati značajno mjesto crkvenim vijestima i posebno vjerskim programima ili člancima.
- * Sve to treba primijeniti u pravom trenutku na pravi način vodeći računa o sadržajima programa za ciljanu publiku, bilo za široko slušateljstvo, bilo za najzainteresiranije vjernike.
- * Kako katolički mediji imaju i društveni cilj, moraju biti spremni podržati sve akcije socijalne solidarnosti vođene ne samo katoličkim institucijama i pokretima, nego i ostalim nevjerskim organizacijama angažiranim u dobrotvornim nakanama.
- * Katolički mediji moraju biti za Crkvu ne samo komunikacijska sredstva, vrlo djelotvorna u prenošenju kršćanskog pogleda na svijet nego i sredstva koja pomažu u stvaranju javnog mišljenja u kojem će biti živa svijest o duhovnim vrijednostima života.

Kad bismo usporedili koncepciju HKR-a s ovim pristupom, uglavnom bi se to poklopilo. No budući da je HKR tek na početku, ne može ostvariti sve ono što se ovdje želi, npr. da ima najbolje profesionalce; njih treba tek stvoriti. Isto tako ne može dovoljno kvalitetno pokrivati aktualne događaje.

PROVALA NEPROFESIONALNOSTI

No, jedan od glavnih problema radijskoga medija danas jest da profesionalnost nije garancija uspjeha. S jedne strane, razlog tome

je pojava velikog broja novih privatnih, komercijalnih radiopostaja na lokalnoj i državnoj razini. A s druge strane, i slušatelji ne žele čuti uvijek savršeno izvedene emisije, po svim pravilima i bez pogreške. Takve su emisije dosadne i zamorne. No, niti nespretno mucanje nije poželjno. Okretni i prirodni dijalog, ležeran i zanimljiv govor, što bliži svakodnevnom razgovoru jest nešto najpoželjnije. To mogu pružiti talenti koji su spremni učiti i stalno napredovati. Takvi su ljudi rijetki i imaju svoju cijenu. A toga mi iz Crkve nismo uvijek svjesni. Ne može se stvoriti dobre medije bez dovoljnoga materijalnog ulaganja.

CILJ MEDIJA

“Zajedništvo i napredak sporazumijevanja među ljudima je prvi cilj medija i sredstava kojima se služe”, kaže crkveni dokument *Communio et progressio* (br. 1). Crkveni dokumenti pozivaju danas katolike na veće korištenje medija. Premda je vrlo česta frustracija glede odnosa Crkve i modernih medija, ipak u svijetu ima uspješnih primjera katoličkog djelovanja u medijima. U ekspanziji novih medija, kompjutora, interneta, interaktivnih programa i sl. nema druge nego uložiti još veće napore, više ljudi i više financijskih sredstava. Jer, čega danas nema u medijima, toga nema ni u svijesti ljudi. To vrijedi i za poruku Evandjelja i za crkveno događanje.

I na ovom skupu treba naglasiti potrebu za mnogo većom i trajnom suradnjom medija sa školom i Crkvom, jer se samo zajedničkim snagama može mladim ljudima pružiti odgoj i zabava koja ih neće trovati, nego odgajati i oblikovati u kršćanskom duhu.