

ULOGA DIDAKTIČKIH MEDIJA U RELIGIOZKOM ODGOJU I KATEHEZI ODRASLIH

VINE MIHALJEVIĆ
Studio KS
Savska 163
10000 Zagreb

Pregledni članak
Primljeno 9. 9. 1996.
UDK 268-053.8
371.333:268-053.8

Sažetak

Didaktički mediji su konstitutivni element opće didaktike (cilj, sadržaj, metoda i mediji) i imaju osim dodatne i didaktičke funkcije (npr. motiviranje, aktivno sudjelovanje, komunikacija, stvaralačko djelovanje i druge) u procesu učenja. Imaju informativnu i komunikacijsku dimenziju s ciljem odgoja i obrazovanja. Dije se na više načina, a podjela prema stupnju apstrakcije prikazivanja stvarnosti E. Dalea je jedna od najpoznatijih. U ovom kontekstu mediji su važni i za religijski odgoj i katehezu uopće kao i za religijski odgoj i katehezu odraslih. Oni uprisutnjuju i restituiraju odsutne stvarnosti, čine ih zornima i stvaraju osjećajni odnos u komunikacijskom partneru koji se, u određenim slučajevima, i identificira s akterima ponuđenog sadržaja. Mediji, zatim, pomažu odgoju religijske imaginacije koja se utemeljuje na povijesnoj Inkarnaciji Riječi, u Isusu Kristu. Mediji izgrađuju govor vjere, senzibiliziraju temeljnim ljudskim iskustvima i otkrivaju religijsko/vjerske dimenzije u životu. U religijskom odgoju i katehezi odraslih, otvorenima za permanentni odgoj uz motivaciju i poštivanje, savjetuju se tzv. "otvoreni mediji" koji omogućuju odraslima u procesu odgoja i kateheze preradu sadržaja, donošenje samostalnih zaključaka, diskusiju, nova iskustva i spoznaje. Na taj način odrasli stvaraju odgovorno i zrelo religijsko/vjersko mišljenje koje ih osposobljava za svjedočenje i praktično kršćansko življenje.

Medijska didaktika

Mediji/sredstva za učenje su svi predmeti i svi aparati koji posreduju vještine, načine komuniciranja i informaciju na osjećajni, iskustveni i prije svega vizualni ili auditivni način. Didaktički medij je povezan s objektima učenja, naime prenošenje informacija za učenje (teachware) i upotrebu određenih medija koji prenose informacije (hardware). Naime, povezan je s pojmom didaktičke objektivnosti i s ulogom sredstava u samom procesu učenja.¹ Medij pripada "tehnologiji učenja", a može biti i predmetom spoznaje u razvoju same tehnologije.² "Tehnologija učenja" didaktički se dalje dijeli na hardware (strojevi, medij) i software (program, tekst, film). Didaktika medija je planska primjena medija u procesu odgoja i ob-

razovanja, a u pedagogiji medija oni su objekt učenja pod čim se poglavito misli na televiziju i film i tzv. nove medije (računalo).³ Didaktika medija je integralni dio opće

- 1 Usp. F. MAURER, *Lehren und Lernen mit Medien. Eine Übersicht*, u: H. HALBFAS - R. MAURER - W. POPO (ur.), *Neuorientierung des Primarbereichs*, Bd. 5: Lernwelten und Medien, Klett, Stuttgart 1976, str. 24-25; usp. B. WEIDENMANN, *Mediendidaktik*, u: H.J. KAGELMANN - G. WENNINGER (ur.), *Medienpsychologie. Ein Handbuch u.a.*, Urban & Schwarzenberg 1982, str. 84-85.
- 2 F. MAURER, *Lehren und Lernen mit Medien*, str. 22.
- 3 K. LUSCHER, *Medienpädagogik*, u: U. RUH - D. SEEGER - R. WALTER (ur.), *Handwörterbuch religiöser Gegenwartsfragen*, Herder, Freiburg - Basel - Wien, 1989, str. 261-265, ovdje str. 261.

didaktike s elementima: svrha, sadržaj, metoda, mediji i kontrola koji su međusobno čvrsto povezani i nalaze se u relaciji međuisobnosti.⁴ Mediji su jednostavno osnovna dimenzija cjelokupnog odgoja.⁵

U procesu učenja mediji se koriste u dvije bitne situacije kao dodatak učenju (enrichment function) ili mediji poprimaju didaktičke funkcije (Direct teaching function) kao motivacija, aktivno sudjelovanje, interpretacija, aktualizacija, vizualizacija, prenošenje, racionalizacija, objektivizacija, strukturiranje, razlikovanje, interakcija, komunikacija i samoodgoj.⁶

Postoje razne podjele medija za učenje. Tako npr. postoje mediji koji ne produciraju sliku, mediji koji produciraju sliku i zvučni mediji⁷ ili pak postoji podjela medija na razini tehnologije učenja: hardware i software. Daljnja podjela na razini hardwarea je na originalne i aparatski predstavljene

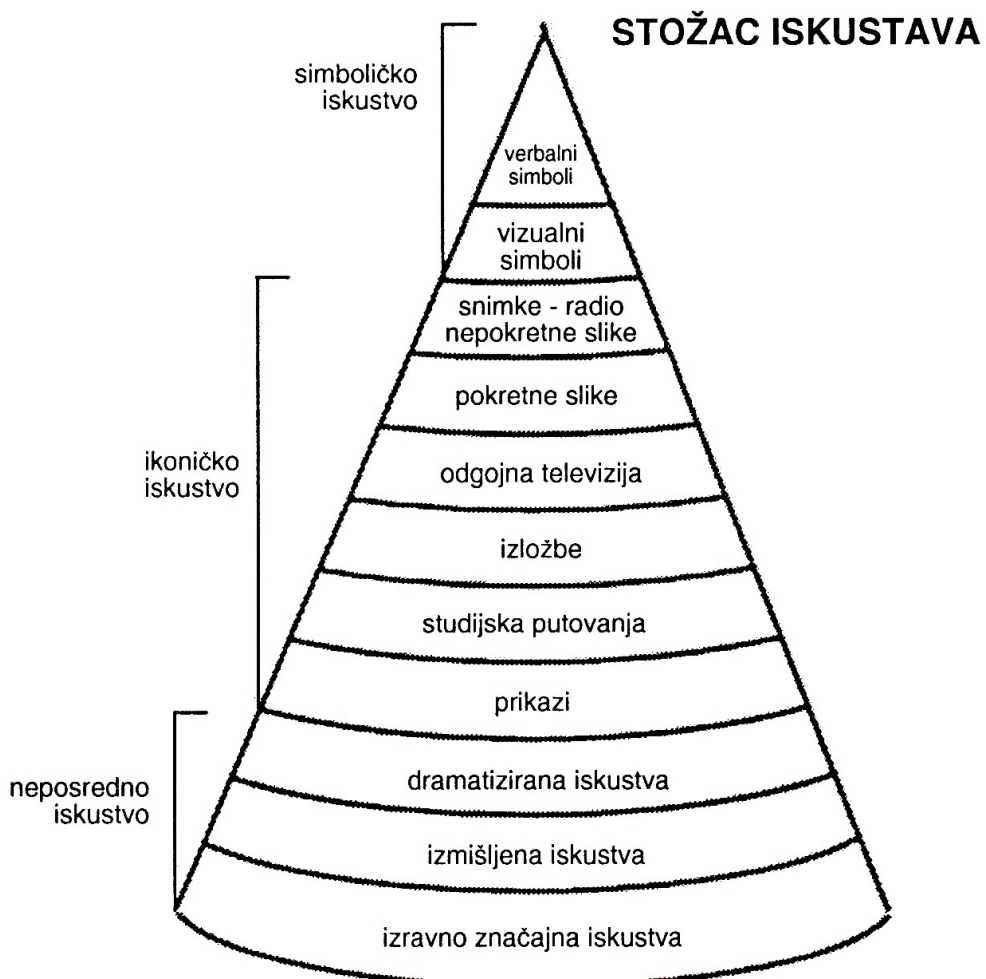
medije za učenje, a na razini softwarea je podjela prema načinu dekodiranja, prema osjetilima i prema stupnju blizine stvarnosti. To znači je li sadržaj za učenje stvarno, slikovito ili simbolično predstavljen, zatim je li sadržaj vizualan, auditivan ili audiovizualan te na kraju stupanj apstrakcije stvarnosti E. Dalea poznat kao "Cone of Experience" (*Stožac iskustava*).

4 Usp. K. W. DÖRING, *Lehren in der Erwachsenenbildung*, Beltz, Weinheim - Basel 1983, 231-235, str. 247; G. STAUDIGL, *Medien*, u: F. WEIDMANN (ur.), *Didaktik des Religionsunterrichts*, Ein Leitfaden von E. FEIFEL, J. HEPP, B. ORT, G. STAUDIGL, F. WEIDMANN, Ludwig Auer GmbH, Donauwörth 1988, str. 230.

5 Usp. R. FUNIOK, *Grundzüge einer Fernseh-(selbst)erziehung Erwachsener*, u: "Communicatio socialis" 16(1983)1,1-19.

6 Usp. K. DÖRING, *Lehren in der Erwachsenenbildung*, str. 223.

7 Usp. M. PELLERREY, *Progettazione didattica*, SEI, Torino 1987, str. 254-260.



E. DALE, *Audiovisual Methods in Teaching*, New York, The Dryden Press, Holt Rinehart and Winston Inc., 1969.

Teorija E. Dalea je jedna od poznatijih teorija o medijima za učenje. Riječ je o klasifikaciji sredstava prema stupnju apstrakcije stvarnosti. U toj teoriji sredstva predstavljaju realne situacije i podijeljena su prema stupnju apstrakcije realnih situacija. Realne situacije su predstavljene na simulativan, ikoničan i simboličan način. Simulativno predstavljanje je konkretno iskustvo, npr. posjet nekoj galeriji. Ikonično predstavljanje je udaljenije od stvarnosti nego simulacija i predstavlja realne situacije pomoću sredstava (audio i vizualno). Simbolično predstavljanje označava realne situacije pomoću brojeva i znakova.⁸

Mediji u procesu učenja imaju informativni i komunikativni karakter. Ilustriraju ili elaboriraju objekt učenja, stimuliraju komunikaciju između razuma i osjećaja u samom učeniku kao i komunikaciju pojedinca i grupe te potiču na komunikacijsko djelovanje. U teoriji učenja mediji optimalno, racionalno i efikasno prenose informaciju, a u teoriji emancipacije sredstva su prenosnici komunikacije između učitelja i učenika čije su karakteristike komunikacija i djelovanje. Na taj način mediji imaju odgojno-komunikativnu funkciju u procesu učenja.⁹

Primjena medija u odgoju i obrazovanju pridonosi razvoju mišljenja

Psiholozi i pedagozi slažu se da audio, vizualno i audiovizualno imaju opravdanje u procesu učenja u izgradnji pojma "mišljenje". Jan Amos Komensky povezuje pojam mišljenja s pamćenjem i rasuđivanjem, a Pestalozzi ga naziva "temeljem spoznaje".¹⁰ Ovaj pojam je nastao u pedagogijskom realizmu kod Pestalozzija koji naglašava povratak stvari i promatranje u kontekstu filozofskog empirizma (J. Locke). "Mišljenje" označava vidjeti stvari u sebi, ali ne u njihovim ilustracijama ili u njihovim predstavljanjima.

U pedagogiji treba, naime, razlikovati dva temeljna pojma: iskustvo i mišljenje koji su se razvili iz kazališnih predstava u staroj Grčkoj. Naime, tu postoje dva aktera: glumac (agonist) na pozornici i gledalac, promatrač (ant-agonist). Agonist ima iskustvo: iskustvo života ili smrti, potpuno

je zainteresiran za odluke koje donosi. Antagonist, gledalac, zaštićen je od prisilnog djelovanja, ne stavlja svoju egzistenciju u igru, distanciran je prostorno, vremenski i emocionalno, razmišlja o događanjima na pozornici, stvara o tome mišljenje. Ne radi se o donošenju odluka, kao kod agonista, nego o intelektualnom, akademskom i teoretskom interesu. Upravo taj antagonizam iskustva i motrenja (mišljenja) obilježava povijesni duhovni hod Zapada: filozofija i politika kod Platona, muze i životna stvarnost kod Aristotela, molitva (meditacija) i rad kod mistika te teorija i praksa kod Kanta.

U ovom kontekstu govorimo s jedne strane o pomoćnim medijima, pomagalicama, koja skupljaju i proširuju iskustva kao npr. mikroskop, a s druge strane o komunikacijskim medijima koji izgrađuju mišljenje. Prema ranijem poimanju mediji za izgradnju, odgoj mišljenja primjenjivali su se kad je stvarnost za učenje bila odsutna. Danas je njihova primjena veća i omogućuje svestrani odnos s predmetom i s djelovanjem. Naime, mediji su "restitucija" ili skraćena zorno prikazana nadopuna cijele stvarnosti. Didaktičke vrijednosti ovih medija za učenje mjere se po blizini prikazivanja stvarnosti: film u boji, crno-bijeli film, nijemi film, fotografija, ilustracija, crtež i akustička sredstva. Vrednovanje medija za odgoj mišljenja sastoji se u funkciji identifikacije odnosno predstavljanja. Zato ti mediji nisu samo nadopuna stvarnosti koja nam nije na raspolaganju, nego mediji izgrađuju mišljenje. Njihova je bitna zadaća: izgrađivati ljudsko mišljenje i djelovanje. U ovom kontekstu mediji imaju "funkciju distance" i "funkciju izolacije". Prva stvara distancu između mjesta, vremena i osjećaja određene

8 Usp. B. WEIDEMANN, *Mediendidaktik*, 85; F. MAURER, *Lehren und Lernen mit Medien*, str. 27-29.

9 Usp. K. DERA (ur.), *Lernen für die Praxis: Medien, Techniken, Methoden*, M. Hüber, München 1983, str. 187-200.

10 K. G. PÖPPEL, *Anschaung*, u: H. HEINRICHS (ur.), *Lexikon der audio-visuellen Bildungsmittel*, Kösel-Verlag, München 1971, str. 8.

nog iskustva, a druga pomaže shvatiti složenu situaciju "korak po korak".¹¹

Mediji u religioznom odgoju i katehezi odraslih

Mediji se upotrebljavaju i u religioznom odgoju i katehezi u raznim metodičkim pristupima i dio su cjelokupnog religioznog i katehetskog planiranja: izbora ciljeva, sadržaja, metoda i komunikacijskih medija.¹² Potrebna je, kako navode svi crkveni dokumenti¹³, izobrazba i odgoj za komunikaciju kao i integracija medija u proces religioznog odgoja i kateheze¹⁴. U procesu religioznog obrazovanja i kateheze treba napraviti izbor određenih medija koji postižu postavljene ciljeve i sadržaje i koji promoviraju stvaralačko i komunikacijsko religiozno/vjersko djelovanje. Naime, mediji moraju odgovarati samim ciljevima i sadržajima religioznog odgoja i kateheze. Pritom treba voditi računa "o prikladnosti medija za poticanje aktivnosti i stvaralaštva; o njihovoj primjerenosti s obzirom na dob i druge aktivnosti katehiziranih; o kvaliteti medija s obzirom na njihov sadržaj i njihovu dostatnu estetsku i tehničku vrijednost; o 'multimedijском pristupu' tj. o potrebi da se u vjeronaučnim i drugim katehetskim susretima primjenjuju različiti mediji, i dr."¹⁵. Važniji mediji koji potiču aktivnost i stvaralaštvo u religioznom odgoju i katehezi jesu "vizualni mediji (slika, crtež, dijapozitivi i sl.), auditivni (npr. glazba), audiovizualni mediji (film, televizija i slični mediji u kojima dolazi do izražaja zvuk, slika i riječ), tiskani i slični mediji kojima se prenosi pisana riječ, razni aparati, instrumenti i druga tehnička sredstva, različiti materijali i sredstva za likovno, glazbeno, scensko i druge oblike istraživanja"¹⁶. Način medijskog komuniciranja s jedne strane odgovara, koincidira s izborom me-

Zagreb 1975, str. 335-343; ISTI, *Tipovi komunikacije u katehezi*, u: *Permanentni odgoj kršćanske zajednice*, Kršćanska sadašnjost, Zagreb 1977, str. 167-177; ISTI, *Katehetsko-komunikacijski pristupi u susretu s biblijskim tekstovima*, u: "Diacovensia. Teološki prilozi" 2(1994)1, 110-145, ovdje 121s; ISTI, *Duhovno-kulturno obzorje hrvatske početnice*, u: A. G. ŠABIĆ - J. BARIČEVIĆ - I. VITEZ i suradnici, *Priručnik uz hrvatsku početnicu. Prinosi metodici početnoga čitanja i pisanja*, Školska knjiga, Zagreb 1995, str. 9-31; Ž. PIVAC *Neke specifičnosti vjeronaučne metodike*, u: *Vjeronauk u duhovnoj obnovi Republike Hrvatske*, Zbornik radova, Pastoralna knjižnica br. 4, Split 1992, str. 77-85; R. PALOŠ, *Medijska kultura u katehezi*, u: "Kateheza" 7(1985)3, 61-71.

- 13 Tako dekret "Inter Mirifica" br. 15. navodi: "da bi se udovoljilo upravo iznesenim potrebama, potrebno je blagovremeno izučiti svećenike, redovnike i laike koji će posjedovati potrebnu spremu u upotrebi tih sredstava u apostolske svrhe" u: II. VATIKANSKI KONCIL, *Dokumenti*, Kršćanska sadašnjost, Zagreb 1996, 83. A nupatak o sredstvima društvenog priopćavanja "Communio et Progressio" u br. 63. navodi: "Stoga svi koji se koriste tim sredstvima, bilo kao prenosioci ili primatelji, trebaju biti prikladno poučeni i obrazovani kako bi ta sredstva što bolje mogli iskoristiti", u: PAPINSKO VIJEĆE ZA SREDSTVA DRUŠTVENOG PRIOPĆAVANJA, *Communio et Progressio*, Dokumenti 36, Kršćanska sadašnjost, Zagreb /s.d./, str. 29. Korisno je navesti i posebni broj "Medienpraxis" Grundlagen 6 - ZENTRALSTELLE DER DEUTSCHEN BISCHOFSKONFERENZ, *Kirche und Kommunikation*, (Zum bleibenden Aktualität von *Communio et progressio*. Sonderheft zum Welttag der Sozialen Kommunikationsmittel 1991), Referat Kommunikationspädagogik, Bonn 1991. I najnovija pastoralna uputa "Aetatis novae" u br. 18. kaže: "Odgoj i formacija za komunikaciju moraju biti integralni dio formacije pastoralnih radnika i svećenika", u: PAPINSKI SAVJET ZA SREDSTVA JAVNOG PRIOPĆAVANJA, Pastoralna uputa *Nadolaskom novoga doba "Aetatis novae" o društvenoj komunikaciji dvadeset godina nakon "Communio et Progressio"*, "Dokumenti" - 98, Kršćanska sadašnjost, Zagreb 1992, 29.
- 14 B. HOFFMANN, *Medien und religiöses Lernen*, u: "Katechetische Blätter" 116(1991)7-8, 473.
- 15 Usp. BISKUPI JUGOSLAVIJE, *Radosno navještanje Evandjelja. Temeljne smjernice o obnovi religioznog odgoja i kateheze*, Kršćanska sadašnjost, Zagreb 1983, 49 (skraćeni RNE); RADNA GRUPA ZA OSNOVNU ŠKOLU KOMISIJE KATEHETSKOG VIJEĆA BISKUPSKOJE KONFERENCIJE JUGOSLAVIJE ZA KATEHETSKI PLAN I PROGRAM, *Plan i program katoličkog vjerskog odgoja i obrazovanja u osnovnoj školi. Vjeronaučni program za srednje škole (opće upute)*, u: *Plan i program vjerskog odgoja i obrazovanja*, u: "Glasnik Ministarstva prosvjete i kulture Republike Hrvatske, posebno izdanje Nastavni planovi i programi, str. 13.
- 16 RNE, 49.

11 W. MEMMERT, *Anschauung und Anschauungsmittel*, u: H. HALBFAS - F. MAURER - W. POPP (ur.), *Neuorientierung des Primarbereichs. Sv. 5. Lernwelten und Medien*, Klett, Stuttgart 1976, str. 43-52.

12 Usp. J. BARIČEVIĆ, *Audiovizualni govor i vjera*, u: *Odgoj djece u vjeri u kršćanskoj zajednici*. Zbornik IV. KLJS, Kršćanska sadašnjost,

todičkog pristupa u religioznom odgoju i katehezi koji "omogućuje istinsko i stvaralačko, ljudsko i vjermičko, osobno i zajedničko komuniciranje sa sadržajima evanđeoske poruke"¹⁷. Ako se, naime, shvati način i medij kojim se komunicira religiozni odgoj i kateheza, onda se bolje razumije i sâm sadržaj odgoja i kateheze, odnosno sama religija i vjera.

Korištenje komunikacijskih medija u religioznom učenju i katehezi olakšava zorni pristup stvarnosti. Religiozni odgoj i kateheza koncentrirani su na religiozne fenomene i na govor o iskustvima. Mnoga iskustva nisu nam dostupna osim putem komunikacijskog medija npr. filma koji predstavlja iskustvo misionara (misijsko iskustvo o. Ante Gabrića ili Majke Terezije). U ovom pedagozijskom procesu zorna stvarnost posredovana putem medija pomaže cjelovitom shvaćanju iskustva, ali i potiče na osobno izgrađivanje, meditaciju posredovane stvarnosti, iskustva. Naime, medijsko posredovanje stvarnosti, iskustva, postaje djelotvorno, iako se radi samo o motrenju, gledanju filma¹⁸.

Komunikacijski medij, film, pridonosi "vježbanju biti prisutan" ("Einübung ins Dasein") koje je tipično za religiozni odgoj i katehezu. Naime, radi se o konfrontaciji stvarno i vjerno prikazanog s predodžbama pojedinca uključenog u religioznu formaciju. Film simulacijama nudi temeljne situacije ljudskog života i modele ponašanja te inicira raspravu o motivima određenog ponašanja kao i kršćanske odgovore. Cilj ovih vježbi sastoji se u sučeljavanju kršćanskog temeljnog ponašanja s predodžbenim svijetom vjeroučenika. Komunikacijski medij zatim pomaže boljem shvaćanju odnosa i struktura ponašanja. Medij posreduje impulse i motivacije za transfer, naime, povezivanja sadržaja prikazanog u mediju s vlastitim iskustvom.¹⁹

Mediji, nadalje, potiču na solidarnost, suradnju i promoviraju kreativno sudjelovanje u postizanju religijsko-katehetskih didaktičkih ciljeva.²⁰ U religioznom odgoju i katehezi komunikacijski mediji upotrebljavaju naraciju, simbole i dramaturgiju primjenjujući metodologiju "simboličkog puta" i "odgoja vjerskih osjećaja"²¹.

Mediji u religioznom odgoju i katehezi pomažu rastu i zrelosti u religiji/vjeri specifičnim načinom "putem imaginacije i osjećaja".²² Imaginacija je bitno vezana uz osjećaj i želju. Ne pripada samo razumu, nego ima i egzistencijalni angažman.²³ Karakteristično je za imaginaciju sposobnost fiksiranja, proizvođenja i kombiniranja predmeta ili pojava koji su samo perceptivni, kao da su trenutno prisutni u svijesti dok su odsutni neovisno o njihovoj realnoj ili fiktivnoj egzistenciji. Religijska imaginacija pretpostavlja odgoj čovjekove percepcije, senzornog sustava i razuma. Bitnu ulogu u religioznoj imaginaciji ima slika koju čovjek ima o sebi, svojoj egzistenciji, bivovanju u svijetu. Svojestvenost slike je evociranje stvarnosti predstavljene po sličnosti ili identičnosti. Slike koje intencionalno predstavljaju događaje u pojedincu ili grupi, prema sličnosti ili identičnosti, općenito se nazivaju ikonama i povezane su s događajima u povijesti. Ne ulazeći u dublju razradu međuodnosa simbola, slike, percepcije, memorije s jedne i imaginacije s druge strane, možemo kazati: religijska kršćanska imaginacija pospješuje susret s Bogom, koji je postao čovjekom u povijesti.

17 RNE, 50; RADNA GRUPA ZA OSNOVNU ŠKOLU KOMISIJE KATEHETSKOG VIJEĆA BISKUPSKE KONFERENCIJE JUGOSLAVIJE ZA KATEHETSKI PLAN I PROGRAM, *Plan i program katoličkog vjerskog odgoja i obrazovanja u osnovnoj školi. Vjeronaučni program za srednje škole (opće upute)*, u: *Plan i program vjerskog odgoja i obrazovanja*, str. 14.

18 Usp. G. STAUDIGL, *Medien*, 243: "Wirklichkeit veranschaulichen meint hier den spezifisch pädagogischen Vorgang des 'bildhaften Weltinnewerdens und die daraus resultierende Inhalte, die über den Akt des Anschauens hinaus als Anschauungsergebnis wirksam bleiben."

19 Usp. G. STAUDIGL, *Medien*, str. 243-244.

20 F. LEVER, *Audiovisivo e catechesi. Quale audiovisivo, per quale catechesi*, u: "Orientamenti pedagogici" 28(1981),589-605.

21 P. BABIN, *Audiovizualno*, u: M. PRANJIC (ur.), *Religijskopedagoško-katehetski leksikon*, Katehetski salezijanski centar, Zagreb 1971, str. 42-46.

22 P. BABIN, *La catechesi nell'era della comunicazione*, Elle Di Ci, Leumann (To) 1989, str. 82, 92-97.

23 Usp. I. FERNANDEZ, *Immaginazione e simboli*, u: "Communio" 108(1989)11-12,18.

Naime, kršćanski odgoj imaginacije je kristološko predstavljanje slike koje garantira autentičnost Riječi i Slike, posredstvom Inkarnacije, objavljene čovjekovim očima i ušima.²⁴

Kako smo vidjeli, postoje različite funkcije medija u religioznom odgoju i katehezi. Prema materijalima koje su napisali Täubl i May za izobrazbu i odgoj vjeroučitelja navest ćemo još neke funkcije medija i njihove upotrebe u religioznom odgoju i katehezi. Täubl promatra ulogu medija u kontekstu religiozne komunikacije koja ima tri etape: informacija, diskusija (razgovor) i orijentacija (prema Bibliji, teologiji i Crkvi). Zato je funkcija medija, među ostalim, stvaranje govora o vjeri, prezentiranje biblijskih i kršćanskih običaja, senzibilizacija temeljnim ljudskim iskustvima, otkrivanje religijske/vjerske dimenzije života, iznošenje drugih svjetonazora i razvijanje kritičke tolerancije prema njima. Navedeni autori ulogu medija promatraju između dva pola koji odgovaraju dvjema teorijama kateheze: katehezi orijentiranoj na aktualne društvene i osobne probleme i katehezi orijentiranoj na tradiciju. Uloga medija koja odgovara sadržajima, ciljevima i metodama ovih katehetskih teorija može se opisati pojmovima situacija i pozicija. Situacija označava predstavljanje konkretne situacije i iz predstavljanja situacije prelazi se u poziciju interpretacije. I zato autori formuliraju ulogu medija u religioznom odgoju i katehezi: nude osjećajne aspekte moguće ili stvarne situacije i pozicije.²⁵

Posebnu brigu treba posvetiti religioznom odgoju i katehezi odraslih koja je postala katehetskim prioritetom.²⁶ Odrasli su naime, kako je pokazala andragogija, otvoreni prema permanentnom odgoju i spremni na nj sve do duboke starosti s time da su motivirani, autonomni i poštivani u svom biću i da im je ponuđen adekvatan odgojni program.

U religijskom i katehetskom odgoju odraslih ulogu komunikacijskih medija je učinkovita, ali i osjetljiva.²⁷ Mediji odgovaraju ciljevima i sadržajima kateheze za odrasle, odnosno katehezi orijentiranoj na konkretno iskustvo, na životne probleme i

samoodređivanje odraslih. U religioznom odgoju i katehezi odraslih savjetuje se rad s tzv. otvorenim medijima. Naime, medijima koji ostavljaju odraslima prostor za razgovore, prerađivanje sadržaja, novo restrukturiranje misli kao i nova iskustva i spoznaje.²⁸

- 24 Usp. S. BABOLIN, *L'educazione religiosa dell'immaginazione*, u: "Communio" 108(1989)-11-12,20-26; *Mass Media and the Religious Imagination, Research trends in Religious Communication*, A Quarterly Information Service from the Centre for the Study of Communication and Culture, 8(1987)1,9-16. Ovdje bih želio navesti neke od karakteristika fenomenologije slike u religijskom odgoju: trebaju predstavljati povijesnost, crkvenu tradiciju religije/vjere; izražavati kristološku strukturu religije/vjere; postavljati pitanja o čovjeku i bližnjemu koji se prihvaća; približavaju stvaranje stvorenomu i pozivaju na ozdravljenje, oslobađanje, spasenje; provociraju proročku viziju budućnosti; simboliziraju teološke sadržaje i predstavljaju ih razumu na shvatljiv način; tematiziraju ono bitno što pokreće čovjeka; predstavljaju Božje karakteristike: ljubav i prijateljstvo u životu; govore o zajedništvu, stvaralačkim inicijativama u igri i postavljaju pitanja smisla čovjekova života i na kraju govore o Bogu. Usp. W. DIETRICH, *Religion visuell*, u: F. JOHANNSEN (ur.), *Religion im Bild*, Vandenhoeck & Ruprecht, Göttingen, 1981, str. 35-52.
- 25 Usp. A. TÄUBL - H. MAY, *Fortbildungskurs AV-Medien - Fach Religion*, Institut für Film und Bild in Wissenschaft und Unterricht, Bavaria-Film, Grünwald.
- 26 CONSIGLIO INTERNAZIONALE PER LA CATECHESI, *La catechesi degli adulti nella comunità cristiana. Alcune linee e orientamenti*, u: "Catechesi" 59(1990)9, 31-45, ovdje 42; RNE, 60: "Katehezi odraslih i njihovoj kršćanskoj i religioznoj kulturi ... valja posvetiti posebnu brigu, jer su odrasli sposobni da u punoj odgovornosti prihvate vjeru kao svoje trajno životno opredjeljenje i jer su oni u najpotpunijem smislu pozvani da u svom obiteljskom i profesionalnom životu naviještaju Evanđelje i da sudjeluju u vjerničkom odgoju djece, mladih i ostalih članova kršćanske zajednice."
- 27 CONSIGLIO INTERNAZIONALE PER LA CATECHESI, *La catechesi degli adulti nella comunità cristiana. Alcune linee e orientamenti*, 42. Među komunikacijskim medijima za religiozni odgoj i katehezu odraslih važno mjesto pripada tisku, radiju, televiziji, kao i video-rekorderima, kasetofonima, filmovima, crtanim filmovima i drugim minisredstvima. I zato treba promicati aktivno i kompetentno sudjelovanje laika katolika u uredima informacija i u produkciji kvalitetnih pomagala.
- 28 K. DERA, *Über den Umgang mit Medien*, u: K. R. MÖLLER (ur.), *Kurs- und Seminargestaltung. Ein Handbuch für Dozentinnen und Kursleiter*, M. Hüber, München 1983, str. 162-174, ovdje str.

Na taj način odrasli, pomoću komunikacijskih medija, uče nove spoznaje, proširuju svoje kompetencije, sposobnosti zapažanja, refleksije i djelovanja i osmišljavaju svoj odnos prema Bogu, čovjeku i prema samome sebi.

Manjkavost funkcionalnog i tehničkog iskustva danas povećava zanimanje za osposobljavanje razumijevanja simbola i simboličnog djelovanja u svakidašnjem životu.²⁹ Posebnu pozornost treba posvetiti senzibilizaciji i učenju biblijskih i kršćanskih simbola u religioznom odgoju i katehezi odraslih³⁰ da bi ih se osposobilo za čitanje znakova vremena i kršćansko osobno svjedočenje u praktičnom življenju.

Zaključak

Mediji su, dakle, nezaobilazni u odgoju i obrazovanju i integralni su dio u procesu religioznog odgoja i kateheze. Komunikacijski mediji zorno prikazuju, restituiraju odsutne stvarnosti, nude informaciju, senzibiliziraju temeljnim ljudskim iskustvima, razvijaju govor o vjeri i konzekventno razvijaju osobno, odgovorno i kreativno djelovanje. Mediji, zatim, odgajaju religijsku/vjersku imaginaciju koja ima uporišnu točku u povijesnoj Inkarnaciji Riječi, objavi Boga u Isusu Kristu. Odraslina u religioznom odgoju i katehezi otvorena sredstva ostavljaju prostor aktivnog i kreativnog sudjelovanja, organizacije i refleksije sadržaja. Ovi komunikacijski mediji orijentirani su na konkretno iskustvo, na životne probleme, smisao života i autodeterminaciju odraslih. Pomažu odraslina da izraze i prošire vlastito mišljenje i da vrednuju probleme svakodnevnog života na temelju iskustva. I na kraju, mediji provociraju stav i pomažu stvaranju religioznog/vjerskog mišljenja koje vodi zrelijem prihvaćanju i praktičnom življenju vjere odraslih u njihovom služenju Bogu i čovjeku. U religioznom odgoju i katehezi, putem komunikaci-

jskih medija, uz antropogene i kulturno-društvene aspekte, te ciljeve, sadržaje i metode pojedinih pristupa, posebnu pozornost treba posvetiti učenju biblijskih i kršćanskih simbola i njihovom značenju za smisao kršćanskog života.

- 168; E. BIEGER, K. HINKELMANN, S. LICHTENDAHL, J. MUGGE, L. SCHMALZRIEDET, *Spielregeln der Kommunikation. Gruppen, Teams, Grossgruppen, Öffentlichkeit*, Verlag APG, München 1990,65; usp. J. HALBERSTADT, *Medien in der Erwachsenenbildung*, u: *Medien Praxis* 4(1978),24-34.
- 29 Usp. D. FUNKE, *Symbol/ritual*, u: Ch. BAEMLER - N. METTE (ur.), *Gemeindepraxis in Grundbegriffen. Ökumenische Orientierungen und Perspektiven*, Chr. Kaiser/Patmos, Düsseldorf 1987, str. 379.
- 30 L. M. SCAUVET, *Linguaggio. Saggi sui sacramenti*, Elle Di Ci, Leumann (To) 1989, str. 40-42. Riječ simbol dolazi od grčkog glagola *symballein* koji doslovno znači baciti zajedno. Njezina tranzitivna forma, prema kontekstu, prevodi se ujediniti, staviti zajedno, razumjeti (*symballein* logous - razumjeti riječi); a njezina intranzitivna forma označava sastati se, zadržavati se, porazgovarati. Imenica *symbol* označava artikulaciju lakta ili koljena, kao i svaku ideju povezanosti, sastanka, ugovora ili saveza. Simbol je predmet, podijeljen na dva dijela, koji se predaju partnerima prilikom ugovora. Svaki dio za sebe nema vrijednost i može označavati bilo što, budući da su oba dijela zajedno nosioci jedinstvenog značenja. Simbol je relacija između ova dva dijela i komunikacija između partnera. Simbol je operator društvenog ugovora i medijator identiteta. Semantičko područje riječi simbol proteže se na svaki predmet, riječ, gestu, osobu i simbol upotrijebljen unutar grupe omogućuje prepoznavanje, identifikaciju. Simbol, za razliku od znaka, ne upućuje na stvarnost drugog reda, nego uvodi u stvarnost koje je dio. Znak, međutim, ima dvije razine: materijalnu i pojmovnu. Riječ stijena izražava fenomen i ideju, pojam stijene. Znak je odnos između dva sistema odnosa: signifikanta i signifikata. Simbol ujedinjuje signifikante, naime jedinice iste razine, a znak ujedinjuje signifikanta sa signifikatom kojim je heterogen. Simbol stvara komunikaciju koja omogućuje prepoznavanje ugovora, saveza, među subjektima, dok znak djeluje na razini spoznaje onoga što je komunicirano, a ne na činjenicu komunikacije. Znak označuje, a simbol doznaučuje.