

CRKVA, KOMUNIKACIJA I SREDSTVA DRUŠTVENOG PRIOPĆIVANJA

VINE MIHALJEVIĆ
Studio KS,
Savska 163, 10000 Zagreb

Stručni članak
Primljeno 26. 4. 1995.
UDK 316.77:2
261:316.77

Sažetak

Pojava i razvoj sredstava društvenog priopćivanja i komunikacije utječu na razvoj ljudske osobe, društva i kulture. I Crkva prati fenomen komunikacije i razvoj sredstava društvenog priopćivanja s posebnom pažnjom. Crkveni stav ide od moralne osude pojave tiska i kinematografije preko prihvaćanja i uključivanja svih sredstava društvenog priopćivanja u vlastitu misiju naviještanja. Crkveni dokumenti izražavaju instrumentalističku ulogu sredstava u naviještanju i katehezi, dok teologija reflektira komunikaciju kao proces. Ispravno i odgovorno korištenje sredstava društvenog priopćivanja služi napretku i općem dobru, zajedništvu i jedinstvu svih ljudi. To zajedništvo ima uzor u trojstvenom zajedništvu čiji je savršeni komunikator Isus Krist, koji djeluje u Duhu Svetomu u Crkvi. Crkva, komunikacija Evandjelja, svjedoči i evangelizira svijet putem sredstava društvenog priopćivanja.

Crkva u Hrvata razvila je plodonosni pastoral pisane riječi, a standardizacija crkvene prisutnosti i djelovanje pomoću svih sredstava društvenog priopćivanja, a posebno televizije, je u procesu nakon društvenih promjena. Crkva se zalaže za pravedan ustroj, ispravno i odgovorno korištenje sredstava, zaštitu prava, vrednota i dostojanstva čovjeka i zaštitu obitelji i mladeži. Sredstva služe promociji jedinstva, zajedništva, napretka, općeg dobra, solidarnosti i ekumenizma. Na kraju Crkva kvalificirano sudjeluje u javnom mnijenju putem sredstava društvenog priopćivanja.

Sudjelovanje Crkve u javnom mnijenju i naviještanje Evandjelja svijetu putem tih sredstava je "paralelni pastoral". Naime, to je pastoral svijeta pomoću sredstava društvenog priopćivanja uz već postojeći crkveni pastoral.

UVOD

Teologija razmišlja o Božjoj riječi, a praktična teologija reflektira Božju riječ u djelu i u djelovanju Crkve u povijesti. Područje crkvenog djelovanja je naviještanje Radosne vijesti svim narodima. Crkva svojim riječima, direktno ili indirektno putem sredstava društvenog priopćivanja, naviješta Božju riječ, samu sebe, svoje poslanje. Konstitutivni elementi Crkve, naroda

Božjega, su: poslanje (missio), sadržaj Riječi i komunikacija (način crkvenog djelovanja). Crkveno naviještanje je već primljena Riječ koja je predana Crkvi. Crkva, njen nosilac, za nju i od nje živi. Naime, Crkva je njena komunikacija. Na taj način Riječ, bilo izgovorena, napisana ili oslikana ostaje samo riječ o Riječi, u životu i djelovanju Crkve. Crkva živi u svijetu sredstava društvenog priopćivanja. Utopljena u kulturu tih sredstava i ona sama je pod nji-

hovim utjecajem s jedne strane, a s druge je strane pozvana iskoristiti mogućnosti koje joj nude za naviještanje. U ovom tekstu iznijet ćemo odnos Crkve prema tim sredstvima, koje naziva "Božjim darom"¹, i njihovoj primjeni u misiji Crkve, osvrćući se posebno na televiziju. No prije toga navest ćemo nekoliko društveno-kulturnih aspekata sredstava društvenog priopćivanja, a posebno televizije, budući da se njihova uloga u pastoralu i u katehezi zapravo promatra u kontekstu njihove važnosti u suvremenoj kulturi i društvu.

DRUŠTVENO-KULTURNI ASPEKT SREDSTAVA DRUŠTVENOG PRIOPĆIVANJA

Komunikacija je vrlo složen proces. Klasična definicija komunikacije je: razmjena sadržaja između emitenta i primaoca preko medijuma. Za svaku komunikaciju je važno, prema Laswellu, tko komunicira, što prenosi, komu se obraća, s kojom namjerom i na koji način (who, what, whome, how, with).²

Komunikacija mase je forma komunikacije koja se tehničkim sredstvima javno prenosi raspršenoj publici (koja je mnoštvo sličnih primalaca, element marketinga i element društvene relacije)³, indirektno (uz vremensku i prostornu distancu između partnera komunikacije) i unilateralno (bez izmjene uloga emitenta i primaoca informacija)⁴. Naime, komunikacija mase je javna, direktna, unilateralna i tehnička distribucija informacija preko strukturalnih i funkcionalnih organizacija. Komunikacije se aktualizira pomoću sredstava društvenog priopćivanja, koja su, u uobičajenom smislu termina, tisak, radio, televizija i film. Ona sačinjavaju kompleks produkcije i distribucije informacija i služe postizanju spoznaje, informacija, zatim zabavljaju publiku i zadovoljavaju njene potrebe. Da bi se izbjegao svaki redukcionizam u definiranju tih sredstava, treba naglasiti da su ona cjelokupni sistem komunikacija u aktualnom društvu.⁵

Kako smo već naveli, u govoru o sredstvima društvenog priopćivanja posebno se osvrćemo na televiziju, koja je kompleksno sredstvo u svojoj strukturi (riječ-ton-slika) i

u korištenju. Njena specifičnost i originalnost je u tome da prenosi sada, direktno, rabeći sliku i ton. Najviše je u upotrebi i ima najviše načina uporabe i programiranja kao i najrazličitiju publiku. Postala je paradigma sredstava komunikacije mase i kulture mase, "nova metafora", "nova religija"⁶, "budućnost već prisutna" i "terminal vrlo složene mreže, koja je otvorena i novom širenju"⁷.

Televizija, svojim načinom uporabe mitova i naracije, postaje "religija". Na temelju ovoga mišljenja rayvija se ideja televizije kao mita i ideja "elektronske Crkve",

- 1 PIO XII., *Miranda prorsus*, u: AAS, 49(1957)765; *Pastoralni nalogom II vaticanskog sabora radi primjene Dekreta o sredstvima društvenog priopćivanja istoga Sabora, Zagreb, Kršćanska sadašnjost, Dokumenti 36, n. 2.*
- 2 Ovih pet riječi u Laswellovoj teoriji o komunikaciji su ključne za razumijevanja cjelokupnog procesa komunikacija i znanosti o komunikacijama. Naime, "who says" (tko kaže) - analiza subjekta - la ricerca sulla comunicazione - control analysis - Kommunikationsforschung; "What" (što) - analiza sadržaja - l'analisi dei contenuti della comunicazione - content analysis - Aussageanalyse; "in which Channel" (kako) - analiza sredstava - l'analisi degli strumenti della comunicazione - media analysis - Medienforschung; "to whom" - (komu) - analiza primalaca - l'analisi degli spettatori - audience analysis - Rezipientenforschung; "with what Effects" - (s kojim ciljem) - analiza efekata - la ricerca sugli effetti della comunicazione - effect analysis - Wirkungsforschung. Usp. D. McQUAIL - Sven WINDAHL, *Communication Models for the Study of Mass Communications*, London - New York, Longman, 1989, 10-11. J. FISKE, *Introduction to communication studies*, London - New York, Routledge, 1990, 30-31; M. WOLF, *Teorie delle comunicazioni sociali di massa*, Milano, Bompiani, 1987, 23.
- 3 Usp. P. HUNZIKER, *Medien, Kommunikation und Gesellschaft. Einführung in die Soziologie der Massenkommunikation*, Darmstadt, Wissenschaftliche Buchgesellschaft, 1988, 18-22.
- 4 G. MALETZKE, *Psychologie der Massenkommunikation*, Hamburg, 1963, 32.
- 5 Usp. F. LEVER, *Masovni mediji*, u: M. PRANJIC (ur.), *Religijskopedagoško-katehetski leksikon*, Zagreb, KSC, 1991, 438-441, Ivi, 438.
- 6 Usp. H. BOVENTER, *Pressefreiheit ist nicht grenzenlos. Einführung in die Medienethik*, Bonn, Bouvier, 1989, 212. 218. 229. 231.
- 7 F. LEVER, *Televizija*, u: M. PRANJIC (ur.), *Religijskopedagoško-katehetski leksikon*, Zagreb, Katehetski salezijanski centar, 1991, 747-750. Ivi, 748.

koja stvara novu teologiju kulture na temelju razvoja sredstva društvenog priopćivanja, a posebno televizije.

Televizija je važan element u ljudskom odgoju, nastajanju formi društvenog ponašanja i u strukturiranju javnog mišljenja. U tom društvenom procesu uz televiziju, jasno, sudjeluju i druge varijable.⁸ U gledanje televizije uključeni su kognitivni (pažnja, aktivno i selektivno shvaćanje) i emotivni (uzbuđenje i emotivni efekti) element. I buduće generacije npr. u Americi, prema istraživanjima, studirat će, informirati se i odgajati uglavnom, ako ne i isključivo, putem audiovizualnih i elektronskih sredstava društvenog priopćivanja.⁹ Zato su veoma važne iskustvena i pedagoška dimenzija televizije kao i njena integracija u cjelokupnu kulturu komunikacije sredstava društvenog priopćivanja.¹⁰ Neki autori, istina, imaju negativno mišljenje o televiziji i tvrde da je njen sadržaj nula i da je svaka njena informacija željena ponuda¹¹, a neki niječu bilo kakav pozitivan kulturalni doprinos televizije¹². Maletzke nabraja sve prigovore kritičara televizije, koje ćemo ovdje, zbog orijentacije ovoga članka, samo nabrojiti: ljudi ne razmišljaju više povijesno, postoji opasnost gubljenja navike čitanja knjiga, umanjivanja znanja, a postiže se samo razina instrukcije, televizija uništava kulturni identitet, nudi samo zabavu, zabavlja sve do umiranja, uništava dijalog i javne razgovore, televizijske vijesti nisu kompatibilne sa svakidašnjom životnom praksom, utjecaj informacija demotivira publiku, živi se samo "sekundarnim iskustvom", televizija potiče nasilje, prijeti obiteljskom životu i ugrožava ga, ugrožava osobnu komunikaciju i umanjuje sposobnosti i pozitivne karakteristike pojedinaca.¹³ Ovaj pristup televiziji je općenit i kritičarima televizije nedostaje znanstveni pristup fenomenu televizije. Čovjek danas za svoju nesreću traži "žrtvenog jarca" i nalazi ga upravo u televiziji. Autor upozorava na kompleksnost materije, jer su uz sredstva uključene i druge varijable u društvenom životu, npr. kognitivna disonanca, prevladavanje slike čovjeka (stimulacija - odgovor) u antropologije, zatim modela efekata koji proizla-

zi iz uporabe i gratifikacije sredstava društvenog priopćivanja što zadovoljava potrebe ljudi.

Sredstva društvenog priopćivanja promijenila su društvo i uloge u njemu te su izazvala netanak vremena i prostora koji postoje u tiskanim sredstvima priopćivanja. Promijenila su ponašanje pojedinca, grupe i društva.¹⁴ To zorno pokazuje promjena percepcije žene i muškarca, zatim djetinjstva i odrasle dobi kao i promjena percepcije predstavljanja političkih likova.¹⁵

Sredstva društvenog priopćivanja, a posebno televizija kao "Leitmedium der Epoche", odigrala su veliku ulogu u stvaranju društvenih struktura na prijelazu od industrijskog društva u društvo informa-

-
- 8 Usp. I. HORN, "Television and Behavior. Teil 1. Wirkungen von Fernsehhalten", u: D. PROKOP (ur.), *Medien Forschung. Band 2. Wünsche, Zielgruppe, Wirkungen*, Frankfurt am Main, Fischer, 1985, 55.
 - 9 P. HABERMANN, "Television and Behavior" Teil 2: *Kognitive und emotionale Verarbeitungsprozesse*, u: D. PROKOP (ur.), *Medien Forschung. Band 2. Wünsche, Zielgruppen, Wirkungen*, Frankfurt am Main, Fischer, 1985, 64-75.
 - 10 Usp. Ch. DOELKER, *Kulturtechnik Fernsehen Analyse eines Mediums*, Stuttgart, Klett-Cotta, 1989, 11-12.
 - 11 Usp. Ch. DOELKER, *Kulturtechnik Fernsehen Analyse eines Mediums*, 16.
 - 12 N. POSTMANN, *Wir amüsieren uns zu Tode. Urteilsbildung im Zeitalter der Unterhaltungsindustrie*, Frankfurt, 1985.
 - 13 Usp. G. MALETZKE, *Kulturverfall durch Fernsehen* Volker Spiess, Berlin, 1988, 20-92. Usp. DOELKER, *Kulturtechnik Fernsehen Analyse eines Mediums*, 17-22; 161. Reinhold Merkert također kritizira Postmannove knjige: "Das Verschwinden der Kindheit" i "Wir amüsieren uns zu Tode", naglašavajući nedostatak kriterija i njihovog opravdanja. Usp. R. MERKERT, *Das Fernsehen als Totengraber von Kultur und Humanität zu Neil Postmanns Büchern "Das Verschwinden der Kindheit" und "Wir amüsieren uns zu Tode"*, u: "Communicatio socialis" 19(1986), 130-141.
 - 14 J. MEYROWITZ, *Überall und nirgends dabei. Die Fernseh-Gesellschaft I*, Psychologie heute-Taschenbuch, Weinheim - Basel, Beltz, 1990.
 - 15 J. MEYROWITZ, *Wie Medien unsere Welt verändern. Die Fernseh-Gesellschaft II*, Psychologie heute-Taschenbuch, Weinheim - Basel, Beltz, 1990.

tike.¹⁶ A danas je i samo ljudsko iskustvo sve više obilježeno televizijskim iskustvom.¹⁷ Komunikacija kao proces stvorila je "komunikacijsku kulturu", dok "kultura sredstava društvenog priopćivanja" označava proizvode sredstava društvenog priopćivanja.¹⁸ I na ovom području postoje različita mišljenja: za jedne televizija je nositeljica i graditeljica kulture mase, a za druge je "djelo sotone" koje uništava kulturu i sve što je kulturno.

Sredstva društvenog priopćivanja stvaraju kulturu mase, tj. "kulturu svakidašnjice" koja odgovara kulturi televizije. Televizija nije primarno ekonomsko dobro. Istina je sredstvo, ali u isto vrijeme televizija je i kulturno dobro. Ona prenosi i stvara kulturu.¹⁹

Sredstva društvenog priopćivanja, a posebno televizija, igraju važnu ulogu u načinu razmišljanja i ponašanja pojedinca, zajednice i društva. Društveni život danas je sve više i više obilježen televizijskim iskustvom. Televizija osim društvene ima i važnu kulturnu ulogu: prenosi i stvara kulturu. U tom kontekstu, televizija je i integralni element religiozne kulture²⁰, a komunikativna crkvena kultura treba biti otvorena dijalogu prema drugim kulturama i treba priznati druge kulture.²¹

CRKVA I SREDSTVA DRUŠTVENOG PRIOPĆIVANJA

Papa Ivan Pavao II. u svom prigodnom govoru za Svjetski dan sredstava društvenog priopćivanja 1989. godine prepoznaje fenomen komunikacija kao "znak vremena".²² Crkva posvećuje veliku pažnju pojavi sredstava društvenog priopćivanja. Ona su postala objekt teološko-pastoralnog razmišljanja i našla su primjenu u evangelizaciji Crkve i religioznom odgoju. No Crkva je u početku imala negativan stav prema pojavi sredstava društvenog priopćivanja. Nije gledala s naklonošću na tisak, što je izraženo u enciklici "Mirari vos" Grgura XVI²³, što je vidljivo iz enciklike Pija XI. "Vigilanti cura" u kojoj čitamo: "Moć kinematografije je u njenom obraćanju čovjeku slikom. Duša prima sliku s uživanjem i s

lakoćom. ... Svi znaju koliku štetu prozrokuje dušama zla kinematografija. Ona je prilika za grijeh; vodi mlade putevima zla, jer je ona glorifikacija uživanja; izlaže život u lažnom svjetlu, zamračuje ideale i uništava čistu ljubav, respekt prema braku i ljubav prema obitelji." U ovim dokumentima Crkva izražava moralni stav prema pojavi tiska i kinematografiji.

Enciklika *Miranda prorsus* Pija XII. nazvanog "papom radija i televizije"²⁴, vrlo je važna u razvoju stava Crkve prema sredstvima društvenog priopćivanja. U uvodu se govori o filmu, a druga dva dijela tematiziraju radio i televiziju. O televiziji piše da:

- 16 O. B. ROEGELE, *Medien I. Sozialstruktur, Medienpolitik, Neue Medien*, u: *Staats Lexikon Recht-Wirtschaft-Gesellschaft*, 5 sv., Görres-Gesellschaft (izd.), 3. sv.: *Hoffman - Naturrecht*, Herder, Freiburg-Basel-Wien, 1987, 1059-1069, Ivi, 1059.
- 17 *Isto*, 1060.
- 18 Usp. Ch. DOELKER, *Kulturtechnik Fernsehen. Analyse eines Mediums*, 238.
- 19 D. STOLTE, *Fernsehen als Medium und Faktor der Kultur*, u: H. GLÄSSGEN - H. TOMPERT, *Zeitgespräch. Kirche und Medien*, Herder, Freiburg-Basel-Wien, 1988, 22-32; D. STOLTE, *Nur über den Einsatz aller programmlichen Ressourcen. Der kulturelle Auftrag des Rundfunks*, u: "Funk Korrespondenz" 20(1987)1-4.
- 20 Usp. R. WHITE, *I mass-media e la cultura nel cattolicesimo contemporaneo*, u: R. LATOURELLE (ur.), *Vaticano II: Bilancio e prospettive: venticinque anni dopo*, Assisi, Cittadella Ed., 1987, 1551-1577.
- 21 J. B. METZ, *Kirchliche Kommunikationskultur. Überlegungen zur Kirche in der Welt der Massenmedien*, u: "Communicatio socialis" 24(1991)3-4, 247-259.
- 22 Papstbotschaft zum 23. Welttag der sozialen Kommunikationsmittel am Sonntag, den 7. Mai 1989, *Religion in den Massenmedien*, u: "Welltag der sozialen Kommunikationsmittel. Botschaften und Leitworte seit 'Communio et Progressio' (1971)." *Arbeitshilfen* 64, Bonn, Sekretariat der Deutschen Bischofskonferenz, 1989, 199.
- 23 E. BARAGLI, *Comunicazione, Comunione e Chiesa*, Roma 1973, 249: "To je prva programatska enciklika novog prvosvećenika: dugo nabranje zala tog vremena te sredstava kojima im se može suprotstaviti. Ne imenujući ih, enciklika vodi računa o De Lamennaisu i o njegovim novinama 'L'avvenir' ('Budućnost'), koje su počele izlaziti 15. listopada 1830, a prestale 1831."
- 24 K. BECKER - K.-A. SIEGEL (ur.), *Wem gehört der Rundfunk?*, Frankfurt am Main, Josef Knecht - Carolusdruckerei, 1958, 7.

"ima mnoge zajedničke kvalitete s kinom nudeći vidljivi spektakl u kretanju; naime, koristi se filmom. U drugim aspektima sudjeluje u prirodi i utjecaju radija, obraćajući se čovjeku u javnim dvoranama ili u domovima."²⁵ U ovoj enciklici prvi put se spominje komunikacija, npr. u broju 109: "ona ... je slobodna od uvjeta vremena i prostora koji ometaju sva druga sredstva u komunikaciji među ljudima".

Enciklika "Miranda prorsus" naglašava dvije stvari: sredstva društvenog priopćivanja utječu na pojedinca i društvo i nude mogućnost za naviještanje Evanđelja.²⁶ U ovoj enciklici Crkva izražava pastoralnu primjenu sredstava društvenog priopćivanja. Naime, od moralnog stava prelazi se na praktični stav koji izražava instrumentalističku funkciju samih sredstava: preko ovih sredstava može se evangelizirati svijet.

Zatim se objavljuje koncilski dekret o sredstvima društvenog priopćivanja "Inter Mirifica". Crkva je prisiljena govoriti o ovim sredstvima iz dva razloga: ona imaju velik utjecaj (pozitivan ili negativan) na javno mnijenje i mogu se primijeniti u evangelizaciji i apostolatu.²⁷ Dekret "Inter Mirifica" vrednovan je kao: "pretkoncilski"²⁸, "klerički"²⁹, "nepotpun"³⁰ i "pomiješanost neznanja i straha"³¹.

Francuzima u dekretu "Inter Mirifica" "nedostaje teološki sadržaj, filozofsko produblјivanje i sociološka utemeljenost"; Nijemcima "dekret se mnogo bavi 'pravima' Crkve, posvećuje veliku pažnju klericima umjesto laicima, a propisane norme za lokalnu razinu su nejasne", a Amerikancima dekret je: "moralizatorski, 'getoizira' katoličku produkciju i on je napad na slobodni katolički tisak".³² Pozitivna i velika zasluga dekreta "Inter Mirifica" je činjenica da je donesen na općem crkvenom saboru. Dekret je početni tekst u kojem se osjeća duh vjere, suvremenosti i studija³³ te globalni tekst s točnom terminologijom, koji naglašava pastoralnu zabrinutost i operativnu efikasnost.³⁴

Saborski dekret "Inter Mirifica" također naglašava pastoralnu ulogu sredstava društvenog priopćivanja. Ona služe za pastoral nemoćnih i bolesnih.

Pavao VI. 1971. godine objavljuje pastoralnu instrukciju "Communio et progressio". Ona nudi najvažnije točke teološkom razmišljanju o sredstvima društvenog priopćivanja.³⁵ Naime, "Communio et progressio" je "magna charta cattolica" sredstava

25 *Miranda prorsus*, u: AAS, 49(1957),765ss; E. BARAGLI, *Comunicazione, Comunione e Chiesa*, Collana Magisterium 4, Roma, Studio Romano della comunicazione sociale, 1973, 738-752.

26 E. BARAGLI, *Inter Mirifica. Introduzione - Storia - Discussione - Commento - Documentazione*, Collana Magisterium 2, Roma, 1969, 70; usp. A. FISCHER, *Pastoral in Deutschland nach 1945. Band II. Zielgruppen und Zielfelder der Seelsorge 1945-1962*, Würzburg, Seelsorge-Echter, 1986, 237.

27 *Saborski dekret Inter Mirifica* u: ASS 56(1964)145-157; usp. *Dekret über die sozialen Kommunikationsmittel (Decretum de instrumentis communicationis socialis) Einleitung und Kommentar von K. SCHMIDTHÜS*, u: *Lexikon für Theologie und Kirche. Das Zweite vatikanische Konzil: Konstitutionen, Dekrete und Erklärungen - Kommentare*, sv. I, Freiburg-Basel-Wien, Herder, 1966, 111-137; E. BARAGLI, *Inter Mirifica*; E. BARAGLI, *Elementi di sociologia pastorale sugli strumenti della comunicazione sociale*, Studio Romano della comunicazione sociale, Collana Le guide, Roma, 1970.

28 K. KLAUS, *Kommunikative Theologie nach dem Vatikanum II*, u: "Communicatio socialis" 1984, 277.

29 K. SCHMIDTHÜS, *Dekret über die sozialen Kommunikationsmittel*, 118.

30 Usp. M. W. JOHE, *Das Konzildokumente "Inter Mirifica" und die Pastoralinstruktion "Communio et Progressio"*, u: F. J. EILERS (ur.), *Kirche und Publizistik. Dreizehn Kommentare zur Pastoralinstruktion "Communio et Progressio"*, München, 1972, 51.

31 B. HANS-DIETER, *Kommunikation. Wie christlicher Glaube funktioniert*, Stuttgart, 1972, 139.

32 Usp. E. BARAGLI, *Inter Mirifica*, 171-233; usp. Karl HÖLLER, *Kommentar zum einem Kommentar über "Inter Mirifica"*, u: "Communicatio socialis" 2(1969)1,25-35.

33 Usp. E. BARAGLI, *L'Inter Mirifica*, 233-257.

34 P. POUPARD, *Inter Mirifica Decreto sugli strumenti di comunicazione sociale*, Roma, PIEMME, 1987, 16-17. Usp. A. RUSZKOWSKI, *Decreto sulle comunicazioni sociali: successo o insuccesso*, u: R. LATOURELLE (ur.), *Vaticano II: Bilancio e prospettive: venticinque anni dopo*, nav. dj., 1520-1550.

35 H. WAGNER, *Pastoralinstruktion Communio et Progressio*, u seriji "Nachkonziliare Dokumentation", Band 11, Trier, Paulinus Verlag, 1971; F. Y. EILERS, "Kirche und Publizistik, Dreizehn Kommentare zur Pastoralinstruktion Communio et Progressio", Paderborn, 1972.

društvenog priopćivanja.³⁶ Izmijenjeni službeni stav Crkve u "Inter Mirifica" i "Communio et progressio", u odnosu na negativni stav u prošlosti, nazvan je "traktatima mira".³⁷ Ti dokumenti izražavaju novu sliku Crkve koja odgovara teoriji komunikacije.³⁸

Pastoralna instrukcija "Communio et progressio" ide dalje u primjeni sredstava u naviještanju: ona ne služe samo za pastoral nemoćnih i bolesnih, nego i za pastoral onih koji su daleko od Crkve, naime rubnih kršćana.

"Aetatis novae" je najnoviji dokument o sredstvima društvenog priopćivanja koji je objavio Papinski savjet za komunikacije 20 godina nakon "Communio et progressio". On naglašava da su sredstva društvenog priopćivanja "nezaobilazna u naviještanju i katehezi".³⁹

Interes Crkve za sredstva društvenog priopćivanja pokazuje se na različitim razinama. Tako Konferencija biskupa Europe o sredstvima društvenog priopćivanja u Fatimi (1990.) predlaže nacrt za "zajednički religiozno-televizijski program" na europskoj razini koji zaštićuje "sve kulturne i nacionalne specifičnosti svakog naroda".⁴⁰

Na nacionalnoj razini realizirani su religiozni programi na televiziji. Tako npr. njemački biskupi već 1955. godine posvećuju veliku pažnju sredstvima društvenog priopćivanja i iznose pravo Crkve na sudjelovanje u radio-televizijskim programima.⁴¹

Na ekumenskoj razini također se razvija suradnja u uporabi sredstava društvenog priopćivanja za religiozne potrebe. U Americi je osnovano Ekumensko religiozno vijeće za javnost ("Religious Public Relation Council" - RPRC) s ciljem da se razmijene iskustva i ideje o stručnom planiranju uporabe sredstava društvenog priopćivanja u religiji. Tri velike organizacije su se ujedinile (Associated Church Press, Catholic Press Association i Baptist Public Relations Association) i 1970. godine održale Prvi religiozni kongres u Chicagu, zatim 1980. drugi, a 1990. treći u Nashvillu. Rasprava je uglavnom vođena o tome jesu li sredstva društvenog priopćivanja obogaćivanje religije, kulture i ljudske osobnosti ili ona

promiču neosobnost i potrošačko društvo.⁴² Danas, dakle, Crkva na svim razinama pokazuje veliki interes za sredstva društvenog priopćivanja, a posebno za televiziju. Crkva je budno pratila njihov razvoj i zauzimala o njima različite stavove: nekadašnji negativni stav danas je u crkvenim

36 *L'istruzione pastorale "Communio et progressio"*, Introduzione e traduzione di E. BARAGLI S.I., Roma, Studio Romano della comunicazione sociale, 1971, 14-16.

37 *Usp. R. HAMMERSCHMIDT, Kirche und Gesellschaftlichen Kommunikation, Einleitung*, u: *Gemeinsame SYNODE der Bistümer in der Bundesrepublik Deutschland. Offizielle Gesamtausgabe, Ergänzungsbande*, Herausgegeben im Auftrag des Präsidiums der Gemeinsamen Synode der Bistümer in der Bundesrepublik Deutschland und der Deutschen Bischofskonferenz von L. BERTSCH SJ, Ph. BOONEN, R. HAMMERSCHMIDT, J. HOMEYER, F. KRONENBERG, K. LEHMANN unter Mitarbeit von P. IMHOF SJ, Herder, Freiburg-Basel-Wien, 1977, 221.

38 S. KAMPMANN, *Abschied von einem horizontal-dialogischen Medienbild? Zum Wandel kirchlicher Mediendeutung und seinen ekklesiologischen Bedingungen*, u: "Communicatio socialis" 24(1991)3-4,284-303; J. MEYER, *Das Kirchenbild von "Communio et Progressio" im Kontext der nachkonziliaren Ekklesiologie*, u: "Communicatio socialis" 24(1991)3-4,303-320.

39 PAPIŃSKI SAVJET ZA SREDSTVA JAVNOG PRIOPĆIVANJA, *Pastoralna uputa NADOLASKOM NOVOGA DOBA "Aetatis novae"*, O društvenoj komunikaciji dvadeset godina nakon *Communio et progressio*, Zagreb, Kršćanska sadašnjost, 1992, n. 11.

40 *Usp. E. ROSENMAYER, Konferenz der europäischen Medienbischofe*, u: "Communicatio Socialis" 23(1990)1,65-67.

41 K. BECKER - K. A. SIEGEL (ur.), *Rundfunk und Fernsehen im Blick der Kirche*, Frankfurt am Main, Verlag Josef Knecht - Carolusdruckerei, 1957, 340-348. *Usp. ISTI (ur.), Rundfunk - Fernsehen und freie Zeit*, Referate bei der Jahrestagung der katholischen Rundfunk- und Fernseharbeit in Deutschland, Köln, 15. Oktober 1957, Frankfurt am Main, Verlag Josef Knecht - Carolusdruckerei, 1958; K. BECKER - K. A. SIEGEL (ur.), *Wem gehört der Rundfunk?*, Referate und Ausschnitte aus der Diskussion bei der Jahrestagung der katholischen Rundfunk- und Fernseharbeit in Deutschland Baden-Baden, 8. Oktober 1958, Frankfurt am Main, Verlag Josef Knecht - Carolusdruckerei, 1959.

42 "Kirche, Kommunikation und die Macht der Medien. Der 3. Religious Communication Congress in Nashville (USA), berichtet von Ferdinand OERTEL (Aachen) u: "Communicatio socialis" 23(1990)2,79.

dokumentima i u teološkom razmišljanju o sredstvima društvenog priopćivanja prevladao pozitivan stav koji ta sredstva smatra nezaobilaznima u evangelizaciji i katehezi. U novonastaloj kulturno-društvenoj situaciji Crkva pokazuje različite stavove prema tim sredstvima. Naime, stari pastoralni modeli ne odgovaraju više novim pastoralnim potrebama i zato Crkva u novi model naviještanja uključuje i sredstva društvenog priopćivanja. Ona postaju "novom propovjedaonicom" ili "katedralom". Novi način naviještanja popraćen je velikim optimizmom i utemeljen na praktično-teološkim elementima: diaconia, martyria i liturgia. Taj model nazvan je "stav kompenzacije". U sredstvima društvenog priopćivanja Crkva također vidi model moći. Sredstva imaju moć i zato se Crkva, putem sredstava, mora boriti i štiti temeljne vrijednosti u društvu za koje joj je potrebno odgovarajuće mjesto u moći da bi svjedočila, naviještala i djelovala. Treći stav je "komplementaran" i naglašava teološko-pastoralno razmišljanje o biti komunikacije. U izgradnji Crkve i crkvenog zajedništva važnija je direktna i osobna komunikacija od indirektna i neosobne. Zato Crkva promovira programe koji putem sredstava društvenog priopćivanja potiču i promiču osobni i direktni susret potreban za stvaranje Crkve i crkvenog zajedništva.⁴³

SREDSTVA DRUŠTVENOG PRIOPĆIVANJA U NAŠEM PASTORALU

Komunikacija pastoralna u nas uvjetovana je društvenom situacijom. Naime, Crkva u Hrvata bila je u postkoncilskom vremenu u socijalističko-komunističkoj državi. Nije imala na raspolaganju druga sredstva društvenog priopćivanja osim tiska. Zato je Crkva tisku posvećivala posebnu pažnju i putem njega razvijala plodonosni pastoral.⁴⁴ Tisku su pripadali katekizmi, katehetski priručnici i katolička periodika. Zato se Crkva, uz propovijedanje i svjedočenje, bavila skoro isključivo pastoralom pisane riječi.

Dokument katehetske obnove "Radosno naviještanje" hrvatskih biskupa, utemeljen na crkvenim dokumentima "Inter Mirifica",

"Communio et progressio", "Opći katehetski direktorij", "Evangelii nuntiandi" i "Catechesi tradendae", asimilira uporabu sredstava u evangelizaciji i katehezi. Nakon određenja načina uporabe sredstava u katehezi: "ističemo da mediji moraju biti u dovoljnoj mjeri prikladni za ostvarivanje postavljenih ciljeva, za usvajanje odabranih sadržaja te za poticanje stvaralačkog izražavanja i istinskog međusobnog općeljudskog i vjerničkog komuniciranja", biskupi nastavljaju: "U našim prilikama, zbog specifičnih okolnosti, treba se osobito brinuti za izradu i izdavanje kvalitetnih tiskanih medija u obliku vjeronaučnih udžbenika i priručnika, slikovnica za predškolsku i školsku dob, vjeronaučne i druge katehetske građe, i sl."⁴⁵

43 P. DÜSTERFELD, *Kommunikative Diakonie. Überlegung zum Verhältnis der Kirche zu den Massenmedien*, u: "Funk Korrespondenz" 36(1988)13-14,2-3.

44 *Usp. Permanentni odgoj kršćanske zajednice*, Zbornik radova Katehetske ljetne škole 1974, Zagreb, Kršćanska sadašnjost, 1974; *Odgoj djece u vjeri u kršćanskoj zajednici*, Zbornik radova katehetske ljetne škole 1975, Zagreb, Kršćanska sadašnjost, 1975.

45 BISKUPI JUGOSLAVIJE, *Radosno naviještanje Evanđelja i odgoj u vjeri*. Temeljne smjernice o obnovi religioznog odgoja i kateheze, Zagreb, Kršćanska sadašnjost, 1983. Ovdje navodimo neke članke za bolji uvid u tematiku: J. KUNIČIĆ, *Formativna ili samo informativna štampa*, u: "Bogoslovska smotra", 40(1970)4, 365-369; T. TRSTENJAK, *Komunikacija i sredstva društvenog priopćivanja u svijetu*, u: "Kateheza" 1(1979)2,43-50; V. DERMOTA, *Suvremeni katehetski priručnici na hrvatskom*, u: "Služba Božja" 14(1974)3-4,199-204; J. BARIČEVIĆ, *Obnova religioznog odgoja i kateheze u našoj crkvi*, u: "Kateheza" 6(1984)1,45-59; 6(1984)2,67-78; "Bogoslovska smotra" 54(1984)1,37-69; J. BARIČEVIĆ, *Tipovi komunikacije u katehezi*, u: *Permanentni odgoj kršćanske zajednice*, Zbornik radova V. katehetske ljetne škole, Zagreb, 7-12. srpnja 1975., Zagreb, Kršćanska sadašnjost, 1977, 167-177; M. MATAUŠIĆ, *Crkva i sredstva društvenog priopćivanja*, u: "Bogoslovska smotra" 55(1985)3-4,360-368; R. PALOŠ, *Medijska kultura u katehezi*, u: "Kateheza" 7(1985)3,61-71; P. ANDELOVIĆ, *Nova situacija eklezijalnog naviještanja*, u: "Nova et Vetera", Sarajevo 30(1980)2, 157-164; ISTI, *Može li se Crkva odreći propagande*, u: "Nova et Vetera", Sarajevo 32(1982)1-2,201-217; ISTI, *Naviještanje Boga danas*, u: "Nova et Vetera", Sarajevo 34(1986)1-2,151-165.

Novo razdoblje crkvene prisutnosti u sredstvima društvenog priopćivanja tek počinje. Demokratske promjene u društvu stvaraju nova područja, ali i nove obveze i povećavaju odgovornost. Prisutnost i sudjelovanje Crkve u javnom mnijenju i društvenim promjenama je nužna. To joj omogućuju upravo ta sredstva. U procesu standardizacije crkvene prisutnosti u sredstvima društvenog priopćivanja i stvaranja novih načina evangelizacije putem tih sredstava u Crkvi u Hrvata, potrebni su poznavanje samih sredstava i neke smjernice. Mislimo da će biti korisno navesti nekoliko smjernica koje postoje u crkvenoj politici prema tim sredstvima u Njemačkoj.

Službeni stavovi i načini crkvenog sudjelovanja u sredstvima društvenog priopćivanja zasnivaju se na smjernicama "Communio et progressio". Crkva podržava pravedan ustroj, zatim ispravnu i odgovornu uporabu tih sredstava koja služe napretku, zajedničkom životu, jedinstvu svih ljudi i općem dobru. Zajedništvo i jedinstvo pripadaju intimnom poslanju Crkve, budući da je sama Crkva sakrament, znak zajedništva s Bogom-Ocem, Sinom Isusom Kristom i Duhom Svetim (GS 42, LG 1). Zato se odlučnost Crkve da sudjeluje u programima putem tih sredstava temelji na uvjerenju da ta sredstva potiču i izgrađuju zajedništvo svih ljudi koje ima korijen u božanskom zajedništvu (CeP 8).

Ustavom zagaraniranu slobodu vjere i savjesti, slobodu odgoja i religiozne izobrazbe, Crkva treba staviti u praksu, putem sredstava društvenog priopćivanja, a prije svega pomoću njih Crkva treba realizirati zadaću naviještanja Evanđelja, koju joj je Krist povjerio. Cilj ispravne i odgovorne uporabe sredstava društvenog priopćivanja mora pridonijeti napretku društva, općem dobru, pospješivanju i poboljšanju društvene komunikacije (CeP 84). Sadržaji programa moraju odgovarati temeljnim vrednotama koje predviđa i štiti Ustav, kao što su ljudske vrednote, religiozno i ideološko mišljenje, zaštita obitelji i mladeži.

Preduvjeti crkvenog sudjelovanja u programima putem sredstava društvenog priopćivanja su: kontinuirana kontrola neovis-

na o državi i sastavljena od različitih grupa; proizvodnja programa mora poštivati temeljna religiozno-etička uvjerenja i toleranciju mišljenja; posebna pažnja mladima, braku i obitelji; nenametljivi EPP-program; poštivanje nedjelja i svetkovina i minimum odgojnih i informativnih programa; Crkva mora imati vlastitu odgovornost i riječ u prenošenju religioznih programa i mora imati potrebna ekonomska sredstva.⁴⁶ Crkvena prisutnost i djelovanje, odnosno crkveni programi u javnom mnijenju putem tih sredstava trebaju biti aktualni, profesionalni, vjerodostojni te moraju ispuniti očekivanja publike.⁴⁷

TEOLOGIJA, KOMUNIKACIJA I SREDSTVA DRUŠTVENOG PRIOPĆIVANJA

Crkveni dokumenti govore o sredstvima društvenog priopćivanja, a teologija razmišlja o komunikaciji, komunikativnom djelovanju, kao procesu. Komunikacija je postala najvažniji element u cjelokupnom crkvenom djelovanju. Biblijska komunikacija razlikuje: "komunikaciju između" - komunikaciju između osoba, zatim "komunikaciju nečega" - komunikaciju Evanđelja koja dovodi do najintimnije komunikacije između Isusa Krista i čovjeka u vjeri, te na kraju "komunikaciju sa" koja se odnosi na dijalog Boga s čovjekom.⁴⁸ Odnos između teologije i komunikacije sve se više razvija⁴⁹, a taj odnos je izražen prije svega u relaciji Crkve prema svijetu.⁵⁰

46 "Materialien zur Medienpolitik" 5, *Medienpolitischen Grundpositionen*, Herausgegeben von der Zentralstelle Medien der Deutschen Bischofskonferenz.

47 Usp. M. SCHMOLKE, *Braucht die Kirche eine neue Medienpolitik?*, u: "Communicatio socialis" 23(1990)3,201.

48 H. KRAEMER, *Die Kommunikation des christlichen Glaubens*, Zürich, 1958; F. J. EILERS, *Kommunikation und Evangelisation: Ein Diskussionsbeitrag*, u: "Communicatio Socialis" 8(1975)3,201-212.

49 R. A. WHITE, S. J., *The Growing Dialogue between Theology and Communications*, uvod u knjigu: P. SOUKUP, *Communication and Theology Introduction and Review of the Literature*, WACC, London 1983.

50 Paul A. SOUKUP, *Communication and Theology Introduction and Review of the Literature*,

Komunikacija u Crkvi je "ogledalo" komunikacije Krista koja oslobađa od vlasti.⁵¹ Ta komunikacija dodiruje direktan odnos između Boga i čovjeka te odnos čovjeka s čovjekom i temeljna je dimenzija teološkog razmišljanja.⁵² Prvi pokušaji "teologije sredstava društvenog priopćivanja" pojavljuju se sedamdesetih godina. Kršćansko naviještanje i sredstva su kompatibilni, budući da Crkva putem njih djeluje u javnom mnijenju.⁵³

"Inter Mirifica" govori o instrumentalističkoj uporabi sredstava društvenog priopćivanja u naviještanju, a "Communio et progressio" nudi, međutim, temeljne točke teološkom razmišljanju o sredstvima društvenog priopćivanja.⁵⁴

"Zajedništvo i napredak ljudskog društva najvažniji su ciljevi društvene komunikacije i sredstava društvenog priopćivanja kao što su tisak, film, radio i televizija" (CeP 1). Zajedništvo je centralna tema koncilskih razmišljanja i pastoralne instrukcije "Communio et progressio"⁵⁵, a sukladno tome je i centralna tema razmišljanja o sredstvima društvenog priopćivanja. Model zajedništva među ljudima ima korijen u božanskom zajedništvu Presvetog Trojstva (CeP 8) i njegova savršenog posredovatelja koji je utjelovljena Riječ, Isus Krist. Kristova komunikacija je darivanje u ljubavi (CeP 11). Crkva promiče to zajedništvo i suradnju među ljudima (CeP 18, GS 42; LG1). P. Henrici, međutim, u svom razmišljanju o sredstvima društvenog priopćivanja polazi od pojma "božanske autokomunikacije" Karla Rahnera.⁵⁶

Teologija reflektira o komunikaciji kao procesu, naime o komunikativnom djelovanju. U tom je smislu posebno mjesto u teologiji našla teorija komunikativnog djelovanja J. Habermasa⁵⁷ koja nije, doduše, odmah prihvaćena. Ona dobiva adekvatno mjesto u teološkoj refleksiji o problemu odnosa teorije i prakse. Rolf Zerfaß⁵⁸ je 1974. godine izrazio teološki konsenzus za primjenu teorije komunikativnog djelovanja u praktičnoj teologiji, koja posebno mjesto dobiva u praktičnoj teologiji Norberta Mettea⁵⁹ i O. Fuchsa⁶⁰ Teorija komunikativnog djelovanja nalazi također mjesto u

WACC, London 1983; A. DULLES, *Il Vaticano II e le comunicazioni*, u: R. LATOURELLE (ur.), *Vaticano II: Bilancio e prospettive: venticinque anni dopo*, Assisi, Cittadella ed., 1987, 1507-1523.

- 51 W. BARTOLOMÄUS, *La comunicazione nella chiesa. Aspetti di un tema teologico*, u: "Concilium" 14(1978)1,165-187; H. POENSGEN, *Verkündigung und Kommunikation*, u: "Lebendige Seelsorge" 38(1987)4-5,224-231.
- 52 G. TILLMAN, *Theologie und Kommunikation*, u: "Communicatio socialis" 19(1986)4,347-358; *Theologiestudium und Massenmedien*, u: "Communicatio socialis" 1(1968)3,254-255.
- 53 G. DEUSSEN, *Die Diskussion um eine "Theologie der Massenmedien"* u: "Communicatio socialis" 3(1970)3,209-225.
- 54 K. GÜNTER, *Überlegung zu einer theologischen Kommunikationstheorie*, u: "Communicatio socialis" 19(1986)3,206-219; K. KIENZLER, 'Kommunikative Theologie' nach dem Vatikanum II, u: "Communicatio socialis" 17(1984)278-280; E. BARAGLI, *C'è una teologia dei mass-media?* u: "Miscellanea Lateranense" 1975,526-547.
- 55 H. GASPER, *Die Kernaussagen von Communio et Progressio Theologische und sozialethische Überlegungen*, u: "Medien Praxis" Grundlagen 6, *Kirche und Kommunikation zur bleibenden Aktualität von COMMUNIO ET PROGRESSIO, Sonderheft zum Welttag der Sozialen Kommunikationsmittel 1991*, Herausgegeben von der Zentralstelle der Deutschen Bischofskonferenz, Bonn, 1991, 24-39; usp. P. BABIN, *La catechesi nell'era della comunicazione*, Leumann (Torino), LDC, 1989, 30-39.
- 56 P. HENRICI, *Überlegung zu einer Theologie der Kommunikation*, u: "Seminarium" 37/26/(1986) 4,791-805.
- 57 J. HABERMAS, *Theorie des kommunikativen Handelns*, 2 Bde., Frankfurt a. M., Suhrkamp, 1981.
- 58 R. ZERFASS, *Praktische Theologie als Handlungswissenschaft*, u: F. KLOSTERMANN - R. ZERFASS (ur.), *Praktische Theologie heute*, München/Mainz 1974, 164-177; E. ARENS, *Habermas und die Theologie. Beiträge zur theologischen Rezeption, Diskussion und Kritik der Theorie kommunikativen Handelns*, Düsseldorf, Patmos, 1989; Joachim von SOOSTEN, *Zur theologischen Rezeption von Jürgen Habermas' "Theorie des kommunikativen Handelns"*, u: "Zeitschrift für Evangelische Ethik" 34(1990), 129-143.
- 59 N. METTE, *Theorie der Praxis. Wissenschaftsgeschichtliche und methodologische Untersuchungen zur Theorie-Praxis-Problematik innerhalb der praktische Theologie*, Düsseldorf, Patmos, 1978; N. METTE- H. STEINKAMP, *Sozialwissenschaften und Praktische Theologie*, Düsseldorf, Patmos, 1983; M. MIDALI, *Teologia pastorale o pratica. Cammino storico di una riflessione fondante e scientifica*, Roma, LAS, 1991,257-283; ISTI, *Teologia pastorale (correnti)*, u: *Dizionario di Pastorale giovanile*, nav. dj., 1069-1089, Ivi 1081-1084; S. LANZA, *La*

različitim pravcima praktične teologije: u katehatici⁶¹, u homileatici⁶² i u izgradnji kršćanske zajednice⁶³, kao i u fundamentalnoj⁶⁴ i moralnoj teologiji⁶⁵.

Sredstva društvenog priopćivanja najviše se promatraju u kontekstu evangelizacije, naime u instrumentalističkoj formi. U sljedećem tekstu razmotrit ćemo odnos tih sredstava i evangelizacije te najbitniji element u naviještanju: svjedočenje.

EVANGELIZACIJA

Crkva evangelizira cijeli svijet. Ona svjedoči i prisutna je u javnom mnijenju. Da bi bila prisutna, mora rabiti sredstva društvenog priopćivanja. I zato su ta sredstva nužnost i izazov. Jer upravo ona omogućuju prisutnost i djelovanje Crkve u javnom mnijenju, u pluralizmu mišljenja. U takvoj situaciji Crkva treba imati "ofenzivni pastoral"⁶⁶, pastoral koji traži ljude, publiku, sredstva i mjesta gdje se ljudi okupljaju. Taj odnos "potrebe" i "stvarnosti" tematiziran je već na simpoziju "Katolički dani u Mainzu" 1948. godine i u čuvenom govoru kardinala Feltina 1952. ("katolici će imati televiziju, oni je zaslužuju").⁶⁷

Crkva mora odgovoriti na pitanje "na koji će način Evanđelje pronaći put do čovjeka". Papa Pavao VI. u apostolskom pismu "Evangelii nuntiandi" ističe da danas postoji jaz između Evanđelja i kulture i to je "drama našega doba" (EN 20), a u broju 45 ustvrđuje: "Crkva bi se osjećala krivom pred svojim Gospodinom kad se ne bi služila tim moćnim sredstvima, koja ljudski um svakoga dana sve više usavršava."⁶⁸

"Communio et progressio" naglašava veliku važnost odnosa Crkva i javnog mnijenja, koje je slika zbivanja u svijetu i stjecište svih informacija, mišljenja i osjećaja, a ono je dostupno putem sredstava društvenog priopćivanja. I zato piše: "Iz činjenice da svatko želi drugome priopćiti svoje poglede, mišljenja i osjećaje te tako mišljenje i običaji mnogih postaju zajednički, nastaje 'javno mnijenje', što je osobina i značajka ljudske naravi. Već je Pio XII. javno mnijenje jasno ocrtao kao svojevrsnu & prirodnu jeku, koja više-manje odražava

dogadaje te raspoloženje i sudove ljudi'. Sloboda izražavanja vlastitog mišljenja jest

-
- teologia pastorale: identità e compiti*, u: F. MARINELLI (ur.), *La teologia pastorale. Natura e compiti*, Bologna, EDB, 1990, 29-60. Ivi 40-42; S. BABOLIN, *Pastorale: teologia e comunicazione*, u: F. MARINELLI (ur.), *La teologia pastorale. Natura e compiti*, nav. dj., 159-166; E. SANTOS, *Toward a Theology of Pastoral Communication. A Chronological Study of Approches Linking Theology and Communication*, Excerpta ex dissertatione ad Doctoratum in Facultate Theologiae Pontificie Universitatis Salesiane, Roma, 1988; E. SANTOS, *Comunicazione*, u: "Dizionario di Pastorale giovanile", nav. dj., 163-175.
- 60 O. FUCHS (ur.), *Theologie und Handeln. Beiträge zur Fundierung der Praktischen Theologie als Handlungstheologie*, Düsseldorf, Patmos, 1984.
- 61 E. ARENS, *Kommunikative Handlungen. Die paradigmatische Bedeutung der Gleichnisse Jesu für eine Handlungstheorie*, Düsseldorf, Patmos, 1982; J. WERBICK, *Glaube im Kontext. Prolegomena zu einer elementare Theologie*, Zürich, 1983; H. A. ZWERGEL, *Philosophische Aspekte der Begründung einer religionspädagogischen Handlungstheorie*, u: "Religionspädagogische Beiträge" 8(1981)91-119; H. U. von BRACHEL, *Subjekte in Krisen - Der Beitrag psychologische Transformationsmodelle für die Grundlegung handlungstheoretischer Religionspädagogik*, Fribourg, 1984; H. SILBER, *Biographische Elemente im kirchlichen Handeln*, u: O. FUCHS (ur.), *Theologie und Handeln*, Düsseldorf, Patmos, 1984, 187-208.
- 62 P. DÜSTERFELD, *Predigt und Kompetenz. Hermeneutische und sprachtheoretische Überlegung zur Fundierung einer homiletischen Methode*, Düsseldorf, 1978; R. ZERFASS, *Gottesdienst als Handlungsfeld der Kirche*, u: "Liturgische Jahr" 38(1988)30-58.
- 63 Ch. BÄUMLER, *Kommunikative Gemeindepraxis*, München, Chr. Kaiser, 1982.
- 64 H. PEUKERT, *Wissenschaftstheorie - Handlungstheorie - Fundamentale Theologie. Analysen zu Ansatz und Status theologische Theoriebildung*, Frankfurt a. M., 1978; W. G. TILLMANS, *Fundamentaltheologie und Kommunikation. Ein interdisziplinäre Gespräch*, u: "Communicatio Socialis" 17(1984)1,60-65; ISTI, *Theologie und Kommunikation*, u: "Communicatio Socialis" 19(1986)4,347-358.
- 65 J. FISCHER, *Handlung als Grundbegriff christlicher Ethik*, Zürich, 1983.
- 66 K. FUNKE, *Kirche vor dem Jahr 2000. Religiöser (Super) Markt - Tradierungskrise - Pastorale Erfahrungen und Konsequenzen*, u: "Wort und Antwort" 31(1990)2,54-57, Ivi, 56.
- 67 Usp. J. MÜLLER, *Verkündigung in den Massenmedien*, u: "Lebendige Seelsorge" 38(1987)4-5,255.
- 68 PAVAO VI, *Evangelii nuntiandi*, u: AAS, LXVIII (1976),35.

neophodna osobina i sastavni dio u stvaranju javnog mnijenja. Mišljenja, naime, koja netko javno iznosi drugima omogućuju da donose sud o skupinama što imaju veći utjecaj u određenim geografskim, kulturnim i sociološkim sredinama.⁶⁹

Sudjelovanje Crkve u javnom mnijenju je odlučujuće za njezinu misiju u današnjem svijetu i za njezino pastoralno djelovanje koje zahtijeva odgovarajuću pastoralnu strategiju.⁷⁰ Za to crkveno djelovanje potrebno je imati sredstva društvenog priopćivanja. I zato odnos Crkve i tih sredstava nije marginalno pitanje, nego se zapravo radi o egzistenciji same Crkve u društvu.⁷¹

Crkveno sudjelovanje u javnom mnijenju i djelovanje na nj je naviještanje Evanđelja, evangelizacija.⁷² Pojam evangelizacije je višeznačan. Drugi vatikanski koncil definira evangelizaciju kao "naviještanje Isusa Krista svjedočenjem i riječima" koje se ispunja u praksi. Prema enciklici Pavla VI. evangelizacija je svjedočenje (diakonia), eksplicitno naviještanje (martyria), prihvaćanje naviještanja i ulazak u zajednicu vjernika (koinonia), slavljenje ulaska u zajednicu (liturgia) te na kraju apostolsko djelovanje.⁷³ Naviještanje je "prvi navještaj", a u širem smislu je također kateheza i kršćanska formacija.⁷⁴ To je komunikacija stvarnosti Božjega djelovanja u kerygmi kao spasenje u Crkvi danas. Sredstva društvenog priopćivanja su pomoć u naviještanju⁷⁵, servis naviještenju, evangelizaciji⁷⁶. Naime, ona služe sveukupnom pastoralu koji polazi od pojma evangelizacije⁷⁷ i to je pastoral svijeta putem sredstava društvenog priopćivanja⁷⁸. Sama crkvena prisutnost u javnom mnijenju putem tih sredstava je "korektiv" stvarnosti⁷⁹, a kriterij crkvenog djelovanja u sredstvima je naviještanje, opće dobro⁸⁰, zatim služenje istini i promocija čovjeka⁸¹.

Model sudjelovanja Crkve u javnom mnijenju, prema modelu biskupa Mosera, naziva se "komunikacija na malom prostoru". Naime, to je sudjelovanje pojedinih korisnika televizijskog programa na određenom mjestu (selo, gradska četvrt). U toj "integraciji" korisnici su informirani i osob-

no sudjeluju u programima što im omogućuje zanimljivu i interpersonalnu komu-

- 69 "Communio et progressio" nn. 19,25; B. LAUX, *Kommunikation und Öffentlichkeit Verständnis-Anliegen-Konsequenzen*, u: "Medien Praxis" Grundlagen 6, *Kirche und Kommunikation: Zur bleibenden Aktualität von COMMUNIO ET PROGRESSIO, Sonderheft zum Welttag der Sozialen Kommunikationsmittel 1991*, Herausgegeben von der Zentralstelle der Deutschen Bischofskonferenz, Bonn, 1991,5-23.
- 70 O. B. ROEGELE, *Zwischen Kirche und Öffentlichkeit. Anmerkungen zum katholischen Journalismus der Gegenwart*, u: H. GLÄSSGEN - H. TOMPERT, "Zeitgespräch Kirche und Medien", Herder, Freiburg im Breisgau, 1998, 121-141.
- 71 Usp. P. DÜSTERFELD, *Vorwort*, u: O. FUCHS, *Kirche Kabel Kapital. Standpunkte einer christlichen Medienpolitik. Mit einem Vorwort von P. Dusterfeld*, Münster, Liberación, 1989, 9.
- 72 PAULUS VI, *Adhortatio Apostolica Evangelii Nuntiandi*, u: AAS 68(1976)5-76; E. ALBERICH, *Kateheza i crkvena praksa*, Zagreb, Katehetski salezijanski centar, 1986, 39-40; A. CAÑIZARES, *Evangelizacija*, u: M. PRANJIC (ur.), *Religijskopedagoško-katehetski leksikon, nav. dj.*, 183-186; N. GREINACHER, *Verkündigung als Grundfunktion der Kirche*, u: B. DREHER - N. GREINACHER - F. KLOSTERMANN (ur.), *Handbuch der Verkündigung I*, Herder, Freiburg-Basel-Wien, 1970, 335-362.
- 73 Usp. K. H. SCHMIDT, *Evangelisierung*, u: G. BITTER - G. MILLER (ur.), *Handbuch religionspädagogischer Grundbegriffe, 1*, München, Kösel, 1986, 170-175.
- 74 J. GEVAERT, *Evangelizzazione*, u: M. MIDALI - R. TONELLI (ur.), "Dizionario di Pastorale giovanile", *nav. dj.*, 326-334.
- 75 Usp. E. FEIFEL, *Verkündigung*, u: P. EICHER (ur.), "Neue Handbuch theologischer Grundbegriffe", Band 4, München, Kösel-Verlag, 1985, 241-251.
- 76 *Beschlüsse der Diözesan-Synode Rottenburg-Stuttgart 1985/86, Weitergabe des Glaubens an die kommende Generation*, Herausgegeben vom Bischöflichen Ordinariat Rottenburg, Rottenburg, Schwabenverlag, 1986, 181-184.
- 77 *Arbeitshilfe 72: Leitlinien für die mediale Übertragung von gottesdienstlichen Feiern*, Bonn, Sekretariat der Deutschen Bischofskonferenz, 1989, 10.
- 78 O. FUCHS, *Überlegung zu einer kirchlichen Medienpolitik*, u: "Stimmen der Zeit", Band 203, (1985),111-125.
- 79 F. CSOKLICH, *Macht und Ohnmacht der Medien*, u: "Theologisch-Praktische Quartalschrift" 130(1990)4,331-335; W. ROHRHOFER, *Kirchen und Medien*, u: "Theologisch-Praktische Quartalschrift" 130(1990)4,336-343.
- 80 E. VOGT, *Kirche und Fernsehrealitäten Entwicklungen, Konzepte, Programmrealisierungen*, Dialogus: Zeitung und Leben - Neue Folge - Band 9; Hrsg. von O. Roegele, München, Osnabrück, Verlag A. Fromm, 1978, 19.
- 81 M. AJASSI, *Comunicazioni sociali e giornalis-*

nikaciju, solidarnost i komunikaciju u samoj zajednici. Taj model je nadopuna osobnog i javnog dijaloga, a primalac, koji gleda i sluša, je subjekt komunikativnog služenja i konzument.⁸² Drugi model kvalificiranog sudjelovanja Crkve u javnom mnijenju zove se "komunikativno služenje". To crkveno služenje nisu sredstva koja pripadaju Crkvi u javnom mnijenju, nego je služenje koje se realizira putem tih sredstava i služenje koje izgrađuje javno mnijenje. Taj model nastoji izgraditi konstruktivan i kreativan odnos između Crkve i pluralističkog društva koji teži jednoj duhovnoj, estetskoj i političkoj formi života. To služenje je odgovorno služenje i pretpostavlja teološko mišljenje o javnom mnijenju koje se promatra u kontekstu univerzalne solidarnosti, slobode i usporedbe s biblijskim tekstovima.⁸³ O uporabi sredstava društvenog priopćivanja u evangelizaciji postoje različita mišljenja. Jedni ničeju evangelizaciju putem tih sredstava⁸⁴, drugi sumnjaju u globalnost, anonimnost i kredibilitet sadržaja religioznih emisija preko tih sredstava u kojima nema osobnog kontakta sa sadržajima Evandjelja⁸⁵, a zagovornici pozitivnog mišljenja vide u uporabi sredstava priliku za novu evangelizaciju, odnosno reevangelizaciju u današnjem svijetu. Ovaj posljednji stav prevladava danas u praktičnoteološkom razmišljanju o sredstvima društvenog priopćivanja.⁸⁶ Prema fenomenu komunikacija Crkva treba biti pomirljiva i otvorena⁸⁷, budući da se "ne radi toliko o sredstvu evangelizacije, nego prihvatanju ili neprihvatanju jednoga kôda koji će komunicirati ili će anulirati vjeru"⁸⁸.

Sredstva društvenog priopćivanja su obveza za Crkvu i za njezino djelovanje: bez tih sredstava Crkva bi mogla izgubiti djelovanje i prisutnost u javnom životu. Ona mora iskoristiti ta sredstva za naviještanje i za religiozni odgoj izbjegavajući "stereotipne reakcije"⁸⁹. Da bi mogla naviještati, mora biti prisutna u javnom mnijenju. Konstruktivnim, kreativnim i odgovornim sudjelovanjem Crkva naviješta Evandjelje u javnom mnijenju i pridonosi pluralističkoj izgradnji javnog mišljenja. Aktivnost i dinamizam crkvenog djelovanja

su uvjetovani profesionalnošću u radu sa sredstvima društvenog priopćivanja. Doduše, putem tih sredstava ne stvara se osobni

- mo. *La scelta tra servizio e potere*, Roma, Pontificia Università Urbaniana, 1985, 65-66.
- 82 *Materialien zur Medienpolitik n. 4: Die Neuen Medien - Informationen, Fragen und Anregungen im Blick auf den Menschen und die Gesellschaft*, Herausgegeben von der Zentralstelle Medien der Deutschen Bischofskonferenz, Bonn, 1982; *Bischof Moser zur Programmatik kirchlicher Medienarbeit*, u: "Funk Korrespondenz" 6, 8.2.1985, str. 2; usp. G. MOSER, *Pastorale Aspekte kirchlicher Medienarbeit*, u: "Kirchlichen Medienarbeit". *Arbeitshilfe* 20, (ur.) Sekretariat der Deutschen Bischofskonferenz, Bonn, 1980, 41-50.
- 83 P. DÜSTERFELD, *Vorwort*, u: O. FUCHS, *Kirche Kabel Kapital*, 11; P. DÜSTERFELD, *Kommunikative Diakonie*, 5; H. HOEKSTRA, *Die Verantwortung der Katholiken für die Massenmedien*, u: "Communicatio socialis" 23(1990)1,37.
- 84 M. ALBUS, *Gott ist tot*, u: "Lebendige Seelsorge" 38(1987)4-5,252-255; ISTI, *Alte Kirche - Neue Medien*, u: "Diakonia" 17(1986)6,397-401.
- 85 G. BIEMER, *Verkündigung ohne Begegnung*, u: "Diakonia" 17(1986)6,362-368.
- 86 Brojevi teoloških revija posvećenih ovoj temi i neki komentari: "Lebendiges Zeugnis" 45(1990)2; "Theologisch-Praktische Quartaschrift" 138(1990)1; "Diakonia" 17(1986)6 i 22(1991)5; "Theologia practica" 25(1990)4; D. BAACKE, *Massenmedien*, u: G. OTTO (ur.), *Praktisch theologische Handbuch*, Hamburg, Furche, 1970, 343-359; H. GLÄSSGEN - H. TOMPERT (ur.), *Zeitgespräch: Kirche und Medien*, Freiburg-Basel-Wien, Herder, 1988; O. B. ROEGELE - G. BAUER, *Kirche und Medien*, u: F. X. ARNOLD - K. RAHNER - V. SCHURR - L. M. WEBER (ur.), *Handbuch der Pastoraltheologie. Praktische Theologie der Kirche in ihrer Gegenwart*, Band II/2, Freiburg-Basel-Wien, Herder, 1966, 284-308; K. H. SCHMIDTHÜS, *Kommentar zum "Dekret über die sozialen Kommunikationsmittel"*, u: *Lexikon für Theologie und Kirche. Das Zweite Vatikanische Konzil. Dokumente und Kommentare. Kommentare*, Teil I, Freiburg, Herder, 111-135; U. SAXER, *Massenkommunikation als Mittel christliche Verkündigung*, u: "Communicatio socialis" 2(1969)2,106-118; P. M. ZULEHNER, *Pastoraltheologie. Band 4: Pastorale Futurologie*, Patmos, Düsseldorf, 1990, 114-126 (mit J. HAAS und A. HELLER) i 203-212 (mit J. HAAS).
- 87 R. FUNIOK, *Die neue Medien als Chancen der Verkündigung*, u: "Lebendige Seelsorge" 38(1987)4-5,258-261; usp. ISTI, *Zur kirchlichen Medienpolitik*, u: "Diakonia" 17(1986)6,392-397.
- 88 S. SASSI, *Il futuro delle comunicazioni: promesse e interrogativi*, u: "Seminarium" 37/26/(1986),957-972. Ivi, 972.
- 89 R. MERKERT, *Stereotype pädagogischer Reaktionen auf "Neuen Medien"*, u: "Stimmen der Zeit" 202(1984)612-620. Stereotipne reakcije su: novo je škandal, zatim novo se prikriva i na kraju novo se iskorištava za postizanje vlastitih ciljeva.

odnos u naviještanju, ali je i iluzija govoriti o univerzalnoj solidarnosti bez tih sredstava. Možemo zaključiti pavlovskim komunikacijsko-evanđeoskim projektom: "Kako mogu vjerovati, a da nisu čuli? Kako mogu čuti ako im nitko ne naviješta?" (Rim 10,14-15).

Komunikacija je prava narav evangelizacije: "svim narodima", "sve do nakraj zemlje", "iznad krovova", i zato su sredstva postala "nezaobilaznim u evangelizaciji i katehezi".⁹⁰

SVJEDOČENJE

U naviještanju Evanđelja putem sredstava društvenog priopćivanja najvažniju ulogu ima svjedočenje. Svjedočenje je osobno i autentično iskustvo vjere u Isusa Krista, Evanđelje, koje se prihvaća, živi i svjedoči. Življeno Evanđelje garantira vjerodostojnost i to je svjedočenje. "Svjedočiti bez riječi", kako naglašava "Evangeli nuntiandi", je živjeti svakodnevni život obilježen "slobodom, smislom života i radošću Evanđelja".⁹¹ U svjedočenju Evanđelja vjernici ne uzimaju inicijativu, nego se živeći Evanđelje predstavljaju kao osobe čiji život i način gledanja svijeta i čovjeka je takav da se drugi pitaju o temelju njihova života koji je: otkrivanje Boga u Isusu Kristu. Ovo svjedočenje je susret biblijskog iskustva i konkretnog životnog iskustva. Ono je kateheza čiji govor odgovara proročkoj, dijaloškoj i dinamičkoj funkciji samoga religioznog odgoja.⁹²

ZAKLJUČAK

Budući da smo se u našem kratkom razmišljanju posebno osvrnuli na televiziju, u tom kontekstu ćemo i završiti. Televizija je, naime, "tip" svih drugih sredstava društvenog priopćivanja.⁹³ Može se koristiti za informaciju, zabavu, odgoj, spoznaju i u druge svrhe. Način na koji rabimo televiziju odlučujući je za našu korist ili za našu destrukciju. Za ispravnu i inteligentnu uporabu televizije potrebna je pedagogija sredstava društvenog priopćivanja.

Crkva je rekla "da" televiziji već u enciklici "Miranda prorsus", a to potvrđuju i

drugi crkveni dokumenti "Inter Mirifica" i "Communio et progressio". U prva dva dokumenta zadaća sredstava, televizije, je pastoralna: naviještanje Evanđelja i pastoralna briga za stare i bolesne. "Communio et progressio" ide dalje i tvrdi da ona također služi za pastoral dalekih, onih koji su daleko od Crkve. I to su najvažnije zadaće sredstava društvenog priopćivanja: zajedništvo i komunikacija između Boga i ljudi i između samih ljudi. "Catechesi tradendae" u br. 46 i "Evangeli nuntiandi", u broju 45 potvrđuju velike mogućnosti koje sredstva priopćivanja nude različitim formama evangelizacije. U dokumentu Papinskog savjeta za komunikacije "Aetatis novae" navodi se da su "sredstva društvenog priopćivanja postala esencijalnim u evangelizaciji i katehezi" nudeći pri tome i metodu: "vidjeti, vrednovati i djelovati".⁹⁴

Televizija utječe na sâm proces ljudskog razvoja. Ne nudi samo "kako vidjeti" nego i "o čemu razmišljati". Stvara drugi način gledanja i vrednovanja stvari. Obraća se "cjelokupnom čovjeku" ("uomo totale"), a posebno njegovim osjećajima stvarajući "čovjeka slike". Čovjek, uronjen u svijet sredstava društvenog priopćivanja, prima sve više i više "drugostvarnost", a sve manje i manje realno iskustvo stvarnosti. Drugim riječima, "kultura slike" zamjenjuje "kulturu knjige". "Sredstva društvenog priopćivanja su svijet i svijet su sredstva društvenog priopćivanja"⁹⁵, ili "televizija, to smo mi"⁹⁶.

90 PAPIŃSKI SAVJET ZA SREDSTVA JAVNOG PRIOPĆIVANJA, *Aetatis novae*, n. 11.

91 P. NEUENZEIT, *Bekenn/Zeugnis geben*, u: G. BITTER - G. MILLER, *Handbuch religionspädagogischer Grundbegriffe 1*, München, Kösel, 1986, 392-396.

92 J. P. POSSUA, *Zeugnis*, u: P. EICHER (ur.), *Neues Handbuch theologischer Grundbegriffe. Erweiterte Neuauflage in 5 Bänden*, Band 5, München, Kösel, 1991, 330-331.

93 Usp. C. M. MARTINI, *Il lembo del mantello. Per un incontro tra Chiesa e mass media*, (Lettera pastorale per l'anno 1991-1992), Milano, Centro Ambrosiano, 1991, 11.

94 PAPIŃSKI SAVJET ZA SREDSTVA JAVNOG PRIOPĆIVANJA, *Aetatis novae*, n. 11.

95 D. BAACKE, *Medienpädagogik - brauchen wir so etwas heute (noch)?*, u: "Katechetische Blätter" 116(1991)7-8, 456-459. Ivi 457.

96 H. N. JANOWSKI (ur.), *Die kanalisierte*

Sredstva društvenog priopćivanja imaju i kulturno-društvenu važnost. Televizija ne samo da reproducira i prikazuje kulturu različitih naroda, nego kulturu i stvara. Na društvenoj razini televizija stvara nove odnose između različitih dobi, između muškarca i žene, između pojedinaca i društvenog sistema, između grupa i društva.

Teološko praktično razmišljanje o komunikaciji i sredstvima društvenog priopćivanja utemeljeno je na crkvenim dokumentima. Izvor komunikacija je u trinitarnom zajedništvu (CeP 8) čiji je "Savršeni Komunikator" (CeP 11) Isus Krist, dok su sredstva priopćivanja posredništvo između sadržaja naviještanja Isusa Krista s jedne strane i čovjeka i zajednice s druge strane.

Sredstva društvenog priopćivanja omogućuju Crkvi ostvarivanje dijaloga prije svega sa samim sredstvima, zatim medijacijom sredstava komunikaciju u Crkvi i komunikaciju s društvom ("ad extra et ad intra"). U konkretnoj uporabi ona pridonose "zajedništvu i progresu" društva (CeP 1). Prema crkvenoj doktrini najviši kriterij komunikacije je zajedništvo među ljudima (CeP 8).

Teološko-praktična uporaba sredstava opravdana je u kontekstu evangelizacije i crkvenog sudjelovanja u javnom mnijenju i u katehezi. Crkvena prisutnost u sredstvima

društvenog priopćivanja već je jedan način evangelizacije društva. Crkva govori javno, prezentira svoj način razmišljanja i svoju ponudu: model života Isusa Krista. To je prilog Crkve javnom mnijenju koji se aktualizira kvalificiranim, kreativnim, aktivnim i odgovornim sudjelovanjem u sredstvima društvenog priopćivanja. Na taj način Crkva, koja je zajedništvo i komunikacija, služi, svjedoči i prenosi poruku Evanđelja Isusa Krista javnom mnijenju. To ostvaruje u "komunikativnoj diakoniji" svjedočenjem Evanđelja. Crkvena prisutnost u sredstvima društvenog priopćivanja i crkveno evangelizatorsko djelovanje putem tih sredstava postaje "**paralelnim pastoralom**" uz već postojeće službene pastoralne modele.

Sredstva društvenog priopćivanja imaju svoj identitet i svoju funkciju. Moraju se prepoznati u sebi kao interni razvoj tehnike. Imaju funkciju medijacije sadržaja među različitim naslovnici. Ona su u službi čovjeka ("ut habeant vitam"), zaštićuju slobodu i ljudske vrijednosti, promoviraju zajedništvo i komunikaciju između Boga i čovjeka te između samih ljudi.

Botschaft. Religion in den Medien-Medienreligion, Gütersloh, Gütersloher Verlagshaus Gerd Mohn, 1987, 7.