

Crkva i društvene komunikacije

Danijel LABAŠ

1. Međuljudska komunikacija i društvene komunikacije

1.1. Čovjek i komunikacija

Komunikacija je temeljna životna sastavnica svake pojedine osobe, skupine i društva. Oduvijek je bila čovjekova stvarnost. Povijest ljudskog društva povijest je komunikacije, to jest razvoja stavova čovjeka koji je u komunikaciji s drugim ljudima nastojao priopćiti im svoje namjere, želje, osjećaje, znanja i iskustva. Od svoje pojave na zemlji čovjek je komunicirao sa sebi sličnima trudeći se da pronađe oblike koji su mu se činili najpogodnijima za komuniciranje (priopćavanje) svojih ideja. Integrirajući znanje, organizaciju i moć, komunikacija nudi čovjeku zapravo mogućnost povezivanja prisjećanja na vlastite izvore s težnjom k boljem životu. Komunikacija nam se predstavlja kao unutarinja stvarnost čovjeka;¹ Čovjek ne može ne komunicirati kao što ne može ne disati. Čovjek, da bi spoznao samog sebe i prihvatio se osobom, mora se susresti i ući u odnos s drugim, s jednim »ti«; a ući u odnos s drugim znači upravo komunicirati, pa makar na početnoj razini. Komunicirajući, čovjek se razotkriva potpuno, uspijeva izreći iznad svega svoju slobodu. Usudujemo se čak primijetiti da čovjek počinje egzistirati kao čovjek u onom trenutku u kojem spozna da je sposoban komunicirati. Uspoređujući čovjeka s drugim živim bićima, uočavamo da je uspio napredovati upravo zbog svoje sposobnosti komuniciranja. Čovjek je postupno smišljao i proširivao čitavu seriju neverbalnih kodeksa, počevši od najlakših gestovnih kodeksa kojima je prenosio svoje poruke: ples, glazba, različiti znakovi, ... Od pitograma prešao je na ideogramme, to jest na vezu koja postoji između znaka i apstraktne ideje;² upravo na taj način omogućuje se izmjena ideja između pojedinca i društva.

1 Usp. *Il dovere pastorale delle comunicazioni sociali*, dokumenat objavljen od *Consiglio Permanente della CEI (Conferenza Episcopale Italiana)*, Roma, 15. svibnja 1985, br. 1: »La comunicazione è perciò un fatto intimamente legato alla natura umana, le appartiene. Siamo tanto più »umani« quanto più cresce la nostra capacità di comunicare.«

2 Usp. GIOVANNINI, Barbara, *La nascita della scrittura* u *Storia dei mass media. Dalla selce al silicio*, brigom GIOVANNINI, Giovanni, Gutenberg 2000, Torino, ⁴1986, str. 11-79; »... la scrittura fonetica (i segni che rappresentano un suono) non si sostituì del tutto all'ideogramma (il segno che rappresenta una cosa), cioè il pittogramma distaccatosi totalmente dal realismo«, str. 29.

Komunicirati je dakle temelj ljudskog znanja i napretka; upravo komunicirajući ljudi ulaze u vjerodostojni susret kontakt jedan s drugim, to jest jesu i ostaju društveni, razumiju se i djeluju. S druge strane čitava kulturna baština prenosi se iz generacije u generaciju posredništvom komunikacije na svim razinama, od pisanoga znaka do govornog, od nepomične slike do one u pokretu.

Tijekom vremena oblici i sadržaji priopćavanja postajali su različitim a sve su se više razvijali; umnožili su se jezici i unutar njih samih, zbog različitih društvenih slojeva, postojale su razlike u priopćavanju. Potom je upravo »pismo dalo riječi vječno trajanje i omogućilo da komunikacija uspije nadvladati granice postavljene od vremena i prostora«.³

Potrebno je pripomenuti da se do pred koje stoljeće radilo tek o fenomenu obilježenom sporošću i ograničenošću difuzije, bilo zbog teškoća sredstava prijenosa (prijevoza), bilo zbog malog broja sredstava društvenog priopćavanja koje je čovjek imao na raspolaganju. No, to nije spriječilo širenje ideja, niti vremenski niti prostorno.⁴

Stvari se počinju mijenjati pronalaskom tiska koji je omogućio brže izmjenjivanje knjiga i ideja.⁵ Vrhunac prevrata na tom području ipak se dogodio u 19. stoljeću; tada se naime počinje upotrebljavati elektricitet kao otpravnik obavijesti. U početku se radilo o telegrafskim porukama, potom su metalni vodiči omogućili prijenos i onih telefonskih, da bi na kraju stoljeća, zahvaljujući Marconijevom pronalasku elektromagnetskih valova, bili kadri prenositi znakove i glasove. Pojavljuju se prvo radio, a dvadeset godina kasnije i televizija: prostorom se sada prenose ne samo glasovi nego i slike. Otkrićem tranzistora i uvođenjem izmjenične struje radiotelevizijske komunikacije postaju ekonomski sve dostupnije i sve raširenije. U tom istom razdoblju rađa se informatika, izgrađuju se sateliti...⁶

Zahvaljujući tehnološkom napretku od jednostavne međuljudske komunikacije prešlo se na drugu, koju možemo nazvati *društvenom komuni-*

- 3 CARNICELLA, M. Cristina, *Chiesa e scienza delle comunicazioni sociali*, in *Ricerche Teologiche* (Rivista della Società Italiana per la Ricerca Teologica), 2 (1991)2, Dehoniane, Roma, str. 298.
- 4 Dovoljno je samo da se prisjetimo širenja samog kršćanstva koje, poput ostalih »poruka« svog vremena, nije imalo na raspolaganju široki spektar sredstava priopćavanja.
- 5 Usp. CASTAGNI, Nicoletta, *Gutenberg: la mirabile invenzione*, u *Storia dei mass media*, nav. dj., str. 79-122.
- 6 Čitatelja upućujemo, zbog produbljivanja znanja o svim spomenutim argumentima povijesnog razvoja sredstava društvenog priopćavanja, na GIOVANNINI, G., nav. dj., str. 125-294.

kacijom.⁷ Dok je međuljudska komunikacija obilježena ograničenim spektrom primjene (mali broj osoba i vrlo mala udaljenost), društvena komunikacija ima svestrani značaj i vrlo široki spektar primjene bilo zbog svoje mogućnosti da pokrije velik prostor, bilo zbog uvođenja novih i razvijenijih sredstava koja su u mogućnosti odašiljati istu poruku istovremeno velikom broju ljudi.

Nezaustavljiva evolucija znanosti i tehnika u našem stoljeću nije omogućila tek lakši prijenos poruka i modifikaciju načina komuniciranja. Usvajanje *massmedia*, u vrlo kratkom vremenu, imalo je velik utjecaj na čovjeka koji se morao prilagoditi i razmišljanjem i jezikom na nove komunikativne strukture i na organizaciju međuljudskih odnosa koja je primjetljivo izmijenjena. Rezultat tog procesa je dvojak: dok je osoba međuljudskih komunikacija svraćala pozornost prije svega logičnosti, racionalnosti, »pričljivosti«, i priželjkivala neprestano onu vrstu komunikacije koja bi pridonosila zajedničkom življenju, osoba koja se služi *mass-medijima* slikovitija je, posvema tankočutna, vezana na neposrednu intuiciju i stoga vezana na sferu trenutačnosti, smjerajući iznad svega na tip komunikacije koja proizvodi informaciju. Time ne želimo reći da jedna vrsta komunikacije isključuje nužno drugu, kao što ne želimo tvrditi da društvene komunikacije isključuju one međuljudske, nego želimo istaknuti znatnu prevagu prve nad drugom i pokazati da je prva - društvena komunikacija - danas odlučujući čimbenik za *informaciju*, i nadalje za *formaciju* današnjeg čovjeka. Zbog toga komunikacija danas ne može biti viđena kao nešto »spontano«, već postaje objektom istraživanja iz kojeg se rađa nov tip studija.⁸

1.2. Crkva u susretu s *mass-medijima*

1.2.1. Upotreba sredstava društvenog priopćavanja u povijesti kršćanstva

Nema sumnje da je kršćanstvo religija komunikativnog tipa: utemeljena na Božjoj samoobjavi čovječanstvu u utjelovljenju Isusa iz Nazareta. Prvi

7 Često se rabi termin *mass-media* preuzet iz engleskog govornog područja. Termin *mass* (masa) ima negativni prizvuk (usp. studije *Frankfurtske škole* - Adorno, Horkheimer, ...) odnoseći se na skup ljudi koji na neki način gube vlastitu individualnost, bolje bi bilo služiti se terminom *društvo* (odakle onda i »društvene komunikacije«) koje, unatoč tomu što daje ideju zajedništva grupe, daje svakako više prostora individualnom aspektu. Rabić ćemo oba naziva upotrebljavajući ih kao sinonime i zanemarujući njihove bilo pozitivne bilo negativne konotacije.

8 Usp. WOLF, Mauro, *Teorie delle comunicazioni di massa*, Bompiani, Milano, ⁷1991; McQUAIL, Denis, -WINDHAHL, Sven, *Communication models for the Study of Mass*

su kršćani i apostoli bili svjesni svojega poslanja i njegove hitnosti: »Oni pak odoše i propovijedahu posvuda, a Gospodin surađivaše i utvrđivaše Riječ popratnim znakovima« (*Mk 16, 20*). Nakon Duhova Crkva se širila hraneći se pisanom riječju i prenošenjem tradicije i na taj način osnivala crkvene zajednice na temelju evandeoskih vrijednosti i njihova priopćavanja među svojim članovima. Na temelju izravne i neizravne komunikacije, vjernici prve Crkve naviještali su radosnu vijest pod formom svjedočanstva (*martyria*), navještaja (*kerygma*), kulta (*leiturgia*), bratske ljubavi (*koinonia*) i društvenog zauzimanja (*diakonia*).

Crkva je kroz povijest znala prilagoditi svoje svjedočanstvo i evandeoski navještaj različitim kulturnim izričajima i sredstvima priopćivanja kojima je u pojedinim povijesnim razdobljima raspolagala. Budući da je njezina prva briga bila naviještanje Evandjelja, prijelaz s jezika na jezik, uporaba različitih sredstava ili prihvaćanje različitih kulturnih izričaja, nisu predstavljali poteškoće. »Navješćujući Evandjelje misionari su putovali na lađama ili devama, pisali pisma i knjige na papirusu ili pergameni, služili se vizualnim sredstvima, figurativnom umjetnošću (...), izumili jezike i pisma. (...). U srednjem vijeku (...) crkvena prikazanja postala su efikasnim oblikom religiozne i moralne pouke⁹ (...) Renesansa je ugledala prekrasna djela poznatih umjetnika: slike, freske, mozaici katedrala podržavali su životnost komunikativne religiozne zauzetosti. U 15. stoljeću započela je Guttembergova era (...) Crkva se znala poslužiti i tiskom i upotrijebila ga je s većom djelotvornošću.«¹⁰

Od *Konstantinove mira* (310.) sve do prve polovice 19. stoljeća Crkva je odigrala odlučujuću ulogu u kulturnim izričajima i u sredstvima društvenog priopćavanja, koji su na taj način postali sastavnim dijelom katoličke kulture i duhovnosti. Možemo slobodno reći da je Crkva bila učiteljicom u pronalazenju i uporabi različitih načina, stilova, oblika i strategija u pastoralnoj komunikaciji. U takvoj situaciji nije bilo potrebe razviti teološko sustavno razmišljanje o komunikaciji.¹¹

Communications, Longman, Essex-Singapore-New York, ⁵1987. Autori uz ostale teme svraćaju pozornost utjecaju koji imaju komunikacije različitog tipa na osobu.

9 Usp. DOGLIO, Federico, *Teatro in Europa. Storia e Documenti*, I vol., Milano, 1982; posebno str. 90-108 i 457-492.

10 Usp. SANTOS, Emil, *Comunicazione*, u *Dizionario di Pastorale Giovanile, nav. dj.*, str. 166.

11 SANTOS, Emil, *Theology of Pastoral Communication: A Chronological Study of Approaches Linking Theology and Communications* (Extract of STD Thesis), Rome, UPS, 1988, str. 32-34, gdje autor stavlja naglasak na razvoj teologije komunikacija od *implicitne* do *eksplicitne* (»From Implicit to Explicit Theology of Communication«): »Theological reflection on communication (parallel nomenclatures are Theology of Communications and Theology and Communications), both as a trend in the theological thought and as an emerging field of study, was born only a few decades ago. (...) Communication was a dimension of Christian life that existed and that was lived. (...) The Church

U razdoblju u kojem Crkva pomalo gubi svoj utjecaj, zbog jačanja političkih i ideoloških struja njoj protivnih, rađaju se sredstva »masovnog« komuniciranja (*mass-media*): prvo novine g. 1830., potom slijede film, radio i televizija. U susretu s tim sredstvima crkveni autoritet držao se sudržano, nepovjerljivo, čak ih se odbacivalo. Dok su prije kulturni izričaji i sredstva priopćavanja među ljudima bila pod njezinim utjecajem, sada izmiču njezinoj kontroli. Zbog toga Crkva utemeljuje svoje »katoličke« škole, svoje novine, svoje sindikate i pokrete.¹² Od druge polovice 18. stoljeća do drugog svjetskog rata pučke su misije imale golem pastoralno-komunikacijski uspjeh. Usporedno s tim intervencijama, rimski su pape osnivali i utemeljivali radiofonske mreže kao Radio-Vatikan i Radio-Veritas u Manili, i ujedinili snage svjetskih udruženja - npr. UCIP (Union catolique internationale de presse), i OCIC (Organization catolique internationale de cinema). Poznavajući svoju upućenost u sredstva priopćavanja do dolaska *mass-media*, Crkva se pita na koji bi se način mogla poslužiti elektronskim medijima, poradi širenja i propagiranja Evandjelja, tako da se u posljednje vrijeme počinje i s elaboracijom takozvane »teologije komunikacija«.

1.2.2. Moralno-obrambeno razdoblje

Spomenuli smo kako je Crkva bila sklona svim kulturnim izričajima i različitim sredstvima komunikacije sve do pojave *mass-media*. U tom razdoblju Crkva osjeća da gubi utjecaj i kontrolu nad porukama i informacijama proširenim od ideologija i politika koje joj nisu sklone. U prvom momentu Crkva se distancirala i počela se baviti svakim sredstvom napose, što je bilo posebno dovođeno u vezu s pitanjem upotrebe (da ili ne?; ako da - kako?) tih sredstava od kršćana i slobodno se može kazati da je prevladala obrambena linija. Reakcije na uporabu bile su negativne i sredstva priopćavanja bila su prihvaćana s velikim nepovjerenjem i - kad ih se nije smatralo štetnima, onda ih se jednostavno ignoriralo.

in primitive times and throughout the early Middle ages, consistently recognised the primacy of praxis over theory. (...) We can speculate that there was an underlying *Theology of Communication*, albeit in *implicit* form, beneath the communicative praxis of the Church. (...) It was a *theology of communication in implicit form*. From 1830 to the threshold of Vatican II, the Church, seeing the media from outside, was almost consistently protective, moralistic and negative in her approach to topics relating to the popular mass media. (...) In contrast with preceding epochs, the phenomenal influence of new modes and media communication have created problems for Christian communication, and have unavoidably spurred an *explicit* examination of the role of communication in Church circles.«

12 Usp. SANTOS, Emil, *Comunicazione*, u *Dizionario di Pastorale Giovanile*, nav. dj, str. 166.

Intervencije crkvenog Učiteljstva prije Drugog vatikanskog koncila bile su većinom »upozoravajuće i osuđujuće glede različitih upotreba tih sredstava«. ¹³ Istovremeno - uz osude štetne upotrebe tih sredstava za kršćanski život - također ne zaboravlja istaknuti pastoralne i komunikativne prednosti istih. Već protiv ikonoklasta Drugi nicejski koncil (787.) daje pastoralno-komunikativne smjernice u vezi slika: »Branimo s marom i brigom časne i svete slike koje predstavljaju časni i spasenjski križ (...). Na taj način, gledajući te oslikane slike, svatko tko o njima razmatra neka bude potaknut prisjetiti se nasljedovati prauzore, pokloniti im se i dostojno ih častiti.«

Intervencije Učiteljstva glede društvenih komunikacija ili *mass-media* počinju s enciklikom *Mirari Vos* (1832.) pape Grgura XVI. u kojoj papa osuđuje slobodu tiska. Taj se dokument smatra početkom ambivalentnog stava (kako bi se izbjegao naziv negativni i moralistički) Učiteljstva u svezi sa sredstvima društvenog priopćavanja; slični stav razvit će se potom u učiteljstvu Pia IX, Lava XIII, Pia X, Pia XI i Pia XII.

Enciklika *Vigilanti Cura* (1936.) Pia XI. prvi je papinski dokument čitav posvećen filmu. U njemu se smjernice drže pretežito uputa iz naslova, ali isto tako nalazimo pozitivan sud o filmu koji je definiran »darom Božjim«. ¹⁴

Otvorenijom i pomirljivijom, s iscrpnijom analizom, pokazuje se enciklika *Miranda Prorsus* (1957.) Pia XII. u kojoj papinsko učiteljstvo po prvi put govori o filmu, radiju i televiziji zajedno i nudi prve teološke misli. »Bog, najveće dobro, neprestano obilno dijeli svoje darove, od kojih su neki za duše, drugi su za upotrebu za ovozemaljski život; i, očividno je, da su ovi zadnji podložni prvima, kao što tijelo mora biti podložno duši, kojoj, prije nego joj se očituje u blaženoj viziji, Bog ujedinjuje preko vjere i bratske ljubavi (...). Osim toga, želeći u čovjeku otkriti odsjaj svoje savršenosti, Bog ga učini sudionikom te božanske darežljivosti i pridružio ga je vlastitom djelu čineći ga vjesnikom, širiteljem i djeliteljem svih tih dobara svojoj braći i čitavom čovječanstvu (...). Sva, dakle, sredstva ljudskog komuniciranja (...) moraju biti usmjerena tom divnom cilju da učine od čovjeka, također na tom polju, gotovo djelitelja Boga.« ¹⁵ Osim što se bavi sredstvima komunikacije enciklika također obrađuje problem javnog mnijenja.

13 SANTOS, Emil, *Comunicazione*, u *Dizionario di Pastorale Giovanile*, nav. dj., str. 167.

14 Usp. *Vigilanti Cura*, br. 1: »... come sono veri doni di Dio, così alla gloria di Dio e alla salvezza delle anime siano ordinati, e servono praticamente all'estensione del Regno di Dio in terra.«

15 Usp. *Miranda Prorsus*, br. 24-25.

Prije samog otvaranja Drugog vatikanskog sabora, Ivan XXIII. enciklikom *Mater et Magistra* (1961.) formulira pozitivne sudove u svezi socijalizacije, koja je prošireni horizont u koji smještamo *mass-medije*.

Postavlja se neizbježno pitanje: zbog čega toliko nepovjerenje Crkve? Klima nepovjerenja bila je plodom, u prvom momentu rađanja *mass-medija*, mišljenja da su oni tek sredstvo zabave (zabave koja je viđena negativno, kao ponašanje koje vodi nemoralnom načinu života), a jednako tako i zbog toga što su se ta sredstva često upotrebljavala kako bi se napadala Crkva. Širenje *mass-medija* nije bilo popraćeno adekvatnom pripravom onih koji su se njima služili, niti je bilo popraćeno brižljivim metodološkim razmišljanjem; pripravom i razmišljanjem koji su sve potrebitiji.

2. Teološke smjernice u predvečerje Drugog vatikanskog sabora

Razdoblje koje slijedi - pred otvaranje Drugog vatikanskog sabora - nakon što je Učiteljstvo komunikacije označivalo negativno, s instrumentalnom vizijom - donosi promjenu u teološkoj misli i otvara šire perspektive za njezin razvoj. Teološko razmišljanje nije se zaustavilo tek na zanimanju za sredstva komunikacije, nego proširuje svoj govor i na opću komunikaciju i počinje studirati različite grane (npr. film, informacije, tisak), ili oblike (npr. slike, simbolizam, audiovizive, govor) komunikacije s moralnog, dogmatskog i pastoralnog stajališta. Različiti se autori bave u tom razdoblju pastoralnom aktivnošću - npr. katehezom, propovijedanjem, liturgijom, misionarskom aktivnošću - pružajući pastoralne »podsjetnice« u svezi s uporabom *mass-medija* ili komunikativnom dimenzijom koja im je svojstvena.

2.1. Smjernice Drugog vatikanskog sabora

Drugi vatikanski sabor, sa svojim senzibilitetom za modernog čovjeka, prihvatio je temu komunikacije i tako je učinio objektom svoje teološke misli, razmišljanja. Gledajući na taj Sabor (služeći se ključem »komunikativnosti«), uočiti ćemo da Papa Ivan XXIII, koji ga je sazvaio, želi Crkvu obnoviti na pastoralnom kao i na polju komunikacija. Zbog toga je upravo na tom Saboru izrađena pastoralna konstitucija *Inter Mirifica* (4. prosinca 1963). Mnogi autori kvalificiraju Drugi vat. sabor kao »sabor komunikacije«, zbog dva glavna motiva:

1) stoga što po prvi put jedan Sabor posvećuje službeni dokument - *Inter Mirifica* - sredstvima društvene komunikacije (priopćavanja);

2) stoga što se njegovi glavni dokumenti - *Lumen Gentium* o Crkvi, *Gaudium et Spes* o Crkvi u suvremenom svijetu, deklaracija *Dignitatis*

Svakom pojedinom sredstvu društvenog priopćavanja pripisuje se pripadajući način djelovanja, koji se treba poštovati. Iako ne zaboravlja *pri-matelje* priopćenja, dokument svraća pogled na poseban način na one koji priopćuju poruku - na *pošiljatelje*, »*komunikatore*«.

Potvrđuje se pravo na informiranje, jer se pravim i pravodobnim priopćivanjem informacije pospješuje veći napredak svega građanskog društva (*IM 5*). Sloboda informacija (*IM 12*), posebno umjetnost (*IM 6*), ograničeni su da se zbog loše uporabe tih sredstava ne bi pojavile teške neprilike javnom moralu i nepretku društva.

Sabor upućuje i na moć »javnog mnijenja«, koje »danas izvanrednom snagom i autoritetom« utječe na život građana i potiče da se pomoću sredstava društvenog priopćavanja »oblikuje i širi ispravno javno mnijenje« (*IM 8*). Kriterij, prema kojem bi se komunikatori, koji nose veliku odgovornost, trebali voditi jest zajedničko dobro (*IM 11*).

Vjerske bi sadržaje i programe trebalo povjeriti dostojnim stručnim osobama kako bi ih one priopćile s dužnim štovanjem. Već samo spominjanje te teme pokazuje nam da se prije svega misli na kršćanske novinare u publicistici. No, specifična crkvena publicistika ili crkvena suradnja u istoj nisu posebno obrađivani.

Drugo poglavlje dokumenta pozivlje sve vjernike da djelotvorno upotrijebe sredstva društvenog priopćavanja za apostolat. Laici, koji rade u tim sredstvima, trebaju pomagati pastoralno djelovanje Crkve »tehničkim, gospodarskim, kulturnim i umjetničkim silama« (*IM 13*).

IM 14 obrađuje pojedinačno sredstva društvenog priopćavanja, zahtijevajući da se promiče kvalitetan tisak, dobre radio-televizijske emisije, »prije svega one koje su vrijedne za obitelj«. A na poseban način »neka se promiču emisije pomoću kojih se slušatelji i gledatelji dovode do toga da sudjeluju u životu Crkve i budu prožeti religioznim istinama«. U svezi s time potiče se i na »brižno osnivanje katoličkih radio-postaja« koje treba osnivati tamo »gdje se to pokaže zgodnim«.

Dosljedno tome zahtijeva se »pravodobna« izobrazba svećenika, redovnika i laika koji bi posjedovali potrebnu spremu u uporabi tih sredstava da bi se zadovoljilo iznesenim potrebama. Sabor ne spominje samo izobrazbu autora i novinara, nego i kritičara (*IM 15*).

Kvaliteta bi trebala biti osigurana i u tehničkom pogledu; stoga je potrebna financijska potpora sredstvima (*medijima*) od vjernika.

Kako bi se pospješila i povećala djelotvornost *medija* i njihovo zalaganje za apostolat, »Sveti Sabor određuje i zapovijeda da se posvuda ustanove i svim sredstvima potpomognu nacionalni uredi za tisak, film, radio i televiziju« (*IM 21*). Oni su podložni biskupu, a dužnost je svakog biskupa da nad takvim »ustanovama (...) bdi je, da ih promiče i, ukoliko se tiču javnog apostolata, koordinira« (*IM 20*).

Na kraju dokumenta poziva se još jednom sve - »u prvom redu one koji upravljaju tim sredstvima«, - da ih nastoje usmjeriti jedino na dobro ljudskog društva, kojega sudbina sve više iz dana u dan ovisi o njihovoj ispravnoj upotrebi (IM 24). Gospodinovo ime treba biti proslavljeno također preko tih novih izuma.

Potrebno je ipak navesti da prihvaćena perspektiva tih godina nastaje zbog zabrinutosti pastoralno-etičkog tipa i da je dokument već od samog početka bio kritiziran zbog te jake naglašenosti, koja je u kontrastu s »teološkom prazninom«¹⁹: *Inter Mirifica* je, naime, izazvala polemike i suzdržanost od kojih su neke optuživale da dekret ima još uvijek »pretkoncilski karakter« i da ne posjeduje teološke vrijednosti nego da ima »teološku prazninu«, shvaćenu kao nedostatak teološko-dogmatskog sadržaja.

Usprkos svemu možemo kazati da »ta kritika nije bila na mjestu jer je sadržaj nacрта i dekreta samog, kasnije odobrenog i promulgiranog, bio teološki, barem u moralnom i pastoralnom smislu; i ako doktrinarno dogmatski nije bio razvijen za to postoje dva razloga. Prvi je bio taj što baš nitko, niti pred Sabor, niti za vrijeme Sabora nije tražio niti očekivao doktrinarno-dogmatski dokument o *mass-medijima*; drugi je bio da, da je to i želio, Sabor ne bi mogao izraziti istinsku i pravu dogmatsku teologiju o *mass-medijima*, jer u to vrijeme glede tog pitanja u Crkvi nije postojala zajednička nauka, niti je bila zadaća Sabora da je obradi i nametne.«²⁰

Problem komunikacije obrađen je dakle ne na temelju teološke doktrine, nego na pretpostavci da evangelizacija, ukoliko prvotna misija Crkve, nije mogla, zbog prilika tog doba, jednostavno zanemariti uporabu novih sredstava i novih tehnika koji su viđeni pozitivno; ne negirajući dakako vrijednost »klasičnih« sredstava evangelizacije.

Sabor također poziva na svjesnu i mjerodavnu (kompetentnu) upotrebu tih sredstava, u skladu s oblicima i uvjetima apostolata. S moralnog gledišta uočava se da Crkva brani dostojanstvo i ljudske vrijednosti. Sredstva društvenog priopćivanja moraju služiti čovjeku i trebaju nastojati »da se veličina istine i dobrote donese na svjetlo i uzvisi« (IM 7).

Što se tiče organizacije, pripravljen je plan o organizaciji struktura za koordinaciju katoličkih snaga: »Neka svi sinovi Crkve složno i po planu nastoje da se sredstva društvenog priopćivanja bez oklijevanja i s najvećim marom prema potrebama vremena i prilika djelotvorno upotrijebe

19 »L'*Inter Mirifica* ha suscitato polemiche e riserve; alcune di esse ne denunciarono l'orientamento moralistico e ristretto che rivelerrebbe una mentalità ancora preconciliare, ed inoltre il suo vuoto teologico inteso come carenza di un contenuto teologico-dogmatico.« SANTOS, Emil, *Comunicazione*, u *Dizionario di Pastorale Giovanile*, nav. dj., str. 168.

20 BARAGLI, E., *Strumenti della comunicazione sociale*, u *Nuovo Dizionario di Teologia*, Roma, 1982, str. 1583.

u mnogobrojnim djelima apostolata« (*IM 13*), a zbog orijentacije vjernika uvodi se i svjetski dan sredstava društvenog priopćavanja: »Da bi se djelotvornije jačao mnogoliki apostolat Crkve u sredstvima društvenog priopćavanja, neka se u svim biskupijama svijeta po sudu biskupa svake godine slavi dan kada će se vjernici podučiti o svom dijelu zadatka u toj stvari« (*IM 18*).

2.3. Učenje drugih saborskih dokumenata

I u drugim saborskim dokumentima spominju se uvijek iznova sredstva društvenog priopćavanja, iako često vrlo općenito i zajednički.

Biskupima se preporuča da se »u naviještanju kršćanske nauke (...) nastoje služiti različitim sredstvima koja im u današnje vrijeme stoje na raspolaganju, (...) javnim izjavama u određenim prilikama, tiskom i drugim sredstvima društvenih komunikacija kojima se treba bezuvjetno služiti pri naviještanju Kristova Evanđelja« (*CD 13*).

Svjetska je situacija istinski paradokсна i zbog toga je izmjena ideja i misli i te kako bitna: »Istina, raste izmjena misli, no same riječi kojima se izriču vrlo važni pojmovi u različitim ideologijama poprimaju vrlo različito značenje. Napokon, marljivo se nastoji ostvariti savršeniji vremeniti poradak a da se ne postiže jednako duhovni napredak. U tako zamršenoj situaciji mnogi naši suvremenici nisu u stanju pravo raspoznati vječne vrijednosti niti su ih sposobni valjano uskladiti s novim. Otuda ih spopada nemir i oni se trzaju između nade i tjeskobe kad se pitaju o sadašnjem tijeku događaja. Taj tijek ljude izaziva, štoviše sili ih da traže odgovor« (*GS 4*). S jedne strane sredstva društvenog priopćavanja pridonose da čovjek, bolje obaviješten, shvati složenost svijeta.²¹ S druge strane - baš zbog tog neprestanog »dotoka informacija« - čovjek može doći u stanje brige i straha i biti potrebit oslobađajućeg pastoralnog djelovanja.

Sredstvima društvenog priopćavanja Sabor pripisuje i dužne pozitivnosti i vrijednosti. Predstavljena su kao stvarna mogućnost poboljšanja i napretka kulture. Nova životna senzibilnost, masovna kultura i novi načini provođenja slobodnog vremena pod utjecajem su *mass medija*; zahvaljujući njima malo-pomalo nastaje univerzalniji oblik ljudske kulture, koji promiče i izražava jedinstvo čovječanstva štujući osobitosti svake pojedine kulture (*GS 54*).

Osobitost svake kulture zahtijeva da čovjek može slobodno očitovati i širiti svoje mišljenje i da napokon bude po istini obaviješten o događajima javnoga života (*GS 61*).

21 *GS 6*: »Nova i sve prikladnija sredstva društvenog priopćavanja omogućuju lakšu informaciju o događajima te brzo širenje ideja i nazora, što sve izaziva lančane reakcije.«

Sredstva društvenog priopćavanja mogu znatno pridonijeti i univerzalizaciji kulture i odgoju, kao što je to već spomenuto u *IM (GS 61)*.

Cetvrta glava dokumenta, koja govori o životu političke zajednice, spominje želju mnogih da sudjeluju i pridonose političkom životu. Pritom se nikako ne smiju zaboraviti prava manjina (*GS 73*). Upravo su one često previdene od medija, i kršćanski bi novinari trebali biti »glasom zaboravljenih«.²²

U dekretu o apostolatu laika (*AA*) upozoruje se da su karitativna djela i djela uzajamne pomoći, danas kada raspoložemo bržim sredstvima komunikacije, »urgentnija i općenitija«²³ (*AA 8*). S pomoću sredstava društvenog priopćavanja saznajemo puno više od prijašnjih naraštaja o potrebama ljudi koji žive vrlo daleko od nas.

Odgojni trenutak sredstava društvenog priopćavanja susrećemo u Deklaraciji o kršćanskom odgoju (*GE*). Sredstva društvenog priopćavanja omogućuju ljudima više slobodnog vremena, lakši pristup duhovno-kulturnoj baštini i čvrću povezanost skupina i naroda koji se međusobno nadopunjuju (*GE, Proslav*). Između različitih metoda kršćanskog odgoja, deklaracija kao jedno od sredstava navodi i medije koji mogu pridonijeti ispunjenju crkvene odgojne zadaće (*GE 4*).

Odgajem i pripremanjem žena i muškaraca za misionarski rad Crkve bavi se broj 26 Dekreta o misijskoj djelatnosti Crkve (*AG 26*), koji glasi: »Neka bude i takovih koji se savršeno umiju služiti sredstvima tehnike socijalnog komuniciranja, a svi neka mnogo cijene njihovu važnost.«

Konstitucija o svetoj liturgiji (*SC*) prihvaća kao nešto sasvim razumljivo radijski ili televizijski prijenos svetih obreda, upozoravajući da se »vrše umjereno i dostojno, pod vodstvom i uz jamstvo prikladne osobe koju za taj posao odredi biskup« (*SC 20*). Smislom i svrhom takvih prijenosa Konstitucija se ne bavi.²⁴

Posljednja deklaracija pripremljena od saborskih Otaca jest ona o vjerskoj slobodi (*DH*). Kroz čitavu Deklaraciju u prvi plan dolazi ključna riječ: istina. Istina koja se mora tražiti slobodnim istraživanjem, izmjenom

22 »Wenn Kirche von ihrem eigenen theologischen Selbstverständnis nicht für sich selbst lebt, sondern für die Welt, dann folgt daraus, daß es für die Praxis der Informationsvermittlung nur konsequent ist, weniger über Christliches zu berichten, als vielmehr christlich über anderes«. SCHMIDT-DEGENHARDT, Meinhardt, *Programatische Stichworte zum Selbstverständnis der Kirchenfunkarbeit*, u *Communicatio Socialis*, 15 (1982), str. 282-299.

23 Prevoditelj dokumenata na hrvatski jezik dio rečenice »multo urgentiora et universaliora« prevodi s »urgentnija i općenitija«. Da bi se izbjegao nesporazum, smatram da je dobro pripomenuti da izraz »universaliora« treba shvatiti kao »sveobuhvatnija«, »šira nego ranije«.

24 Glede radio-televizijskog prijenosa mise razvila se, nakon Sabora, polemika u koju su se uključili i teolozi poput Karla Rahnera i Johanna Baptista Metzsa koji su se usprotivili

mišljenja i dijalogom.²⁵ Govoreći o posebnosti evandeoskog Kristovog naviještanja, Deklaracija nam u njemu nudi primjer i model za »strpljivo« naviještanje (*DH 11*). Njegov način nije prisilni; njegovo naviještanje uzima u obzir ljudsko dostojanstvo i osobitost Evandjelja (*DH 11, 14*).²⁶

2.4. *Communio et Progressio*

U uvodu pastoralne instrukcije (br. 1) *Communio et Progressio*, kao najviši ciljevi društvene komunikacije i njezinih sredstava - tiska, kinematografske produkcije (filma), radija i televizije - navode se zajedništvo i napredak ljudskog društva (*communio et progressio!*). Ona su darovi Božji i Crkva ih takvima drži (*CeP 2*), jer bratski povezuju ljude jedne s drugima. Eksplicitno se izlaže da pastoralna instrukcija ne namjerava analizirati pojedinosti svakog navedenog medija nego da će se zadržati na općim načelima i primjenama zbog toga što je ta materija kontinuirano u razvoju.²⁷ Kao mjerodavni kriterij primjene medija navodi se njihovo služenje čovjeku: problemi i očekivanja ljudi moraju biti vidljivi, da bi se mogli rješavati i da bi solidarnost između ljudi bila sve bliskijom (*CeP 6*). Mediji trebaju biti u službi istine (*CeP 13*). Kršćanska općesvjetska zadaća - zaposjesti zemlju i sebi je podložiti (*Post 1, 26-28*) - može se ostvariti uz

takvoj praksi. No, pastoralni razlozi - koji se navode kao *causa principalis* takve prakse - prevladavaju u gledanju na taj problem. Usp. RAHNER, Karl, *Sendung und Gnade. Beiträge zur Pastoraltheologie*, fünfte, erweiterte Auflage. Einleitung, Anmerkungen und Register von K. H. Neufeld, Tyrolia Verlag, Innsbruck-Wien, 1988, str. 184-197 (tal. prijevod: *Missione e Grazia*, Paoline, Roma, 1964, str. 271-290); SANDERS, Wilm, *Gottesdienst im Fernsehen*, u *Studia Liturgica*, 1987, vol. 17, str. 129-141; METZ, Johann Baptist, *Kirchliche Kommunikationskultur: Überlegungen zur Kirche in der Welt der Massenmedien*, u *Comunicatio Socialis*, 24(1991), str. 247-258; HAHN, Johan G., *Liturgy on television or »television-liturgy«*, u *Media Development*, 31(3/1984), str. 9-19; LEVER, Franco, *I programmi religiosi alla Radio e in Televisione: Rassegna di esperienze e prospettive in Italia e in Europa*, Elle Di Ci, Torino, 1991.

- 25 *DH 3*. Ovdje se ne govori eksplicitno o sredstvima društvenog priopćavanja, premda smo na više mjesta već susretali da, kada je riječ o izmjeni mišljenja i dijalogu, to pripada u područje medija.
- 26 Obadvoje je, po mom mišljenju, vrijedno spomena u naviještanju Evandjelja s pomoću različitih medija. Moraliziranje ili optužbe često mogu biti shvaćene pogrešno i stoga je potrebno svakog čovjeka uzeti ozbiljno, što ne znači da radikalnost poruke Evandjelja treba na bilo koji način prikrivati. Baveći se analizom ove deklaracije, s čuđenjem se primjećuje da ne govori ništa o sredstvima društvenog priopćavanja. Upravo vjerska sloboda omogućuje dijalog s drugim kulturama i religijama. U našem pluralističkom svijetu taj dijalog vodi se i preko medija. Budući da su u drugim saborskim dokumentima, pa makar i »rubno« spomenuti, vjerujemo da su zaslužili jedan članak i u ovome.
- 27 *CeP*, br. 3: »... Nei suoi principi dottrinali e nelle sue direttive pastorali essa si mantiene sulle generali, senza scendere ad applicazioni particolari, che, data la continua fluidità ed evoluzione della materia, dovranno decidersi soltanto secondo le circostanze di tempo e di luogo«. Usporedi također br. 16.

pomoć medija, jer su oni kadri »prenositi znanja« i jer mogu sudjelovati u »stvarateljskom djelu« (CeP 7). Upada u oči da se već u prvim člancima pastoralne instrukcije na poseban način ističe ljudska zajednica.²⁸

Kao model savršenog komunikatora i kao učitelj savršene komunikacije navodi se Krist. On je ljudima govorio iz srca, prilagodio se stilu i načinu života, razmišljanja i govora svoga vremena i naroda u koji je bio utjelovljen. Naposljetku, darovao je samog sebe u ljubavi i njegova je komunikacija »duh i život« (Iv 6,63) (CeP 11). S takvom karakterizacijom Isus može biti polazna točka za javno govorenje, također i u medijima: biti i ostati vjerodostojan u govoru koji ljudi razumiju; govoriti im iz srca; dopustiti drugome da govori i do toga ga dovesti; reći ono što svi žele reći i ono što se svima mora reći. Sveti Pavao je imao uspjeha s »pisanom riječju«, no Isus je uveo izrazitom snagom »govornu riječ« (koja je dođuše čvrsto vezana uz tradiciju njegova vremena) s neusporedivom djelotvornošću.

CeP 14, citirajući GS 36, podsjeća na pojedine osobitosti solidnost, istinu, dobrost, vlastite zakone i ustrojstvo medija, koji se moraju poštovati pri njihovoj uporabi.

»Isto tako treba zadržati ravnotežu između javne informacije, poučnih programa, predstava i zabave« (CeP 16), a osim što omogućuju javan dijalog čitavog društva (CeP 18), medijima se pripisuje i mogućnost pomoći u borbi protiv nepismenosti (CeP 20) i u odgoju.

Osim prednosti i prinosa, pastoralna instrukcija jednako tako dobro uočava i još neriješene probleme: kako se riješiti nebrige u pripremanju vijesti koje se potom, bez potrebne revizije, šalju u program; na koji način omogućiti ljudima da razlikuju istinu od laži; kako se oduprijeti režimima koji bi željeli ta ista sredstva zloupotrijebiti; na koji način spriječiti da prenesene slike i govor ne poremete međuljudske odnose; da se primatelji založe za stvaran život i budu aktivni bez obzira na to što mediji često prikazuju snove, itd. (CeP 21). Među najvećim problemima zasigurno je »nastojanje i želja da se ugodi publici«, da bi broj onih koji nas gledaju/čitaju/slušaju bio što veći i da bismo mogli na taj način imati veće prihode i još više sponzora.

Pastoralna instrukcija priznaje nužnost brže i aktualnije informacije (CeP 37-42), no istodobno upozoruje na opasnost povezanu s time jer se vijesti često ne stignu provjeriti.²⁹

28 Usp. CeP 8, 12: »Cosi ogni individuo, unito con tutti gli uomini suoi fratelli, contribuisce all'attuazione del piano divino nella storia« (CeP 8); »... e giusto annoverare gli strumenti della comunicazione sociale tra i mezzi piu validi di cui gli uomini dispongono per consolidare la carità, frutto e causa, a un tempo, della comunione« (CeP 12).

29 Dok pišem ovaj članak, u Bosni i Hercegovini bjesni rat. Česta neinformiranost ili poluinformiranost, uz prečesta jednostrana i tendenziozna izvješća iz ratom zahvaćenih po-

Pod međunaslovom »pouka, kultura i zabava« govori se o odgovornosti medija za kulturnu izgradnju: svatko ima pravo pristupa kulturi i civilizaciji, svakoj kulturi treba priznati njezin identitet i mogućnost razmjene s drugima (*CeP 50, 51*). Kao što sredstva društvenog priopćavanja mogu obogatiti kulturu, isto tako mogu je degradirati u dostojanstvu i kvaliteti, navodi *CeP 53*, s pomoću trajne ponude bezvrijednih programa koji otupljuju čovjekov kritički duh.

»Enormne sume koje dolaze od ekonomskog propagandnog programa³⁰ prijete u temelju sredstvima društvenog priopćavanja jer (...) može publiku dovesti do uvjerenja da je njihov gotovo jedini cilj napuhnuti potrebe čovjeka, kako bi se povećala potrošnja« (*CeP 62*).

U svom trećem dijelu pastoralna se instrukcija još jednom osvrće na posebnosti i zakonitosti medija. Predstavnici Crkve, laici ili svećenici, ohrabruju se da djeluju svjedočeći u medijima, zahtijevajući od njih da šire istine o katoličkim stajalištima glede važnih društvenih pitanja u svojoj radnoj sredini. Kao takvi oni mogu pomoći da »se ne zanemaruju vjerski događaji od javnog interesa« (*CeP 103*). Da bi se tako nešto moglo izvesti, potrebno je ispuniti uvjete za djelotvornu nazočnost: prije svega potrebno je poznavanje određenog sredstva društvenog priopćavanja i načina njegova djelovanja (*CeP 106*).³¹

»Govor se Crkve ne odnosi samo na vjernike već se proširuje na čitav svijet. Zahtijevaju, naime, da Crkva objavi svoju nauku i svoje djelo (...) Naposljetku, kako uči Drugi vatikanski sabor, Crkva mora znati odgonetati (čitati) znakove vremena preko kojih Bog govori« (*CeP 122*). »Budući da su sredstva društvenog priopćavanja često jedina veza i izvor informacija između Crkve i svijeta, onaj tko bi ih zanemario, stvarno bi prikrivao talente darovane mu od Boga« (*CeP 123*). Na osnovi izloženoga uočljivo je, po mojem sudu, da je sudjelovanje u radu medija upravo

dručja priječe pronalaženje bržeg i pravednog rješenja koje bi vodilo neminovnom zauzavljanju rata i ne pomažu shvatiti talijanskoj javnosti, ni brzinom ni točnošću navedenoga, o kakvom je ratu tu zapravo riječ. Stoga je upozorenje pastoralne instrukcije i danas - ne samo zbog tog primjera - vrlo aktualno.

30 Različiti jezici rabe taj naziv s različitim konotacijama: *advertising* u engleskom, *Werbung* u njemačkom, *réclame* u francuskom, *pubblicità* u talijanskom jeziku ipak žele reći uvijek: »učiniti poznatim u svrhu prodaje«. Usp. BROCHARD, Bernard - LENDRE-VIE, Jacques, *Le regole del gioco. Le Pubblicità*, Lupetti e coll., Milano, 1990, str. 17: »Il significato originario del termine «pubblicità» è «azione di rendere pubblico», «stato di ciò che è reso pubblico». (...) La data 1830 ha importanza perché lega lo sviluppo della pubblicità a quello dell'industrializzazione e alla nascita dei mercati di largo consumo.«

31 *CeP 106*: »Vescovi e sacerdoti, religiosi e laici, tutte persone che in qualche modo rappresentano la Chiesa, sempre più frequentemente vengono invitati a collaborare nella stampa, a parlare ed a comparire nei programmi radiofonici e televisivi, ed anche nei film. (...) Ma la natura stessa degli strumenti di comunicazione richiede che quanti vi scrivono, vi parlano o vi agiscono, siano preparatissimi a queste prestazioni specifiche.«

kršćanska zadaća. Na koji način? U javnim, društvenim medijima ili u vlastitim, crkvenim? Na to pitanje odgovor nam daje *CeP 132*: »Crkva može objelodaniti vlastito mnijenje upotrebljavajući, pod određenim uvjetima, sredstava priopćavanja koji nisu njezino vlasništvo ili, eventualno, putem sredstava koje posjeduje i kojima upravlja: rješenja su različita, već prema različitim zemljama i pojedinim sredstvima.« U svezi s time, dužnost je crkvenih vlasti da dadnu prikladne smjernice i upute.

U trećem dijelu trećeg poglavlja dokument obrađuje završno medije pojedinačno. No pri tomu stavlja zajedno radio i televiziju (*CeP 148-157*).

Elektronski mediji označeni su kao aktualni i izravni, što znači da gledatelju ili slušatelju omogućuju izravno sudjelovanje u kulturi i svjetskim događanjima. Preskaču granice između vremena i prostora. Uz to, služe kao zabava, odgoj i informacija.

»U svakodnevnim radio-televizijskim programima neka se da, u skladu s uvjetima, prikladno mjesto vjerskim interesima i aspektima ljudskog postojanja« (*CeP 149*). Vjerski programi (emisije) pomažu vjernicima aktivno ispuniti njihovu ulogu u Crkvi i svijetu. Važni su ponajviše oni koji zbog starosti ili bolesti više ne mogu sudjelovati u društvenom životu i istodobno omogućuju veze onih koji su daleko od Crkve, a žude za duhovnom pomoći, s njom samom. Napokon, omogućuju dolazak Radosne vijesti u one krajeve gdje Crkva i Krist još ne vrše njihovu aktivnost (*CeP 150*). Pod tim se programima razumijevaju i prijenosi svete Mise i drugih crkvenih slavlja.

Pastoralna instrukcija *Communio et Progressio* (1971) napisana je da bi nadopunila »teološke praznine« i proširila horizonte dekreta *Inter Mirifica*, pružajući istovremeno nove smjernice glede sadržaja (zbog toga što obrađuje komunikaciju u samoj Crkvi i javno mnijenje) i perspektive u kojima treba promatrati komunikaciju. U svemu tome produbljuje doktrinalne poglede Učiteljstva jer se već u samom dekretu *Inter Mirifica*, br. 23, zahtijeva objavljivanje pastoralne instrukcije o sredstvima društvenog priopćavanja.³² Pastoralna instrukcija pripremljena je od Papinske komisije za društvene komunikacije i objavljena od pape Pavla VI dana 27. svibnja 1971. Temeljna postavka te pastoralne instrukcije obogaćuje kršćansku viziju o *mass-medijima*. S doktrinalne točke gledišta uzima se u obzir u toj globalnoj viziji Božjeg spasenjskog plana s jedne strane *comunicatio*, s druge *communio*.³³ Bez obzira što su *comunicatio* i *communio*

32 *IM*, br. 23: »Da bi se svi principi i norme ovog Svetog Sabora o sredstvima društvenog priopćavanja proveli, neka se po izričitom nalogu Koncila izda *pastoralna instrukcija* brigom ureda Svete Stolice o kojem je riječ pod brojem 19 uz pomoć stručnjaka iz različitih nacija«.

33 »Alla base di questo documento, dal punto di vista dottrinale, c'è il prendere in considerazione all'interno della visione globale del piano salvifico divino sia la comunicazione sia la comunione«. CARNICELLA, M. Cristina, *nav. dj.*, str. 307.

jasno odvojene jedna od druge, istodobno su u odnosu kao sredstvo i cilj. Komunikacija je viđena, naime, kao »socijalno-činjenična stvarnost koja je u sebi religijski i moralno neutralna«,³⁴ iz čega logično slijedi da može biti upotrebljavana, kao takva, bilo za dobro čovječanstva bilo za zlo. »Postat će pozitivnom vrijednošću samo ako će dovesti do zajedništva onih koji komuniciraju, to jest do suglasja - jedinstva volja i srdaca, bilo na prirodnom planu, na različitim razinama društvenih skupina - obitelji i ostalih primarnih grupa, rasa, kultura, slojeva, naroda, nacionalnosti; bilo na nadnaravnom planu, u Crkvi i između svih ljudi, pozvanih da u vjeri i milosti čine jedinstveni Božji narod putnika na zemlji i jedinstveno zajedništvo svetih u uživanju Boga«. ³⁵ Svrha je komunikacije zapravo zajedništvo i stoga sredstva društvenog pripočavanja trebaju biti upotrebljavana za poboljšavanje međuljudske komunikacije. Na žalost, u svagdašnjem životu te dvije stvarnosti nisu proporcionalne i povećavanje komunikacije ne stvara automatski porast zajedništva. Zadaća bi kršćana stoga trebala biti: djelovati tako da se ovjerovi i ostvari kvalitativni skok od komunikacije do zajedništva. Zajedništvo i cjelovita promocija čovjeka bit će plodovi i kriterij međuljudske komunikacije i njezinih sredstava. Teološka je pak perspektiva dokumenta viđenje trinitarnog zajedništva, utjelovljenja i života Krista, savršenog komunikatora, kao modela svekolike ljudske komunikacije.

3. Postkoncilsko Učiteljstvo

Zahvaljujući u prvom redu dekretu *Inter Mirifica* i potom apostolskoj instrukciji *Communio et Progressio*, uveden je, u crkveni ambijent, koncept »društvenih komunikacija«. Koncept kojim se izražava svijest i istina koja se ne može poreći da upotreba takozvanih »sredstava društvenog pripočavanja« djeluje na društvo: djelovanje može biti negativno ako tim sredstvima upravljaju ugnjetavalačke snage - kao, na primjer, društvene tehnike kontrole za prijenos ideologija ili manipulacije masa - no, može biti i pozitivno ako daju svoj obol ostvarenju pravde, prijenosu kulture, ohrabivanju izgradnje i sudjelovanja u različitim zajednicama. Ova posljednja djelovanja Crkva nikako ne smije i ne može ignorirati.

Nove komunikativne tehnike sa sobom donose neizbježno i novi način izražavanja sa simbolima i pojmovima glede zvukova i slika, pridonose da se dadne novi oblik novim sadržajima, pridonose novom društvenom kon-

34 Usp. BARAGLI, E., *Strumenti della comunicazione sociale*, u *Nuovo Dizionario di Teologia*, Roma, 1982, str. 1587. Autor misli na nauku izloženu u dekretu *Inter Mirifica* iz 1969.

35 Usp. BARAGLI, E., *nav. dj.*, str. 1587.

tekstu u kojima se ti mediji rabe i isto tako političkim i ekonomskim strukturama vlasti u kojima je značenje tehnologija definirano od raširenih blagodati. Susrećući se s time ozbiljno, Crkva se mora okrenuti unatrag definirajući jasne teološke pretpostavke i razmisliti na koji su način pojedine vjerske tradicije izražene u kompleksu čimbenika koji slijede pojavu novih komunikativnih tehnologija.³⁶

Upravo s te perspektive pokrenula se čitava serija inicijativa u crkvenom ambijentu: organizacija seminara, otvaranje tiskarskih središta i širenje knjiga i filmova s religioznim tematikama, utemeljenja radio i televizijskih postaja, sudjelovanja u radio-televizijskim programima.

Istim korakom, slijedeći trag saborskih dokumenata, pošlo je i postkoncilsko Učiteljstvo: sredstva društvenog priopćavanja ušla su u gotovo sve dokumente pastoralnog značaja. Na ovom mjestu prisjetimo se samo Deklaracije biskupske konferencije Latinske Amerike (*Medellin*, 1968.), brojnih govora pape Pavla VI. prigodom Svjetskog dana društvenih komunikacija, njegovog apostolskog pisma *Octogesima Adveniens* (1971), *Općeg katehetskog direktorija* (1971), apostolske pobudnice *Evangelii Nuntiandi* (1975); dokumenta iz *Pueble* (1979) i mnogih drugih dokumenata i intervencija za vrijeme pontifikata pape Ivana Pavla II, dolazeći tako do prošlogodišnje pastoralne instrukcije *Aetatis Novae* (1992) o društvenim komunikacijama, objavljene prigodom dvadesete godišnjice *Communio et Progressio* izdane od *Papinske Komisije za društvene komunikacije*. U svim tim dokumentima susrećemo pastoralno razmišljanje koje odražava i ističe važnost i urgentnost upotrebe društvenih komunikacija u evangelizaciji i promociji čovjeka. Ne nedostaje niti kritička senzibilnost za sve one igre vlasti i onih koji tim sredstvima upravljaju i manipuliraju. Govor o sredstvima društvenog priopćavanja prilično je jasan, dok se glede pastoralne prakse govori više o inkulturaciji, dijalogu, katehezi, simbolizmu i sl.

Evangelii Nuntiandi 45 izjavljuje da »bi se Crkva osjećala krivom pred Gospodinom kada ne bi upotrebljavala ta moćna sredstva (...); služeći se njima Crkva 'propovijeda s krovova' navještaj (...); u njima nalazi modernu i djelotvornu inačicu propovijedaonice. Zahvaljujući njima u mogućnosti je obraćati se mnoštvima (...); evanđeoski navještaj trebao bi preko njih stići do mnoštva ljudi, sa sposobnošću da prodre u savjest svakog od njih, kao da je taj jedinstven, sa svime što ima kao pojedinac i osoba, i uspjeti ga privoljeti na pristanak, i osobne obveze.«

36 Usp. WHITE, Robert, *The Growing Dialogue between Theology and Communications*, u SOUKUP, P., *Communication and Theology*, London, 1983, str. 10.

Približavajući se novoj eri, komunikacija se sve više širi i utječe znatno na svjetske kulture, navodi pastoralna instrukcija *Aetatis Novae*³⁷ i tehnološki prevrati predstavljaju tek jedan oblik tog fenomena. Nema više mjesta na kojem se utjecaj medija ne bi zapazio u vjerskim i moralnim stavovima, u političkim i gospodarskim sustavima, u odgoju. Nitko više ne može ignorirati ulogu komunikacije koju ne mogu zaustaviti više ni geografske niti političke granice, posebno ako se prisjetimo velikih promjena koje su se zbile počevši od 1989. naovamo.

Drugi dio pastoralne instrukcija (*AEN 6-11*) obrađuje sustavno zadaće sredstava komunikacije: moraju služiti osobama i kulturama, dijalogu sa suvremenim svijetom, čovječanstvu i društvenom napretku, crkvenom zajedništvu i na kraju - novoj evangelizaciji.³⁸

Pred izazovima našeg vremena Crkva mora biti kadra kritički ocijeniti vrijednost tih sredstava, mora uočiti koju ulogu imaju u političko-ekonomskom pogledu, mora biti spremna braniti pravo na informiranost i na komunikaciju (*AEN 12-15*).

Među pastoralne prioritete pripadaju obrana ljudskih kultura, razvoj i promocija crkvenih sredstava komunikacije, formacija kršćana koji bi mogli raditi s njima³⁹ kao i pastoral već zaposlenih u tim sredstvima (*AEN 16-19*).

Osim toga potrebna je pastoralna programacija s posebnim naglaskom stavljenim na odgovornost biskupa za njezino izvođenje kao i na urgentnost pastoralnog plana za društvene komunikacije (*AEN 20-21*). Da bi se olakšao rad oko pripreme pastoralnog plana, pastoralna instrukcija nudi u *Dodatku* elemente potrebne za taj plan (*AEN 23-33*).

3.1. Teološko otvaranje društvenoj komunikaciji

Samo je po sebi razumljivo da se proces razmišljanja, započeta na Drugom vatikanskom saboru, nije zaustavio već da je -jednom utemeljen - bio godina produbljan i razvijan. Proces razmišljanja koji je zapravo bio za-

37 *AEN I*: »All'approssimarsi di una nuova era, la comunicazione conosce una considerevole espansione che influenza profondamente le culture del mondo nel suo insieme.«

38 *AEN II*: »Oltre i numerosi mezzi tradizionali, come la testimonianza di vita, l'insegnamento del catechismo, il contatto personale, la pietà popolare, la liturgia ed altre celebrazioni simili, l'utilizzazione dei media è diventata essenziale all'evangelizzazione ed alla catechesi. (...) I mezzi di comunicazione sociale possono e devono essere strumenti al servizio del programma di ri-evangelizzazione e di nuova evangelizzazione della Chiesa nel mondo contemporaneo.«

39 Usp. Kongregacija za Katolički odgoj, *Orientamenti per la formazione dei futuri sacerdoti circa gli strumenti delle comunicazioni sociali*, Città del Vaticano, 1986.

počet od već postojeće prakse⁴⁰ pomaknuo se na teoretsku razinu i tako objelodanio da se sve brži napreci na području komunikacije ne trebaju gledati samo u funkciji tehničko-znanstvenog napretka, nego da se ukorjenjuju u potrebama evolucije socijalno-kulturno-psihološko-duhovnog reda. »čovjek ne živi od samog kruha; i potreba za komuniciranjem je simptomatična ljudskoj težnji prema životu koji se obogaćuje suradnjom s drugima.«⁴¹

Iz tog je izlazila na površinu spoznaja - prvo na razini javnog zanimanja, poslije na razini istraživanja i studija - da ljudska komunikacija nije tek tehnički čin, nego je objekt razmišljanja, problematika koju treba analizirati i raščlaniti na njezine temeljne sastavnice, u svim svojim mehanizmima i utjecajima, u modifikacijama koje vrši nad čovjekom. Čovjek koji živi pod stalnim dotokom poruka koje na donekle strukturiraju i sastavljaju njegov svijet, ali jednako tako čovjek koji je istodobno stvaralac i oblikovalac tog komunikativnog svijeta, ako komunikacija ne dolazi samo preko vanjske tehničke stvarnosti nego preko globalnosti čovjeka samog, preko njegove nazočnosti, njegovog bitka, njegovog djelovanja.⁴²

Stoga, razmišljati o »komunikaciji« ne znači zaustaviti se tek na samim tehničkim strukturama, niti studirati riječ i sliku, nego razumijeva zanimati se za čitavo široko područje i potpunu realnost koja određuje čovjeka, njegove načine odnošenja s drugima i potrebe koje iz tih načina proizlaze. Moderni je čovjek čovjek komunikacije. Živi u svijetu komunikacija. Upravo tom tipu čovjeka Crkva se obraća i danas i ne može ne misliti na tu novu stvarnost. Govoriti o prijelazu od prakse na teoretsko razmišljanje na crkvenom planu označuje neizbježno staviti tu problematiku pod »povećalo« teološkog razmišljanja.

Sa stajališta teološkog razmišljanja, tema komunikacije neprestano se promatrala pod pastoralnim, moralnim i ekleziološkim vidom. Razlikujući se od *Communio et Progressio*, koja je počela od *communicatio divina* vidjevši u njoj model i temelj ljudske komunikacije i upotrebe *mass-media*, pronalazeći na taj način dogmatske temelje u Svetom pismu, sadašnje

40 »Nella Chiesa la prassi generalmente ha sempre preceduto la dottrina o la riflessione. Fino a questi ultimi decenni, la comunicazione non è mai stata oggetto di una riflessione teologica esplicita e sistematica«. SANTOS, Emil, *Comunicazione, nav. dj.*, str. 165.

41 COMMISSIONE INTERNAZIONALE DI STUDIO SUI PROBLEMI DELLA COMUNICAZIONE NEL MONDO, *Comunicazione e società oggi e domani*, Torino, 1982, str. 39.

42 Čovjek komunicira onime što on zapravo jest. Biti na jednom mjestu a ne na drugom, šutjeti a ne pričati, oblačiti se na određeni način, više voljeti jedne oblike zabave od drugih, ... sve je to dio komunikativnog ljudskog procesa. Usp. WATZLAWICK, P. BEAVIN, J. H. JAKSON, D. D, *Pragmatica della comunicazione umana*, Roma, 1971, str. 42.

teološko razmišljanje kreće od poznavanja trenutnih komunikativnih problema kršćanskog i crkvenog života i od njihove analize. Evanđeoske vrijednosti komunikacije nisu zanemarene, štoviše, dozivaju se u pamet za vrednovanje i pre-orijentiranje tih danas postojećih procesa na pastoralnom planu.

Sad već problematika »komunikacija« (koja je mnogo šira i sveobuhvatnija od same problematike »sredstava«) postaje prvotnom brigom i nije više videna tek kao »strumentalna periferija« crkvenog i društvenog suživota. Pred neizbježnim nadolaženjem i trajnim izazovom sekularizacije danas se moramo zapitati: »Kako priopćiti/komunicirati našu vjeru današnjem čovjeku i mladima? Na koji način možemo ući u odnose da stvarno postanemo »Crkva«? Kako i na koji način nam znanosti društvenog priopćavanja mogu pomoći u tom procesu trajno i konkretno?

Robert White nabraja različite probleme koje bi trebalo produbiti u aktualnim teološko-pastoralnim raspravama a koji se odnose na pastoralne komunikacije:⁴³ postojeća neslaganja u vezi s pristupom i načinom uporabe sredstava i drugih oblika komunikacije za kršćanski navještaj; hitna potreba prilagodbe teoloških izraza na današnju kulturu, načine razmišljanja današnjeg čovjeka, različitih jezika mass-medija; rasprava o integraciji komunikacije u odgoj i izobrazbu budućih svećenika i pastoralnih djelatnika; hermeneutički problemi, kao i etičko-moralni.

Dakle, lako je uočljivo da teologija danas ne može ignorirati znanosti društvenog priopćavanja, no teško je definirati na jasan i jednoznačan način vrstu odnosa koji bi trebao postojati između njih dvije zbog različitosti naravi i širine aplikativnih područja. Stoga bi se možda moralo ne pričati samo o radu teologa nego čitavog tima stručnjaka da bi taj rad stvarno bio interdisciplinaran i da bi svatko ostao u području svojih kompetencija, imajući na umu ne samo jedan odnos, nego više njih koji postoje između teologije i znanosti društvenog priopćavanja. Interesna područja vrlo su široka, istraživanja jednako tako. Potrebno je naći odgovore na ova pitanja: Koliko i kako utječu na vjerske vrednote i stavove *mass-mediji*? Koji je odnos između teologije i komunikacije? Na koji način integrirati studij o komunikacijama u izgradnju osoba koje će potom raditi na vjerskom polju (pastoral, kateheza, pouka...)? Kako odgojiti publiku, osobito mlade, da ispravno vrednuju i »kritiziraju« programe koji su im ponudeni od različitih medija? Kolike i kakve su etičke odgovornosti onih koji upravljaju medijima? Na koji način pridružiti navještaju koji je prije svega bio

43 Usp. WHITE, Robert, *I mass media e la cultura nel cattolicesimo contemporaneo*, u *Vaticano II - Bilancio e prospettive venticinque anni dopo*, brigom LATOURELLE, Rene, Assisi, Cittadella Ed., 1987, str. 1551-1577.

vezan na ikonografiju, glazbu, arhitekturu, riječ, ... nove oblike umjetnosti kao što su fotografija, film, trodimenzionalna slika?

Vrlo je bitno dakle studirati sredstva društvenog priopćavanja i oblik njihova djelovanja u komunikativnom procesu, no isto je tako bitno definirati ontologiju ljudske komunikacije i iskoristiti na teološkom polju rezultate i metodologije koje ta znanost upotrebljava. Zapreke i poteškoće nisu malene, još je dalek put do Emausa, no Crkva i na tom području ostaje zajednica na putu prema konačnom jedinstvu u kojem će »Bog biti sve u svima« (1 Kor 15,28).

Umjesto zaključka

Istina je da se Crkva nalazi svakodnevno pred novim izazovima. Jedan od najvećih je kako posuvremeniti vlastiti govor, kako učiniti svoju nauku dostupniju ljudima i vjerniju Gospodinu, na koji se način služiti novim iznahašćima i dostignućima ljudskog genija? »Prvi areopag modernog vremena jest svijet komunikacije, koja ujedinjuje čovječanstvo, čineći ga - kako se uobičava reći - »globalnim selom«. Sredstva društvenog priopćavanja stekla su toliku važnost da su za mnoge glavno informativno i formacijsko sredstvo, vodič i inspiracija za individualna, obiteljska i društvena ponašanja.«⁴⁵

Živimo uronjeni u svijet prepun različitih medija koji nam nude informacije: tradicionalnih (knjige, novine, radio i televizija) i novih (satelitska televizija, video-tel, video-text, tele-fax ...). Ne bez posljedica: poruke, koje nam ta sredstva nude, uvlače se u nas. Naše ideje o svijetu, naš svjetonazor, naše mišljenje o određenim vrijednostima, naši ukusi, naši vjerski i religiozni stavovi konfrontiraju se s onima koje nam ti mediji prenose i mogu biti ili potvrđeni ili negirani. Uloga sofisticiranih medija postaje sve važnijom i u stvaranju javnog mnijenja. Utječu na politiku i posebno na razvoj demokracije. Utječu i na sliku koju ljudi stječu o Crkvi i vjeri. Saborska Crkva nadišla je sektašku i trijumfalističku sliku o sebi i aktivno je sudjelovala u javnoj raspravi, izričući se jasno za cjelovitu promociju čovjeka (pravda, mir, razoružanje, gospodarstvo). Očito je da je dosljedno provođenje tih djelatnih smjernica zahtijevalo i zahtijeva korjenite promjene komunikativnih modela⁴⁶ Crkve u susretu sa svijetom i sadašnjom kulturom.

45 GIOVANNI PAOLO II, *Redemptoris Missio*, br. 37, u *AAS*, LXXXIII (1991), str. 285.

46 Usp. DULLES, Avery, *Il Vaticano II e le comunicazioni*, u *Vaticano II - Bilancio e ...*, nav. dj., str. 1507-1523, posebno str. 1508-1515.

THE CHURCH AND SOCIAL COMMUNICATION

Danijel Labaš

Summary

The paper discusses the relationship between the Church and the media of social communication in the course of history, analysing some of the documents of the Church Teachers. The initial attitude of distrust and diffidence eventually gave way to frankness, respect, and acceptance. The Second Vatican Council marked the beginning of a dialogue between theology and the science of social communication.