

EVANJELIZÁCIA V MASMÉDIACH podľa pastoračnej inštrukcii *AETATIS NOVAE* o spoločenskej komunikácii.

Prvá časť.
Anton Fabian

Mnohé dokumenty súčasného cirkevného Učiteľského úradu svedčia o veľkej pozornosti, ktorá je venovaná problematike masmédií⁽¹⁾. Jasné vyjadrenia sú zároveň aj podčiarknutím dôležitosti vplyvu médií na dnešného človeka i poukázaním na potrebnosť evanjelizácie týmto spôsobom. Príkladná starostlivosť Svätého Otca je smernicou i pre naše postoje a hodnotenia.

Predovšetkým sa vynára otázka: Prečo sa kresťania a teológovia majú zapodievať problematikou masmédií a spoločenskej komunikácie? Iba preto, že televízia, tlač, rozhlas a počítače sú každodennou skutočnosťou, ktorú by nebolo múdre z pastorálneho a antropologického hľadiska obísť? Alebo existujú hlbšie teologické dôvody?

V konštitúcii *Dei Verbum*, čl. 2 čítame: «Zjavením sa neviditeľný Boh vo svojej veľkej láske prihovára ľuďom ako priateľom a sa s nimi stýka, aby ich pozval a prijal do svojho spoločenstva. Tento plán zjavenia (*revelationis oeconomia*) sa uskutočňuje udalosťami a slovami, ktoré medzi sebou vnútorne súvisia...» V tej istej konštitúcii sa v 21. článku píše: «Všetka kázateľská činnosť Cirkvi... má sa živiť a dať sa viesť Svätým Písmom. Ved' v posvätných knihách ide s veľkou láskavosťou v ústrety svojim dieťkam Otec, ktorý je na nebesiach a prihovára sa im ». Pozoruhodné sú v týchto citátoch slová: Boh sa *prihovára, stýka sa s ľuďmi, pozýva, prijíma, ide v ústrety*. Teda Boh začína komunikáciu s človekom. Ak človek vierou súhlasne na Božiu výzvu odpovedá, komunikácia dozrieva na dialóg. Prestáva byť úkonom jednosmerným a stáva sa vzájomným. H. Zirker správne poznamenáva: «Základná lingvistická forma viery v biblickom svete je *interpelácia na človeka... Interpelácia vyžaduje odpoveď*»⁽²⁾.

Komunikácia teda nie je výtobytok 20. storočia. Fakt, že Murgaš vymyslel bezdrôtovú telegrafiu, alebo Edison zaznamenal zvuk, ešte neznamená, že oni vymysleli komunikáciu. Oni iba technicky vyjadrili nápad, ktorý pochádza od Boha: že ľudia medzi sebou a s Ním môžu komunikovať. Vynález komunikácie patrí autorovi, ktorý sa volá Boh. Človek v rozličných odtieňoch umeleckého alebo technického smeru len napodobňuje dielo Stvoriteľa.

Ďalší pohľad na komunikáciu nám pripomína inštrukcia Pápežskej rady pre spoločenské komunikačné prostriedky z r. 1971 *Communio et progressio* v čl. 11. Vychádza sa v ňom z predstavy komunikácie ako cesty k spoločenstvu. Komunikácia je „*viac než len vyjadrenie myšlienok alebo výraz citov*“. V tom najhlbšom zmysle je „*odovzdaním seba samého v láske*“. V tomto zmysle odzrkadľuje komunikácia cirkevné spoločenstvo a môže byť tomuto spoločenstvu prínosom. V *Aetatis novae* čl. 6 o tom čítame: «*Oznamovanie pravdy môže mať skutočne vykupujúcu silu, ktorá vychádza z Kristovej osoby... V Slove, ktoré sa stalo telom, dáva sa s konečnou platnosťou na vedomie Boh. V Ježišových slovách a pôsobení, Boh sa stáva oslobodzujúcim a vykupujúcim Slovom pre celé ľudstvo. Toto milujúce samoodhalenie Boha prináša v spojitosti s odpoveďou ľudskej viery hlboký dialóg. Ľudské dejiny a všetky medziľudské vzťahy sa odohrávajú vnútri toho sebaoznámenia Boha v Kristovi. Dejiny samy sa majú stať druhom Božieho slova a patrí k pozvaniu človeka, aby k tomu prispieval tým, že sa bude pokúšať prežívať toto stále neohraničené oznamovanie sa zmierujúcej Božej lásky tvorivým spôsobom. Má to vyjadriť v slovách nádeje a v skutkoch lásky, to znamená svojím spôsobom života. Komunikácia musí preto cirkevnému spoločenstvu ležať na srdci* ».

Toto teologické zdôvodnenie nám dáva odpoveď na otázku: prečo sa kresťan a aj teológ má zapodievať masmediálnou komunikáciou. Komunikácia nie je totiž len šikovná schopnosť niektorých kňazov a katechétov presviedčať iných, ani to nie je len pedagogická metodika na udržanie pozornosti, ale podstatná vlastnosť cirkevnej činnosti. Zdôrazňuje to aj *Aetatis*

novae v čl. 9: «Komunikácia, ktorá sa uskutočňuje v Cirkvi a skrze Cirkev, spočíva v podstate v ohlasovaní blahozvesti Ježiša Krista. Je to ohlasovanie evanjelia ako prorockého a oslobodzujúceho slova ľuďom nášho času; zoči-voči radikálnej sekularizácii je svedectvom o Božej pravde a transcendentnom určení človeka; znamená rozhodnúť sa zoči-voči konfliktom a rozdrobenosti pre spravodlivosť a solidaritu so všetkými veriacimi v službe vzájomného porozumenia medzi štátmi, národmi a kultúrami. Toto chápanie komunikácie zo strany Cirkvi osvetľuje jedinečným spôsobom spoločenské komunikačné prostriedky a úlohu, ktorú podľa plánu Božej prozreteľnosti majú odohrávať pri integrálnom rozvoji ľudských osobností a spoločenskostí».

Dôsledkom takéhoto chápania masmédií je aj ich hodnotenie. Podľa *Communio et progressio* čl. 12, - cirkev pokladá spoločenské komunikačné prostriedky za „Božou prozreteľnosťou dané prostriedky na rozvíjanie vzájomnosti ľudí počas ich pozemského putovania. Je si totiž vedomá toho, že musí svoje poslanstvo oznamovať spôsobom, primeraným príslušnej epoche a kultúram jednotlivých národov a etník“. Hoci v televízii sú niekedy "čertove obrázky" - ako kedysi vraveli horliví kazatelia - napriek tomu ju máme využívať, lebo magistérium nás uisťuje o tom, že Cirkev vidí v spoločenských komunikačných prostriedkoch Božie dary (*Aetatis novae*, čl. 22).

So slovom komunikácia úzko súvisí aj výraz: dialóg. V odporúčaniach Kongregácie pre evanjelizáciu národov z r. 1991 čítame: «Najhlbší dôvod cirkevnej angažovanosti pre dialóg, nie je povahy antropologickej, ale teologickej. V dialógu, ktorý trvá stáročia, Boh ponúkol a ponúka ľuďom spásu. Cirkev, ak má byť verná tejto Božej iniciatíve, musí vstúpiť do dialógu spásy so všetkými ľuďmi»⁽³⁾.

Tento dialóg vyžaduje od Cirkvi, aby sa usilovala aj o pochopenie médií - ich cieľov, postupov, vnútorných štruktúr, foriem a žánrov - a aby podporovala a povzbudzovala tých, ktorí v nich pracujú. Na základe tohto pochopenia a podpory bude možné dávať dôležité návrhy na odstránenie prekážok, ktoré stoja v ceste ľudskému pokroku a hlásaniu evanjelia. *Aetatis novae* čl. 8 vyzýva: «Taký dialóg vyžaduje, aby sa Cirkev aktívne zaoberala svetskými médiami, a najmä rozvojom mediálnej politiky. Kresťania majú skutočne zodpovednosť hlásiť sa z vlastnej iniciatívy k slovu do všetkých komunikačných médií. Ich úloha sa neobmedzuje iba na šírenie cirkevných správ. K tomuto dialógu patrí aj podpora ľudí, ktorí pracujú v médiách; ďalej vypracovanie antropológie a teológie komunikácie, aby sa sama teológia stávala komunikatívnejšou a tým aj schopnejšou ohlasovať hodnoty evanjelia a aplikovať ich na dnešnú ľudskú skutočnosť. Napokon dialóg vyžaduje aj to, aby zodpovední predstavitelia Cirkvi a dušpastieri ochotne a múdro odpovedali na otázky médií: aby sa totiž s tými, ktorí nevyznávajú našu vieru, pokúšali vytvoriť vzťahy dôvery a vzájomného rešpektovania založené na spoločných hodnotách.»

To znamená, že nie je kresťanské ľahostajne sa dívať na manipuláciu s komunikáciou a dialógom v masmediálnej politike, ale treba zaujať jasný postoj. Bude to možné vtedy, ak sa zoberie do úvahy prostredie spoločenskej komunikácie, čiže kultúrny a sociálny kontext, v ktorom sa ona odohráva. *Aetatis novae*, čl. 4 vysvetľuje: «Revolučná zmena, ktorá teraz prebieha v oblasti spoločenskej komunikácie, predpokladá viac než čisto technickú revolúciu: je to totiž základné pretvorenie prvkov, akými človek vníma svet, ktorý ho obklopuje, preveruje svoje vnemy a dáva im výraz. Neustála dostupnosť obrazov a predstáv a ich rýchle odovzdávanie, dokonca z jedného kontinentu na druhý, majú zároveň pozitívne i negatívne účinky na psychologický, morálny a sociálny vývoj osôb, na štruktúru a fungovanie spoločenskostí, na výmenu a komunikáciu medzi kultúrami, na prijímanie a odovzdávanie hodnôt, na svetové názory, ideológie a náboženské presvedčenia. Revolúcia v komunikačnej oblasti dotýka sa aj predstáv, ktoré majú ľudia o Cirkvi, a ovplyvňuje tvorbou vlastných cirkevných štruktúr aj

spôsoby ich fungovania. To všetko má značné pastoračné dôsledky. Médiá možno práve tak použiť na ohlasovanie evanjelia, ako aj na jeho vytlačanie zo srdca človeka. Čím viac sa zapletajú médiá do každodenného života ľudí, tým viac ovplyvňujú ich chápanie zmyslu života».

Pre nás je dôležité všimnúť si fakt, že moc médií siaha tak ďaleko, že ovplyvňujú nielen spôsob myslenia, ale dokonca obsah myslenia. Médiá určujú to, o čom človek mnohokrát dlho rozjíma a čím sa zapodieva. Keďže o kostole, modlitbe a duchovnom živote sa príliš v médiách nehovorí, mnohým sa zdá, že to nie sú dôležité skutočnosti. *«Pre mnoho ľudí je totiž skutočné to, čo médiá predkladajú ako skutočné; čo neuznajú médiá za významné, zdá sa bez významu»* (Aetatis novae čl. 4). Keďže sa vo filmoch predstavujú rozličné vraždy, krádeže, násilie alebo romantické ilúzie, mnohým sa zdá, že toto je skutočný život. Právne hodnoty náboženstva, kultúry a rodiny sa takýmto spôsobom odsúvajú na okraj. Nerešpektuje sa pravá dôstojnosť a určenie ľudskej osoby⁽⁴⁾. Je naliehavo žiadúce - ako píše Ján Pavol II. v *Sollicitudo rei socialis*, - aby médiá rešpektovali a napomáhali celkový rozvoj osoby, ktorý „zahrnuje kultúrny, transcendentný a náboženský rozmer človeka a spoločnosti“⁽⁵⁾. V tomto zmysle sa prorocky vyjadrili konciloví otcovia: *„Ak sa majú spoločenské komunikačné prostriedky používať náležite, je dôležité, aby všetci, ktorí nimi narábajú, poznali základy mravného poriadku a boli ochotní ich v tejto oblasti aj uplatňovať“*⁽⁶⁾.

Nezakrývame si oči ani pred skutočnosťou, že pôvod niektorých individuálnych a spoločenských problémov spočíva v nahrádzaní medziľudských vzťahov stále častejším používaním médií a vášnivou identifikáciou s ich fiktívnymi hrdinami. Rodičia častokrát odbavia deti tým, že ich posadia pred televízor, aby sa sami mohli venovať svojim záujmom. Médiá však nemôžu nahradiť ani bezprostredný osobný kontakt, ani vzťahy medzi členmi rodiny alebo medzi priateľmi. Iba vtedy by mohli byť médiá osožné, keby pomocou diskusie o filmoch, podnecovali komunikáciu medzi ľuďmi, namiesto toho, aby ju nahrádzali.

Treba ešte uvážiť politické a hospodárske štruktúry, ktoré napomáhajú rozvoj masmédií. Výstižne sa o tom hovorí v 5. čl. Aetatis novae: *«Práve tak ako sa dajú zneužiť štátne zariadenia na ideologickú a politickú manipuláciu, práve tak má ďalekosiahle negatívne dôsledky aj komerčné a privatizované vysielanie. V praxi - často aj celkom úradne - verejná zodpovednosť za používanie vln éteru sa podceňuje. Prejavuje sa tu sklon hodnotiť úspech podľa zisku, a nie podľa služby. Motívy zisku a reklamné záujmy neprípustne ovplyvňujú obsah médií: popularita má prednosť pred kvalitou... Reklamní pracovníci prekračujú svoju legitímnu úlohu, totiž zisťovať skutočné potreby a reagovať na ne, a usilujú sa, hnaní duchom zisku, vytvárať umelé potreby a konzumné vzory».*

Podľa Aetatis novae čl. 5, *«riešenie problémov, ktoré vznikajú z privatizácie masmédií, nespočíva v zavedení štátnej kontroly médií, ale vo väčšej verejnej zodpovednosti a v obsiahlejšej regulácii, ktorá zodpovedá normám verejných služieb».* Z nedávnej minulosti i z prítomnosti vieme ako jedna politická strana v štáte môže - pod rúškom kontroly - manipulovať s informáciami.

Avšak problémy s poštatňovaním alebo privatizovaním masmédií nás nesmú odradiť od základnej otázky o evanjelizácii v masmédiách. *«Okrem tradičných prostriedkov a ciest - ako svedectvo života, katechizmus, osobný kontakt, ľudová zbožnosť, liturgia a iné prejavy - stalo sa pri hlásaní viery a katechéze neodmysliteľným aj použitie verejných komunikačných prostriedkov. Áno, „Cirkev by sa previnila pred svojim Pánom, keby nepoužívala tieto mocné prostriedky, ktoré ľudský rozum stále zdokonaľuje“* (KONGREGÁCIA PRE UČENIE VIERY, *Inštrukcia o cirkevnom povolaní teológa*, č. 30, v AAS, LXXXII (1990), s 1562). *Spoločenské komunikačné prostriedky môžu a musia byť nástrojmi v pláne Cirkvi na reevanjelizáciu, prípadne novú evanjelizáciu v dnešnom svete. Vzhľadom na osvedčenú účinnosť starej zásady „vidieť, posúdiť, konať“ treba venovať pri evanjelizácii zvláštnu pozornosť audiovizuálnemu aspektu médií. Pre postoj Cirkvi k masovým médiám a ku kultúre, ktorú spolu*

vytvárajú, je však veľmi dôležité, aby sme mali jedno stále pred očami: „Nestačí používať masové médiá iba na šírenie kresťanského posolstva a učenia Cirkvi; ale toto posolstvo samo musí sa integrovať do tejto novej kultúry utvorenej modernou komunikáciou... novou rečou, novými technikami a novými psychologickými postojmi.“ (Porov. tamže, č. 35, s.1562) *Evanjelizácia v dnešnom čase by mala v aktívnej a otvorenej prítomnosti Cirkvi vo svete spoločenskej komunikácie, nájsť nové prostriedky a možnosti.*» (Aetatis novae čl. 11)

Informatívne sme prešli prvou časťou pápežskej inštrukcie *Aetatis novae*. V druhej bude reč o potrebe kritického posudzovania, o ochrane práva na informácie a komunikáciu, ako aj o pastoračných prioritách a možnostiach. Niektoré uzávery sú však jasné už teraz. Je nutné povzbudzovať mladých ľudí k tomu, aby študovali žurnalistiku a stali sa kresťanskými novinármi. Kňazi by sa mali snažiť viac porozumieť «teológii komunikácie», čím by sa aj ich ohlasovanie stalo prítiažlivejším.

Nebolo by vhodné zatracovať masmédiá z kazateľnice, lebo to je postoj proti magistériu, ktoré v nich vidí Boží dar. Katechéti by mali aktívne využívať video, diaprojektor, magnetické tabule, audiokazety atď. Rodičia by mali s deťmi prediskutovať nejaký film alebo televízny program. Pred nami je teda veľké pole pôsobnosti, ktoré treba tvorivo využiť a šance, ktoré treba premeniť.

Druhá časť

V prvej časti sme sa zoznámili s dokumentami súčasného cirkevného magistéria, ktoré hovoria o úlohe masmédií v reevanjelizácii našej doby. Uvažovali sme nad tým, že komunikácia má svoje teologické zdôvodnenie, keďže Boh prvý komunikuje človeku dobrú zvesť. Preto cirkev považuje masmédiá za Božie dary. Okrem toho sme si pripomenuli silný vplyv masmédií na myslenie, takže mnohí ľudia dnes považujú za skutočné iba to o čom je reč v médiách. O čom sa v médiách mlčí, to sa pokladá za bezvýznamné. Poukázali sme si aj na politicko-hospodárske štruktúry, ktoré prednostne využívajú masmédiá na ideologickú propagandu a reklamu. Našu úvahu sme uzavreli návrhom: povzbudzovať mladých ľudí ku štúdiu žurnalistiky aby sa stali zodpovednými kresťanskými novinármi. Teraz zalistujeme v druhej časti pastoračnej inštrukcie *Aetatis novae*, ktorú vydala Pápežská rada pre spoločenské komunikačné prostriedky v r. 1992.

Cirkev na jednej strane obdivuje masmédiá ako výraz ľudského ducha, no na strane druhej kriticky posudzuje ich vplyv na kultúru, keďže môžu byť požehnaním pre ľudstvo alebo nešťastím. Cirkev nediktuje spoločnosti čo má presne robiť, „ale usiluje sa poskytnúť pomoc, a síce tým, že poukazuje na etické a morálne kritériá, ktoré platia v tejto oblasti - na kritériá, ktoré sa dajú nájsť v ľudských i kresťanských hodnotách“ (*Aetatis novae* čl. 12). Prvé takéto kritérium je solidarita. V súčasnosti je to ešte tak, že masmédiá podporujú sekularizmus, konzumné zmýšľanie, materializmus, ľudské odcudzenie sa a nedostatok záujmu o situáciu chudobných a bezprávnych (⁷). Oproti tomu však, Cirkev zdôrazňuje, že v masmédiách by mali pracovať ľudia so zmyslom pre zodpovednosť, pravdu, ochranu slobody a tí čo majú „odvahu odmietat' každú formu monopolizácie a manipulovania“ (⁸) Žijeme v nádeji, že v budúcnosti budú masmédiá prispievať k väčšej solidarite medzi ľuďmi.

Bolestným faktom je aj to, že v súčasnosti určité chudobné skupiny ľudí nemajú prístup ku komunikačným médiám. Vynára sa otázka: vari len bohatí majú právo na vysielanie a prijímanie informácií? Vzniká paradoxná situácia: masmédiá, ktoré majú zabezpečovať práva človeka ich zároveň potláčajú. Preto sa v *Aetatis novae* v čl. 14 píše: „Masové médiá sa správne zhostia rozhodujúcich úloh vtedy, keď budú podporovať výmenu myšlienok a informácií medzi všetkými triedami a vrstvami spoločnosti a umožnia zaznieť všetkým zodpoved-

ným hlasom“. Treba brať teda do úvahy aj práva národnostných menšín a rozvojových krajín. Aj v nasledujúcom pätnástom článku pastoračnej inštrukcie sa hovorí v podobnom zmysle: „*Je neúnosné, aby výkon slobody komunikovať, závisel od bohatstva, vzdelania alebo politickej moci. Právo na komunikáciu patrí všetkým... Tam, kde právne a politické štruktúry podporujú ovládanie verejných médií elitami, musí Cirkev dôrazne nástožiť na rešpektovaní práva na komunikáciu a najmä trvať na vlastnom práve prístupu k médiám, pričom sa musí pokúšať vytvoriť pre svojich členov a pre celé obyvateľstvo alternatívne komunikačné modely. Právo na verejnú komunikáciu patrí napokon k právu na náboženskú slobodu, ktorá sa nesmie obmedzovať iba na slobodu kultu*“.

Ďalšou dôležitou otázkou je formácia pre masmédiá. Kongregácia pre katolícke vzdelávanie vo svojom dokumente: *Návod na formovanie budúcich kňazov vzhľadom na spoločenské komunikačné prostriedky* z r.1986 píše: „*Výchova a vzdelávanie v spoločenskej komunikácii by mala byť súčasťou formovania všetkých, ktorí sú pastoračne činní, teda aj kňazov*“. Je pravdou, že na našich teologických fakultách sa zatiaľ nevyučuje tento predmet, ale bude sa treba zapodievať otázkou či by kandidáti kňazstva nemali absolvovať aj niekoľko hodín masmediálnej kultúry? Rozpracovaný projekt Katolíckej univerzity na Slovensku s takouto fakultou počíta. *Aetatis novae* (čl. 18) k tomu vyzýva slovami: „*V terajšom svete, tak silne ovplyvnenom masovými médiami, musia mať tí, čo stoja v cirkevnej službe, aspoň všeobecnú predstavu o tom, ako pôsobia nové informačné a mediálne techniky na jednotlivca a spoločnosť... Aj laici, ktorí sa chcú aktívne angažovať v práci pre Cirkev v mediálnej oblasti, majú si osvojiť odborné vedomosti v sfére médií spoločne s formáciou v cirkevnom učení a spiritualite*“. Toto vzdelávanie je potrebné preto, lebo mediálna práca prináša zvláštny psychologický tlak a mravné dilemy. Mnohí moderátori a redaktori nevedia dať jednoznačnú odpoveď na zložitý problém a preto radšej končia svoj článok alebo reláciu otáznikom. Je veľmi dôležité, aby tí, čo pracujú v médiách a v komunikačnom priemysle, pristupovali k svojim zodpovedným úlohám s vysokými ideálmi s vôľou slúžiť ľudstvu a v dilemách vedeli sa oprieť o súčasné platné cirkevné magistérium.

V ďalšej časti pápežskej inštrukcii *Aetatis novae* je venovaná pozornosť takým médiám, ktoré sú cirkvi vlastné. Ide o šesť podskupín: 1. katolícka tlač a nakladateľstvá; 2. katolícky rozhlas a televízia; 3. úrady pre informácie a mediálne vzťahy; 4. programy na vzdelávanie a praktické školenie v komunikácii; 5. výskum médií; 6. organizácie pre zamestancov v médiách. *Aetatis novae* odporúča, aby členovia týchto organizácií odborne spolupracovali s biskupskými konferenciami, ako aj s jednotlivými biskupmi (čl. 17).

Predposledná kapitola *Aetatis novae* pojednáva o zodpovednosti biskupov. „*Biskupi a ostatní zodpovední, ktorí rozhodujú o rozdelení ľudských a materiálnych prostriedkov a rezerv v cirkvi, nech sa usilujú, aby dali veľkú prednosť masmediálnej evanjelizácii. Stane sa tak vtedy, keď uznajú platnosť a naliehavosť nárokov zo strany komunikačných pracovísk, samozrejme rešpektujúc zvláštnu situáciu svojho národa, kraja alebo diecézy. Táto potreba je dnes jednoducho preto výraznejšia ako v minulosti, lebo to, čo nazývame veľkým „areopágom“ dnešných čias - svet komunikácie – bolo Cirkvou doteraz viac či menej zanedbávané* (čl. 20). Jasne sa na to poukazuje v dokumente Kongregácie pre katolícke vzdelávanie: „*Všeobecne sa dáva prednosť iným prostriedkom ohlasovania evanjelia a kresťanského vzdelávania, kým hromadné médiá sa prenechávajú iniciatíve jednotlivcov alebo malých skupín a pri pastoračnom plánovaní sa dostávajú na podradné miesto*“⁽⁹⁾. Táto situácia vyžaduje odvahu pozmeniť obvyklé a tradičné štruktúry cirkevnej práce a rozvinúť ich o pracovníkov v oblasti masmédií“.

Predpokladajme, že v priemernej slovenskej diecéze pracuje na ohlasovaní evanjelia asi 250 katechétov. Klasickú farskú pastoráciu zabezpečuje napr. 150 kňazov vo farnostiach.

K tejto práci treba prirátať ešte asi 40 rehoľníkov. Oproti tomu v oblasti masmédií pracujú z diecézy možno traja. Výnimku tvorí Radio Lumen v Banskej Bystrici. Nemajú masmédiá ešte podradné miesto v našej pastorácii? Preto musíme vážne zobrať slová z *Aetatis novae*: „*Táto situácia vyžaduje nápravu*“ (čl. 20). Isteže to neznamená zanedbať doterajšie cirkevné štruktúry, ale je potrebné vyzdvihnúť masmediálny spôsob evanjelizácie z podradného miesta a postupne mu priradiť novú hodnotu. V evanjeliu máme na to priliehavú vetu: „*Toto bolo treba robiť, a tamto nezanedbávať*“ (Mt 23, 23).

Poslednou kapitolou *Aetatis novae* je návod na pastoračný plán, ktorý by mal poskytnúť smernice a podnety tým, čo sú v Cirkvi poverení komunikačnou činnosťou a ukázať im realistické ciele a pracovné priority. *Pápežská rada pre spoločenské komunikačné prostriedky* odporúča poveriť týmto procesom plánovací tím, utvorený z cirkevných pracovníkov a odborníkov z médií.

Je zrejmé, že situácia masových médií je v každom národe odlišná. Ba dokonca je rozdielna niekedy aj vo vnútri tej istej krajiny v každej diecéze. Z toho prirodzene vyplývajú miestne rozdiely v postoji Cirkvi k verejným médiám a ku kultúrnemu prostrediu, ktoré ich spoluutvára. Plány a účasť Cirkvi musia byť adekvátne miestnym pomerom. Preto sa v dokumente hovorí: „*Každá biskupská konferencia a každá diecéza má vypracovať úplný pastoračný plán využitia verejných komunikačných prostriedkov, najlepšie po porade so zástupcami medzinárodných i národných katolíckych verejnokomunikačných organizácií a s odborníkmi miestnych médií....Pastoračné plány by mali brať ohľad na iné aktivity, najmä na plán na sociálnu prácu, výchovnu a evanjelizáciu*“ (čl. 23).

Pastoračný plán spoločenskej komunikačnej činnosti by mal obsahovať nasledujúce šesť prvky:

- a) *vypracovanú celkovú predstavu komunikačnej stratégie na základe dôkladných konzultácií so všetkými cirkevnými službami, zodpovedajúcu aktuálnym problémom a podmienkam;*
- b) *kritickú analýzu stavu a zhodnotenie situácie v oblasti médií na príslušnom území, vrátane poslucháčstva, publika, výrobcov a majiteľov komerčných médií, finančných a technických zdrojov, systémov rozdeľovania, ekumenických a vzdelávacích možností, členov katolíckych mediálnych organizácií, vrátane rehoľných spoločenskostí;*
- c) *návrh na výstavbu a vybavenie cirkevných komunikačných prostriedkov na podporu evanjelizácie katechézy a výchovy, sociálnej služby a ekumenickej spolupráce; tento návrh má podľa možnosti hovoriť o verejnopropagačnej práci, o tlači, rozhlase, televízii, filme, kazetách, počítačových sieťach, reprodukčných technikách a iných formách telekomunikácie;*
- d) *mediálne vzdelávanie s osobitným zdôraznením vzťahu medzi verejnými médiami a hodnotami;*
- e) *návrh na dušpastiersku činnosť a na dialóg s tými, ktorí pracujú vo verejných médiách; hlavnú pozornosť treba pritom venovať rozvíjaniu viery a duchovnému rastu;*
- f) *námety na získanie finančných prostriedkov a financovanie tohto pastoračného plánu* (čl.24).

Vo výskumnej fáze sa majú zisťovať požiadavky, zhromažďovať informácie a zhodnocovať rôzne modely pastoračného plánu. Sem patrí aj rozbor okolností, v akých sa komunikácia nachádza, to znamená silných a slabých miest v jestvujúcich cirkevných komunikačných štruktúrach a programoch, ako aj rozbor možností a úloh, s ktorými sa konfrontujú. Ak má zhromažďovanie informácií priniesť úžitok, podľa *Aetatis novae* treba urobiť trojaký prieskum: «1. *zistenie potrieb*; 2. *prekontrolovanie komunikačných prostriedkov*; 3. *inventúru používateľských zdrojov*» (čl.26).

Prvý krok prieskumu určuje Biskupská konferencia tým že pomenuje tie úseky cirkevnej služby, ktorým treba venovať zvláštnu pozornosť. Druhý krok sa bude zaoberať tým, čo sa už robí a s akým účinkom, aby sa zistili prednosti a slabiny už jestvujúcich komunikačných štruktúr a postupov. Tretí krok popíše prostriedky, techniku a personál, ktoré má Cirkev v komunikačnej oblasti k dispozícii. K nim patria nielen vlastné cirkevné zdroje a rezervy, ale aj tie, ku ktorým má Cirkev prístup v obchodnom svete, v mediálnom priemysle a v ekumenických organizáciách.

V záverečnej, plánovacej fáze by mala plánovacia skupina - s prihliadnutím na regionálne a lokálne pomery – zobrať do úvahy oblasť výchovy a vzdelávania, dušpastierskej pomoci, spolupráce s odborníkmi, ako aj oblasť verejnopropagačnej práce, výskumu a rozvoja národov (porov. čl. 27-33).

Záver: reflexia nad pápežskou inštrukciou *Aetatis novae*, ktorú vydala *Pápežská rada pre spoločenské komunikačné prostriedky* v roku 1992, nás pobáda prehodnotiť doterajší postoj k evanjelizačnej práci v masmédiách a viac sa otvoriť duchu doby, v ktorej žijeme. Život, čas a vnuknutia Ducha Božieho nám ukážu čo máme konkrétne robiť v ďalšej budúcnosti.

¹ Fundamentálnym koncilovým dokumentom je dekrét *Inter mirifica* z r. 1964 (v AAS, LVI, 1964). PÁPEŽSKÁ RADA PRE SPOLOČENSKÉ KOMUNIKAČNÉ PROSTRIEDKY vydala v roku 1971 pastoračnú inštrukciu *Communio et progressio* (AAS, LXIII, 1971). KÓDEX KÁNONICKÉHO PRÁVA z r. 1983 hovorí o spoločenských oznamovacích prostriedkoch v tretej knihe *Učiaca úloha cirkvi* v kánonoch 747-833. KONGREGÁCIA PRE KATOLÍCKE VZDELÁVANIE vydala v r. 1986 *Návod na formovanie budúcich kňazov vzhľadom na spoločenské komunikačné prostriedky* (Vatikán 1986). PÁPEŽSKÁ RADA PRE SPOLOČENSKÉ KOMUNIKAČNÉ PROSTRIEDKY publikovala v r. 1989 *Smernice pre ekumenickú a medzináboženskú spoluprácu v oblasti komunikácie* (Vatikán 1989) a v tom istom roku aj pastoračnú odpoveď *Pornografia a násilie v komunikačných prostriedkoch* (Vatikán 1989). Okrem toho pápeži PAVOL VI. a JÁN PAVOL II. každoročne vydávajú *Posolstvo k svetovému dňu spoločenských komunikačných prostriedkov*. PÁPEŽSKÁ RADA PRE SPOLOČENSKÉ KOMUNIKAČNÉ PROSTRIEDKY vydala v r. 1992 pastoračnú inštrukciu *Aetatis novae*. Posledným, tohoročným dokumentom spomínanej Pápežskej rady je *Etika reklamy* (Vatikán 1997).

² H.ZIRKER, «Sprachformen des Glaubens», (Rečové formy viery) in P.EICHER (zostavovateľ), *Neues Handbuch der theologischer Grundbegriffe*, IV, (Nová príručka základných teologických pojmov) Vydavateľstvo Kösel, Mníchov 1985, s. 145.

³ PÁPEŽSKÁ RADA PRE MEDZINÁBOŽENSKÝ DIALÓG / KONGREGÁCIA PRE EVANJELIZÁCIU NÁRODOV, «Dialogo e annuncio» (Dialóg a ohlasovanie). Zamyslenia a smernice pre interreligiózný dialóg a ohlasovanie evanjelia Ježiša Krista, in XXV della *Nostra Aetate*, 19 máj 1991, n. 38.

⁴ Porov. PÁPEŽSKÁ RADA PRE SPOLOČENSKÉ KOMUNIKAČNÉ PROSTRIEDKY, *Pornografia a násilie v komunikačných prostriedkoch; Pastoračná odpoveď*, č. 7, Vatikán 1989.

⁵ JÁN PAVOL II., *Sollicitudo rei socialis*, č. 46, in AAS, LXXX (1988), s. 579.

⁶ DRUHÝ Vatikánsky koncil, *Inter mirifica*, č. 4, v AAS, LVI (1964), s. 146.

⁷ PAVOL VI., *Evangelii nuntiandi*, č. 45, v AAS, LXVIII (1976), s. 35.

⁸ JÁN PAVOL II., *Centesimus annus*, č. 41, v AAS, LXXXIII (1991), s. 841.

⁹ KONGREGÁCIA PRE KATOLÍCKE VZDELÁVANIE, *Návod na formovanie budúcich kňazov vzhľadom na spoločenské komunikačné prostriedky*, Vatikán 1986.