

3. AETATIS NOVAE

PASTORÁLNÍ INSTRUKCE
O SDĚLOVACÍCH PROSTŘEDCÍCH

1992

OBSAH

Úvodní poznámky (P. Miloslav Fiala)	85
ÚVOD	
Revoluce v komunikaci mezi lidmi	87
I. Prostředí sociální komunikace	90
II. Úloha komunikace	92
III. Aktuální výzvy	97
IV. Pastorační priority a možnosti, které jim odpovídají	99
V. Nutnost plánování pastorace	102
ZÁVĚR	104
DODATEK	105

zdůrazňuje nutnost stejného respektu vůči opravdovým hodnotám těchto druhých. A k tomuto respektu vychovává své členy.

Závěrečné směrnice připojené k dokumentu představují praktický návod, jaká opatření jsou vhodná pro zlepšení práce v médiích. Jsou probrána postupně, od rozboru situace a jejího zhodnocení až po ekumenickou spolupráci a různé formy duchovní péče o naše novináře. Některé body navrhované pastorační péče jsme už v našem českém a moravském prostředí alespoň částečně splnili, celá řada čeká na svou realizaci. Cílem tohoto dokumentu, ale i našeho úsilí má být zvýraznění jedné zásady, kterou vytyčuje pasto rální instrukce *Communio et progressio*: "komunikace je sdělování sama sebe v lásce".

P. MILOSLAV FIALA, OPraem.

ÚVOD

REVOLUCE V KOMUNIKACI MEZI LIDMI

1. S nástupem nové doby zaznamenává komunikace mezi lidmi mimořádný rozvoj a výrazně v celém světě ovlivňuje kulturní dění. Revoluční technické změny jsou jen jedním aspektem tohoto fenoménu. Všude jsou dnes lidé pod vlivem, který média vyvíjejí na náboženské a mravní chování, na politické a sociální systémy a na výchovu.

Tak například v letech převratných změn v roce 1989 a 1990, na jejichž historický význam se poukazuje v encyklice *Centesimus annus*¹, nikdo nemůže přehlédnout roli sdělovacích prostředků, jejichž zeměpisné a politické hranice se sotva dají dohlédnout.

Zde je patrné, že "první areopagem novověku je svět komunikace, který lidstvo stále více sjednocuje - a jak se říkává - dělá z něho 'světovou vesnici'. Prostředky sociální komunikace mají natolik důležitou úlohu, že se "pro mnohé staly hlavním prostředkem informací a vzdělání, vedení a rad pro individuální, rodinné a sociální chování"².

Více než čtvrt století uplynulo od vyhlášení dekretu Druhého vatikánského koncilu o sdělovacích prostředcích *Inter mirifica* a 20 let od pastorální instrukce *Communio et progressio*, ve kterých Papežská rada pro sdělovací prostředky předložila úvahy o pastoračních důsledcích této situace. Činí tak v duchu závěrečných slov *Communio et progressio*: "Boží lid jde svou cestou dějinami. Na budoucí vývoj sociální komunikace v začínajícím období hledí s důvěrou a připraven k angažování se, a to s úctou a ochotou"³.

Protože věříme, že zásady a názory těchto koncilních a pokoncilních dokumentů i nadále platí, rádi bychom je aplikovali na nově se rýsující skutečnosti. Nečiníme si tím nárok na poslední slovo v situaci, která je ve stálém pohybu a vývoji, ale chceme pouze všem, kdo jsou konfrontováni s pastoračními důsledky této nové skutečnosti, poskytnout nový pracovní nástroj a prostředek k povzbuzení.

1 Srv. JAN PAVEL II., *Centesimus annus*, 12-23, AAS, LXXXIII (1991), 807-821.

2 JAN PAVEL II., *Redemptoris missio*, 37, AAS, LXXXIII (1991), 285.

3 *Communio et progressio*, 187, AAS, LXIII (1971), 655-656.

2. V době od uveřejnění *Inter mirifica* a *Communio et progressio* si lidé zvykli na výrazy jako "informační společnost", "kultura sdělovacích prostředků" a "generace médií". Taková označení podtrhují pozoruhodnou skutečnost: mnoho z toho, co dnes lidé vědí a myslí si o životě, určují média; lidská zkušenost jako taková se stala zkušeností, kterou zprostředkovávají média.

Poslední desetiletí podávají svědectví o pozoruhodných novinkách na úseku technické komunikace. Zahrnují nejen další rychlý rozvoj starých technologií, ale i vznik nových forem komunikace a jiných technik médií. Patří k nim satelity, kabelové televize, vláknový kabel, videokazety, kompaktní disky, počítačové zobrazování a další digitalizovaná technika zpracování dat. Používání nových médií umožnilo vznik toho, čemu říkáme "nové jazyky". Technika přinesla jak nové možnosti pro poslání církve, tak i nové pastorační problémy.

3. Se zřetelem k těmto skutečnostem, povzbuzujeme pastýře a členy církve, aby měli větší pochopení pro problémy sociální komunikace a sdělovacích prostředků a aby toto pochopení promítli do praktických opatření a uskutečnitelných plánů.

"Když otcové koncilu zaměřili svůj pohled do budoucna a pokusili se vymezit pole, ve kterém má církev splnit svou roli, došli k poznání, že technický pokrok se dostal už tak daleko, že by byl schopen změnit 'tvář země', dokonce dobyt vesmír. Poznali, že zvláště vývoj sdělovací techniky vyvolává řetězovou reakci s nepředvídatelnými důsledky"⁴.

"Koncilní otcové zdaleka nechtěli církev držet mimo proud technických změn nebo zůstat mimo hlavní proud tohoto vývoje. Spatřují církev ve středu lidského pokroku, snaží se člověka pochopit a vidět ve světle víry. Věřící Boží lid by měl využívat nových vynálezů a techniky k dobru lidstva a splnění Božeho plánu ve světě tvůrčím způsobem... Chceme možnosti 'epochy počítačů' využít tak, aby počítače sloužily lidskému a transcendentálnímu povolání člověka a tím ucítaly Otce, od kterého pocházejí všechny dobré věci"⁵.

Všem pracovníkům odpovědným za tvůrčí práci v médiích, působícím všude v církvi, bychom rádi vyjádřili své poděkování. Přes čtené použijte -

4 JAN PAVEL II., *Poselství k Světovému dni sdělovacích prostředků 1990*, uveřejněné 24. 1. 1990; sv. *Gaudium et spes*, 5. AAS, LVIII (1966), 102 8.

5 *Tamtéž*.

způsobené např. omezenými finančními prostředky nebo překážkami, které tu a tam stojí v cestě přístupu církve k médiím nebo brání úsilí pomoci médií přetvářet kulturu, hodnoly a postoje - se už mnoho dosáhlo, a jistě se dosáhne ještě více. Biskupové, kněží, řeholníci a laici, kdo se angažovaně věnují tomuto důležitému apoštolátu, zaslouží poděkování všech.

Je třeba také uvítat pozitivní snahy o ekumenickou spolupráci katolíků s bratřimi a sestrami jiných církví a církevních společenství v oblasti médií, stejně tak jako úsilí o mezináboženskou spolupráci se stoupenci jiných světových náboženství. "Účinnou spolupráci křesťanů a postup se stoupenci jiných náboženství v oblasti sdělovacích prostředků" je třeba si nejen přát, ale je nutné, "aby se náboženské hledisko ve sdělovacích prostředcích mohlo skutečně realizovat"⁶.

6 Papežská rada pro sdělovací prostředky, *Směrnice pro ekumenickou a náboženskou spolupráci v sdělovacích prostředcích*, 1, Vatikan 1989.

I. PROSTŘEDÍ SOCIÁLNÍ KOMUNIKACE

A. Kulturní a sociální prostředí

4. Převrat, který dnes probíhá v sociální komunikaci, předpokládá víc než čistě technickou revoluci; totiž zásadní přetváření prvků, kterými člověk zachycuje svět, ve kterém žije, zkoumá jeho projevy a vyjadřuje je. Obrazy, které jsou stále k dispozici, představují a jejich rychlé předávání, dokonce z kontinentu na kontinent, mají současně pozitivní i negativní účinek na psychologický, morální a sociální vývoj osob, na strukturu a chod společnosti, na výměnu a komunikaci mezi kulturami, na podchycení a předávání hodnot, na světový názor, na ideologii a náboženské přesvědčení. Revoluce v oblasti komunikace se dotýká také představ, které mají lidé o církvi, a ovlivňuje vytváření církevních struktur a jejich funkcí.

To všechno má značné pastorační důsledky. Médii je možno stejně využívat k hlásání evangelia jako k jeho vytlačení ze srdcí lidí. Čím úžeji jsou média propojena s denním životem lidí, tím více ovlivňují chápání smyslu života.

Moc sdělovacích prostředků sahá tak daleko, že ovlivňují nejen způsob myšlení, ale i jeho obsah. Pro mnohé lidi odpovídá skutečnost tomu, za co jim média vydávají: všechno, co média výslovně neuznávají, se zdá bezvýznamné. Tak mohou jednotlivci a skupiny, kterých si média nevěstí, být *de facto* umlčeny. Také hlas evangelia může být tímto způsobem umlčen, i když ne zcela potlačen. Je proto důležité, aby byli křesťané schopni předat chybějící informace tím, že zprostředkují ty, o kterých se dosud mlčelo.

Média mohou tradiční momenty v oboru náboženství, kultury a rodiny buď posílit nebo potlačit. Tím aktuálnější jsou slova koncile: "Aby se sdělovacích prostředků užívalo správně, je zcela nezbytné, aby ti, kdo s nimi pracují, znali pravidla mravního řádu a věmě je v této oblasti uplatňovali".

B. Politická a hospodářská oblast

5. Hospodářské struktury národů jsou úzce spojeny moderními komunikačními systémy. Státní investice do provozuschopné infrastruktury sdělovacích prostředků se obecně pokládají za nezbytné pro politický a hospodářský vývoj. Růst nákladů takovýchto investic byl krajně důležitým faktorem, který pohnul vlády četných zemí, aby přijaly politiku podporující růst hospodářské soutěže. To bylo také příčinou, proč v mnoha případech se dostaly veřejné systémy telekomunikací, přenosu a vysílání do závislosti na politice omezování legislativy a privatizace.

Stejně tak jako zneužití veřejných zařízení může vést k ideologické a politické manipulaci, má také provoz, který není řízen předpisy, a privatizace přenosu a vysílání nedozírné následky. V praxi se i oficiálně veřejná zodpovědnost za využívání vln éteru podceňuje. Projevují se sklony ocitovat úspěch podle zisku a ne podle služby. Orientace na zisk a na zájmy odborníků v reklamě vykonávají nepřipustný vliv na obsah médií: popularita má přednost před kvalitou a prosazuje se ten nejménší společný jmenovatel. Reklamní odborníci překračují svou oprávněnou roli, totiž zjišťovat pravé potřeby a uspokojovat je. Místo toho se snaží - ovládnouti honbou za ziskem - vytvářet umělé požadavky na spotřebu a příklady konzumního chování.

Tlak obchodu překračuje hranice zemí na úkor některých národů a jejich kultur. Vzhledem k rostoucí konkurenci a nutnosti otevřít nové trhy odbytu nabývají média stále více mnohonárodní charakter. Nedostatek místních výrobních možností činí současně některé země ve zvyšované míře závislé na cizině. Tak některé populární výrobky médií, které jsou charakteristické pro jednu kulturu, zaplavují kulturu jinou, často ke škodě existujících uměleckých forem, médií a hodnot.

Řešení problémů, které vznikají při této neregulované komercializaci a privatizaci, nespočívá však ve státní kontrole médií, nýbrž ve stanovení všeobecných pravidel, která odpovídají zásadám veřejného zájmu, právě tak jako větší odpovědnost vůči veřejnosti. V této souvislosti je třeba poukázat na to, že ačkoliv se právně politický rámec, ve kterém působí média určitých zemí, současně znatelně zlepšuje, na druhé straně jsou země, kde je zasahování vlády nástrojem potlačování a vylučování.

II. ÚLOHA KOMUNIKACE

6. *Communio et progressio* spočívá na představně komunikace jako cestě ke společnosti. Komunikace, jak se v dokumentu praví, je totiž "více než jen vyjadřování myšlenek nebo pocitů; ve své nejhlubší podstatě je sdělováním sama sebe v lásce"⁸. V tomto smyslu obráží komunikace církevní společenství a může být tomuto společenství prospěšná.

Sdílení pravdy může mít spásnosnou sílu, která vychází z osoby Kristovy. On je vtělené Slovo Boží a obraz i podoba neviditelného Boha. V něm a s ním se sdílí Bůh lidstvu působením Ducha. "Co je totiž u něho neviditelné - jeho věčná moc a jeho božské bytí - to je možné už od počátku světa poznat světlem rozumu z toho, co stvořil"⁹. K tomu je možno uvést také následující slovo bible: "A Slovo se stalo tělem a přebývalo mezi námi. Viděli jsme jeho slávu, slávu, jakou má od Otce jednorozený Syn, plný milosti a pravdy"¹⁰.

Ve Slovu, které se stalo tělem, se s konečnou platností sděluje Bůh. V Ježíšových slovech a v jeho působení se stává osvobozujícím a vykupitelským slovem pro celé lidstvo. Toto Boží sebeodhalení z lásky vyvolává ve spojení s odpovědí lidské víry hluboký dialog.

Lidské dějiny a všechny mezilidské vztahy se obrazují uvnitř tohoto sebesdílení Božího v Kristu. Dějiny samy se mají stát druhem Božího slova a náleží k povolání člověka, aby k tomu přispěl tím, že se snaží tvořivě prožívat toto stále a neomezené sdílení smířující Boží lásky. Máme to vyjadřovat slovy naděje a činné lásky, to znamená způsobem života. Komunikace proto musí církevnímu společenství ležet na srdci.

Kristus je současně obsahem a pramenem toho, co církev sděluje, když hlásá evangelium. Církev je mystické tělo Kristovo - skrytá plnost oslaveného Krista, který všechno ovládá¹¹. Jdeme tedy v církvi pomocí slova a svátosti vstříc očekávanému konečnému sjednocení, aby byl "Bůh všech-
no ve všem"¹².

8 *Communio et progressio*, 11, AAS, LXIII (1971), 598.

9 *Rom* 1, 20.

10 *Jan* 1, 14.

11 *Ef* 1, 23; 4, 10.

12 *1 Kor* 15, 28; *Communio et progressio*, 11, AAS, LXIII (1971), 598.

A. Média ve službě lidí a kultur

7. Kromě všeho dobra jsou média schopna "být účinným nástrojem jednoty a porozumění, avšak sdělovací prostředky se mohou stát také nástroji znetvořeného pohledu na život, rodinu, náboženství a morálku - pohledem, který nešetí pravou důstojnost a určení lidské bytosti"¹³. Je naléhavě žádoucí, aby média respektovala a přispívala k celkovému vývoji osoby, jež "za hrnuje kulturní, transcendentální a náboženský rozměr člověka a společnosti"¹⁴.

Původ mnohých individuálních a sociálních problémů spočívá také v tom, že mezilidské vztahy jsou stále více nahrazovány užíváním médií a vášnivým ztotožňováním s jejich fiktivními hrdiny. Média nemohou nahradit ani bezprostřední osobní kontakt, ani vztahy mezi členy rodiny nebo mezi přáteli. Mohou ale přispět k řešení vzniklých těžkostí, když podporují komunikaci mezi lidmi pomocí diskusních klubů a rozhovorů o filmech a rozhlasových pořadech.

B. Média ve službě dialogu se světem

8. Druhý vatikánský koncil zdůraznil, že křesťané jsou "těsně spjati s lidstvem a jeho dějinami"¹⁵. Ti, kdo zvěstují Boží slovo, jsou zavázáni respektovat "slova" různých národů a kultur a snažit se jim porozumět; mají se od nich nejen učit, ale též jim pomáhat, aby Boží slovo poznali a přijali¹⁶. Církev tedy musí být ve světě tak aktivní a pozorně přítomná, aby posilovala společnost a stála při těch, kdo hledají přijatelná řešení osobních a sociálních problémů.

Církev musí své poselství přinášet způsobem, který odpovídá dané době a kultuře jednotlivých národů a zemí, a využívat k tomu nové sdělovací prostředky¹⁷. To je základním předpokladem odpovědi na rozhodující moment, na který poukázal Druhý vatikánský koncil: Vznik "sociálních, technických a kulturních svazků", které lidi stále úžeji spojují, znamená

13 Papežská rada pro sdělovací prostředky, *Pornografie a násilí ve sdělovacích prostředcích*, *Pastorální odpověď*, 7, Vatikán 1989.

14 JAN PAVEL II., *Sollicitudo rei socialis*, 46, AAS, LXXX (1988), 579.

15 *Gaudium et spes*, 11, AAS, LVIII (1966), 1034.

16 Srv. PAVEL VI., *Evangelii nuntiandi*, 20, AAS, LXVIII (1976), 18-19.

17 Srv. *Inter mirifica*, 3, AAS, LVI (1964), 146.

pro církev "zvláštní naléhavou výzvu", aby všichni lidé "dosáhli plné jednoty v Kristu"¹⁸.

Církev pokládá sdělovací prostředky, vzhledem k významné roli, kterou mohou hrát ve svém úsilí o vytváření jednoty, za "prostředek daný Boží prozřetelností" pro rozvoj komunikace a soužití lidí po dobu jejich pozemského putování¹⁹.

Jestliže se církev pokouší vést dialog s moderním světem, chce s odpovídnými činiteli médií uplatňovat upřímný a respektem určený dialog.

Tento dialog žádá od církve pochopení médií, jejich cílů, vnitřní struktury, forem a druhů, jejich podporu a povzbuzování těch, kdo v nich pracují. Na základě tohoto pochopení a této podpory bude možné připravit závažné návrhy na odstranění zábran, které stojí v cestě lidskému pokroku a hlásání evangelia.

Takový dialog požaduje, aby se církev aktivně zabývala světskými médii, zvláště pak vývojem mediální politiky. Křesťané mají skutečně zodpovědnost hlásit se ke slovu svobodně a iniciativně ve všech sdělovacích prostředcích. Jejich úkol nespočívá v pouhém rozšiřování toho, co hlásá církev. K tomuto dialogu patří také podpora těch, kdo v mediích pracují, dále vypracování antropologie a teologie komunikace, aby teologie se stala silnější a tím schopnější ohlašovat hodnoty evangelia a aplikovat je na současnou skutečnost. Dialog dále vyžaduje, aby odpovědní činitelé církve a duchovní odpovídali na otázky médií pohotově a moudře: aby se pokusili s těmi, kdo naši víru nesdílejí, najít společné hodnoty, a tak vytvářet vztahy vzájemné důvěry a oboustranného respektu.

C. Média ve službě lidské společnosti a sociálního pokroku

9. Komunikace, která probíhá v církvi a skrze církev, spočívá v podstatě v hlásání radostné zvěsti Ježíše Krista. Je ohlašování evangelia jakožto proročského a osvobozujícího slova zaměřeného na lidi dnešní doby. Vzhledem k situaci radikální sekularizace je svědkem Boží pravdy a nadpřirozeného určení člověka. Vzhledem ke konfliktům a rozdělením se rozhoduje pro spravedlivou solidaritu se všemi věřícími ve službách společnosti mezi lidmi, národy a kulturami.

18 *Lumen gentium*, 1, AAS, LVII (1965), 5.

19 *Srv. Communio et progressio*, 12, AAS, LXIII (1971), 598.

Toto pochopení komunikace ze strany církve osvětluje jedinečným způsobem význam sdělovacích prostředků a úlohy, které mohou sebrát podle plánu Boží prozřetelnosti při podpoře rozvoje člověka a lidské společnosti.

D. Média ve službě církevního společenství

10. Spolu s tím, co bylo doposud řečeno, je třeba připomenout důležitou právo na dialog a informace uvnitř církve, jak je to podtrženo v *Communio et progressio*²⁰, a upozornit na nutnost hledat vhodné způsoby k podpoře a ochraně tohoto práva zvláště odpovídným využíváním sdělovacích prostředků. Myslíme zde na směrnice, podle kterých věřící v poslušnosti pastýřů církve "mají právo sdělovat těmto pastýřům své potřeby, hlavně duchovní, i svá přání"²¹ a "mají právo, dokonce někdy i povinnost podle svých znalostí, příslušnosti a postavení sdílet pastýřům církve své mínění o věcech týkajících se prospěchu církve"²².

Zde máme co dělat s prostředkem, který udržuje a posiluje věrohodnost a působení církve. Cesta by měla být ještě zásadnější, aby se konkrétně uskutečnil charakter církevního společenství, které má svůj původ ve vnitřním společenství Trojice a tuto skutečnost odráží. Mezi členy společenství, které představuje církev, existuje zásadní rovnost v důstojnosti a poslání, které má svůj původ ve křtu a spočívá na hierarchické struktuře a různých úkolech a úřadech. Tato rovnost má najít svůj výraz v řádné a respektující účasti na informacích a při výměně názorů.

V případě rozdílnosti názorů je třeba mít na zřeteli, že "pokusy o tlak na veřejné mínění neposlouží ani osvětlení věroučných otázek ani pravdě"²³. Ve skutečnosti "ne všechny myšlenky a představy, které kolují v Božím lidu mají stejný význam jako články víry"²⁴.

Proč církev trvá na právu lidí na přesné informace? Proč církev podtrhuje svoje právo zvěstovat autentickou pravdu evangelia? Proč klade

20 *Tamtéž*, 114-121, 634-636.

21 *Srv. CIC*, kán. 212, §2, AAS, LXXV, 2 (1983), 34.

22 *Srv. CIC*, kán. 212, §3.

23 *Kongregace pro nauku víry, Instrukce o církevním povolání teologů*, 30, AAS, LXXXII (1990), 1562.

24 *Tamtéž*, 35, 1565.

církev tak velikou váhu na odpovědnost svých pastýřů, aby hlásali pravdu věřícím a učili je, aby činili totéž? Důvodem k tomu je, že celkové pocho- pení toho, co v církvi znamená komunikace, spočívá na poznání, že slovo Boží sděluje samo sebe.

E. Média ve službě nové evangelizace

11. Jako doplněk k tradičním prostředkům a cestám, jako je svědeckví života, katechismus, osobní kontakt, lidová zbožnost, liturgie a jí podobné slavnosti, je nasazení sdělovacích prostředků pro evangelizaci a pro ka- techizi nepostradatelné. Ano, "církev by se cítila vinná před Bohem, kdy- by nevyužila těchto tak účinných prostředků, které lidský rozum stále zdokonaluje"²⁵. Sdělovací prostředky mohou a musí být nástrojem ve služ- bě plánu církve na novou evangelizaci dnešního světa. S ohledem na účinnost staré zásady "vidět, soudit, jednat" je třeba audiovizuálnímu aspektu médií při evangelizaci věnovat zvláštní pozornost.

Z pohledu církve na sdělovací prostředky a na kulturu, k jejímž rozvoji přispívají, je velmi nutné, abychom měli před očima stále jedno: "Nestačí tedy (sdělovací prostředky) použít (...) pouze k šíření křesťanského po- selství a církevní nauky, ale poselství samo musí být integrováno do této 'nové kultury', kterou vytvořila moderní komunikace... ve spojení s no- vým vyjadřováním, novou technikou a novým psychologickým posto- jem"²⁶. Evangelizace v dnešním světě musí najít v aktivní a otevřené přítomnosti církve ve světě komunikace nové prostředky a možnosti.

Evangelii nuntiandi

25 PAVEL VI., *Evangelii nuntiandi*, 45, AAS, LXXVIII (1976), 35.

26 JAN PAVEL II., *Redemptoris missio*, 37, AAS, LXXXIII (1991), 285.

III. AKTUÁLNÍ VÝZVY

A. Nutnost kritického úsudku

12. Jestliže církev zaujímá vůči sdělovacím prostředkům pozitivní a otevřený přístup, přičemž se pokouší podílet se na kultuře, kterou komu- nikace vytvořila z důvodů evangelizace, musí zaujmout také kritický po- stoj při posuzování médií a jejich vlivu.

Technika komunikace, jak jsme opakovaně řekli, je podivuhodným výrazem lidského ducha. Sdělovací prostředky jsou pro společnost velmi užitečné. Stejně tak jsme ale také podtrhli, že používání komunikační techniky bylo jen z části poželhané. Její nasazení ve službě zdravotních hodnot vyžaduje uvážlivý výběr, na němž se musí podílet jednotlivci, vlády a celá společnost. Církev si nevyhrazuje právo diktovat rozhodnutí a výběr, ale je třeba, aby se stala pomocníkem při hledání a nalézání etických a morálních kritérií, která můžeme nalézt jak v obecně lidských, tak v křesťanských hodnotách.

B. Solidarita a vývoj

13. Dnešní situace ukazuje, že sdělovací prostředky zvěšují individuální a společenské bariéry, které stojí v cestě komplexnímu vývoji člověka. Patří k nim sekularizace, konzumní smýšlení, materialismus, vzájemné odcizování lidí a chybějící zájem o postavení chudých a bezprávných²⁷.

Na tomto pozadí církve, která sdělovací prostředky uznává za "nej- příhodnější cestu k vytváření a šíření kultury"²⁸, pokládá za svou povinnost umožnit těm, kdo v komunikacích profesně pracují a veřejnosti nabízejí další vzdělávání, aby přistupovali k sdělovacím prostředkům "s kritickým smyslem prochnutým láskou k pravdě". Pokládá také za svou povinnost snažit se "o vytrvalou obranu svobody, a o ohled na lidskou důstojnost a o pozdvižení autentické kultury národů spolu s rozhodným a odvážným odmítnutím každé formy monopolizace a manipulace"²⁹.

27 Stv. JAN PAVEL II., *Centesimus annus*, 41, AAS, LXXXIII (1991), 841.

28 JAN PAVEL II., *Christifideles laici*, 44, AAS, LXXXI (1989), 480.

29 *Tumultu*, 44, 481.

C. Politika a struktury

14. Je jasné, že mnohé s tím spojené problémy jsou výsledkem politiky a zvláštních struktur sdělovacích prostředků. Jmenujeme jako příklad vyloučení přístupu určitých skupin nebo tříd k sdělovacím prostředkům, na některých místech praktikované systematické omezování základního práva na informace, široce rozšířené ovládání médií elitou z úseku hospodářství, politiky a společnosti.

To všechno stojí v protikladu k základním cílům a přirozenosti sdělovacích prostředků. Jejichž vlastní a podstatná role spočívá ve spolupůsobení, aby se plně realizovalo právo na informace, v úsilí o dosažení obecného dobra a spravedlnosti, v pomoci jednotlivým lidem, skupinám a národům při hledání pravdy. Sdělovací prostředky by měly mít svou úlohu v možnosti výměny, myšlenek, informací mezi všemi třídami a vrstevami společnosti, všem odpovědným hlasům by měly dávat příležitost, aby byly slyšeny.

D. Obhajoba práva na informace a na komunikaci

15. Je neúnosné, aby výkon svobody komunikace závisel na bohatství, výchově nebo politické moci. Právo na komunikaci je právem, které patří všem.

To vyžaduje zvláštní úsilí v rámci národa i na mezinárodní rovině. Jde o to umožnit chudým a bezprávným přístup k informacím, které potřebují pro svůj individuální a sociální vývoj, ale také zajistit, aby při rozhodování o obsahu médií a při určování struktur a politiky jejich národních komunikačních zařízení skutečně hráli odpovědnou roli.

Kde právní a politické struktury zvýhodňují při ovládání nových médií elitu, musí církve důrazně trvat na respektování práva na komunikaci a zvláště práva přístupu k médiím; současně je třeba hledat pro vlastní členy a pro obyvatelstvo vůbec alternativní komunikační modely. Právo na komunikaci náleží ostatně k právu na náboženskou svobodu, která nemá být omezena na pouhou svobodu kultu.

IV. PASTORAČNÍ PRIORITY A MOŽNOSTI, KTERÉ JIM ODPOVÍDAJÍ

A. Obrana lidských kultur

16. Uvážíme-li situaci, která je v různých zemích, může citlivost pro práva a zájmy jednotlivých lidí církev podnítit k podpoře alternativních sdělovacích prostředků. Na úseku evangelizace a katecheze bude muset církev použít prostředky k ochraně a podpoře "lidových médií" a dalších původních výrazových forem tehdy, když pozná, že mohou být pro šíření evangelia v určitých společnostech účinnější než stávající média, protože umožňují větší osobní účast a motivují čtení u nižších vrstev obyvatelstva.

Všudy přítomnost sdělovacích prostředků v moderním světě však v žádném případě nezmenshuje význam alternativních sdělovacích prostředků, které lidem umožňují, aby se angažovali a dokonce se sami podíleli na plánování takové komunikace. Existující tradiční sdělovací prostředky nejsou ve skutečnosti pouze důležitým fórem pro vyjádření místní kultury, ale umožňují také rozvoj možností aktivní účasti při jejich tvorbě a využití.

Ve stejné míře za pozitivní pokládáme přání četných národů a skupin lidí, aby měli možnost být přiměřeně vybaveni informační technikou, která by je měla chránit před ovládnutím a manipulací zevnitř i z vnějšku. Rozvojové země se obávají vyspělých zemí. Mensiny jak ve vyspělých, tak v rozvojových zemích pociťují tutéž starost. Ať už je situace jakákoliv, nechť se občané aktivně, samostatně a odpovědně účastní práce ve sdělovacích prostředcích, protože ty v mnohém směru ovlivňují jejich životní situaci.

B. Vývoj a podpora sdělovacích prostředků církve

17. Zatímco se církve nadále různým způsobem angažuje v oblasti komunikace a sdělovacích prostředků, musí přes různé potíže, na které naráží, vyvíjet, získávat a podporovat vlastní, specificky katolické prostředky a programy pro sdělovací prostředky. Patří k nim tisk a nakladatelství, rozhlas a televize, kancláře zabývající se informacemi a vztahy médií, zařízeními a programy pro výchovu a praktické školení v sdělo-

vacích prostředcích, dále církevní organizace pro ty, kdo profesionálně pracují v médiích. Zde jsou také miněny zvláště mezinárodní katolické organizace pro komunikaci. Jejich členové ať jsou odbornými spolupracovníky biskupských konferencí, jakož i jednotlivých biskupů.

Práce katolíků v médiích není pouze doplňkovou aktivitou vedle jiných činností církve; sociální komunikace musí hrát významnou roli v rámci poslání církve. Nejde tu jen o pastorační plán sociální komunikace, ale komunikace se musí stát integrální částí každého plánu pastorace, neboť slouží každému apoštolátu a přispívá každému programu.

C. Výchova katolických pracovníků médií

18. Výchova a vzdělání v sdělovacích prostředcích musí být integrální součástí výchovy kněží a všech, kdo pracují v pastoraci³⁰. Existují různé prvky a aspekty této výchovy a vzdělání.

V dnešním světě, který je tolik ovlivňován sdělovacími prostředky, musí ti, kdo jsou ve službách církve, vědět o tom, jak nová informační technika a technika médií působí na jednotlivce a společnost. Mají být připraveni stejným způsobem prokazovat službu "informačně bohatým" jako "informačně chudým". Je třeba vědět, jak ty druhé pozvat k dialogu a jak se přitom vyhnout stylu komunikace, který by mohl připomínat vládu, manipulaci, osobní výhody. Co se týká těch, kdo se chtějí aktivně účastnit práce médií ve službách církve, je třeba, aby si osvojili odborné znalosti v oblasti médií spolu se znalostmi církevního učení a spirituality.

D. Pastorační služba těm, kdo jsou činní v oblasti sdělovacích prostředků

19. Práce v médiích je vystavena zvláštnímu psychologickému tlaku a klíčovými rozpakům z hlediska etiky. Pokud jde o význam úlohy sdělovacích prostředků při vytváření moderní kultury a života nescetných jednotlivců a celých společností, je podstatné, aby ti, kdo pracují ve svět-
ských médiích a v komunikačním podnikání, žili ideálu sloužit lidem a přístupovali ke své úloze odpovědně.

30 Sv. Kongregace pro katolickou výchovu, *Uvedení do výchovy budoucích kněží s ohledem na prostředky sociální komunikace*, Vatikán 1986.

To klade na církev značnou odpovědnost. Ať vypracuje a předloží pastorační programy tak, aby odpovídaly zvláštním pracovním podmínkám a etickým výzvám, s nimiž mají lidé médií co dělat. Tyto pastorační programy by měly zahrnovat stále doškolování těchto mužů a žen, z nichž mnozí upřímně chtějí poznat a tvořit, co je eticky správné, a měly by jim pomáhat, aby jejich profesní i soukromý život stále více pronikaly morální formy.

V. NUTNOST PLÁNOVÁNÍ PASTORACE

A. Odpovědnost biskupů

20. Jestliže biskupové a další odpovědní činitelé uznávají platnost a důkonce naléhavost nároků, které vyplývají ze světa komunikace, je třeba, aby jim v rámci omezených lidských a materiálních prostředků a rezerv církve, s ohledem na situaci národa, oblasti nebo diecéze, vyhradili velkou prioritu.

Tento požadavek je možná dnes jednoznačnější než v minulosti, protože do určité míry byl velký "areopág" dnešního světa - svět komunikace - ze strany církve více méně zanedbáván³¹. Na tuto skutečnost poukazuje Svätý otec: "K hlásání evangelia a k formování se používají většinou jiné pomocné prostředky, zatímco sdělovací prostředky byly ponechány iniciativě jednotlivců nebo malých skupin a do pastoračních plánů začínají teprve vstupovat, a to na podřadném místě"³². Tato situace vyžaduje nápravu.

B. Nutnost plánu pastorace v rámci sociální komunikace

21. Naléhavě doporučujeme diecézím a biskupským konferencím, resp. shromážděním biskupů, aby dbali na to, že do pastoračních plánů budou zařazeny problémy komunikačních prostředků. Doporučujeme, aby pro sociální komunikaci vypracovali, resp. přepracovali už stávající plány a aktualizovali je. Tímto způsobem se uvede v život žádoucí proces stálého zkoušení a získávání praxe. K tomuto musí biskupové získat spolupráci profesionálů, kdo pracují ve světských či církevních strukturách, v mezinárodních i místních organizacích pro film, rozhlas, televizi a tisk.

Některé biskupské konference už získaly zkušenost, že se osvědčily pastorační plány, jejichž obsahem byly stávající potřeby, konkretizovaly se stanovené cíle a nabízele se ke koordinaci. Výsledky průzkumů, hodnocení a dotazníkových akcí by měly být přístupné na všech úrovních církve, protože jsou důležitými ukazateli pro pastoraci. Praktické realistické plány

31 Srv. JAN PAVEL II., *Redemptoris missio*, 37, AAS, LXXXIII (1991), 285.

32 *Tamtéž*.

ať jsou také přizpůsobeny potřebám místních církví. Musí být otevřené stálému prověřování a přizpůsobování vzhledem k měnícím se potřebám.

Na závěr tohoto dokumentu předkládáme prvky pastoračního plánu a navrhuje témata, která by bylo možno zpracovat v pastýřských listech, nebo v biskupských vyjádřeních jak na národní, tak na místní úrovni. Tyto prvky pocházejí z návrhů biskupských konferencí a odborníků na sdělovací prostředky.

22. Zdůrazňujeme ještě jednou, že "církve patříuje v sdělovacích prostředcích Boží dar, protože podle zájmu Božské prozřetelnosti bratrsky spojují lidi, aby spolupůsobili v Božím díle spásy"³³. Jako Duch pomohl starozákonním prorokům poznat pomoci času Boží plán, tak pomáhá dnes církvi poznávat znamení našeho času a též splnit prorockou úlohu, ke které patří studium komunikační techniky a sdělovacích prostředků. Ty rozhodně nelze v naší době zanedbat.

33 *Communio et progressio*, 2, AAS, LXIII (1971), 593-594.

Prvky pastoračního plánu sociální komunikace

23. Situace sdělovacích prostředků a možnosti, které se nabízejí církvi v oblasti sociální komunikace, se podle různých národů liší. Jsou různé i v jednotlivých diecézích té samé země. Podle toho se pak liší i podmínky vztahu k médiím a kulturnímu prostředí, jež spolu vytvářejí. Plány a účast církve se přizpůsobí podle místních podmínek.

Každá biskupská konference a každá diecéze vypracuje svůj pastorační plán sociální komunikace, nejlépe po poradě se zástupci mezinárodních a národních katolických organizací a s odborníky místních médií. Kromě toho ať přihlíží k jiným pastoračním plánům při vytváření a provádění zvláště sociálních služeb, výchovy a evangelizace. Rada biskupských konferencí a diecézí už své plány vypracovala, vytýčila v nich potřeby komunikace a stanovila cíle, realistické propočty nákladů a vyvinula snahu o koordinaci na tomto úseku.

Pomůckou pro ty, kdo tyto pastorační plány vypracovávají nebo se snaží stávající plány aktualizovat, jsou následující směrnice.

Směrnice pro vypracování pastoračních plánů sociální komunikace v diecézi, v rámci biskupské konference nebo v patriarchátu

24. Pastorační plán sociální komunikace má mít následující prvky:

- a) Na základě všestranných konzultací všech církevních služeb vezme v úvahu strategii, která zahrne aktuální problémy podle daných poměrů.
- b) Úvahu a zhodnocení situace v médiích příslušného území: uváží rozdílnost různých druhů publika, producentů a vedoucích veřejných a komerčních médií, finanční a technické prostředky, přídělové systémy, ekumenické a výchovné možnosti. Počítá se členy katolických pracovníků médií, včetně řádových společenství.
- c) Návrh na vybudování a vytvoření církevních sdělovacích prostředků ve službách evangelia, katecheze a výchovy, sociálních služeb a ekumenické spolupráce. Tento návrh zahrne možnosti práce s veřejností.

s tiskem, rozhlasem, televizí, filmem, využitím kazet, počítačových sítí, reprodukcí techniky a jiných forem telekomunikace.

- d) Výchovou v oblasti médií, se zvláštním důrazem na vztah mezi sdělovacími prostředky a jejich významem.
- e) Návrh duchovní péče a dialogu s těmi, kdo pracují v médiích. Hlavní pozornost je třeba především zaměřit na vývoj jejich víry a rozvoj duchovního života.
- f) Poukaz na prostředky a možnosti financování tohoto pastoračního plánu.

by se mělo

Vypracování pastoračního plánu sociální komunikace

25. Plán by měl dát odpovědné směrnice a podněty pro komunikaci v církvi, vytyčit realistické cíle a priority práce. Doporučujeme, aby se s tím zabýval tým složený z církevních spolupracovníků a odborníků médií. Vypracování plánu by mělo probíhat ve dvou fázích: 1. šetření,

2. plánování

Fáze šetření

26. Do fáze šetření náleží odhad potřeb, sbírání informací a vyhodnocování pastoračních modelů. To zahrnuje rámec, ve kterém probíhá komunikace, tzn. odhalí se silné i slabé stránky stávajících církevních struktur komunikace a programů, jakož i možnosti, které se nabízejí a s nimiž je vhodné je konfrontovat.

Vyhledávání nutných informací proběhne, ukáže-li se to užitečným, ve třech etapách: odhad potřeb, průzkum a zjištění nástrojů komunikačních prostředků, které jsou k dispozici. První krok prověřky zjistí oblasti církevních služeb, které vyžadují zvláštní pozornost biskupské konference nebo diecéze. Druhý krok se bude zabývat dosavadními metodami, jejich posouzením z hlediska jejich účinnosti, aby se tak zjistily silné a slabé stránky stávajících struktur a postupu komunikace. Třetí krok popíše prostředky, techniku a personál, které má církev v oblasti komunikací k dispozici - k nim patří nejen prostředky a rezervy, které církvi patří, nýbrž také ty, ke kterým má církev přístup ve světě obchodu, v průmyslu sdělovacích prostředků a v ekumenických organizacích.

Fáze plánování

27. Když se shromáždí údaje a analyzují data, měl by se tým plánovačů zabývat cíli a prioritami biskupské konference nebo diecéze v oblasti sociální komunikace. Tak začíná fáze plánování. Se zřetelem k regionálním a lokálním poměrům je třeba, aby plánovači tým projednal následující problémy:

28. *Výchova.* Problémy komunikace a sdělovacích prostředků se týkají všech úrovní pastorační služby, včetně výchovy. Pastorační plán by se měl v rámci sociální komunikace pokusit:

- a) nabídnout možnosti výchovy v sociální komunikaci, jako podstatnou část vzdělání všech, kdo pracují pro církev, ať už jde o seminaristy, kněze, řeholníky nebo laiky;
 - b) povzbudit v oblasti komunikace katolické školy a univerzity nabídkou programů a kursů ve spojení s potřebami církve a společnosti;
 - c) nabídnout kurzy a semináře o technice užítí, etice a politice komunikací, určené těm, kdo mají v církvi odpovědnost za tuto oblast, pro seminaristy, řeholníky a klérus;
 - d) plánovat a provádět programy výchovy v médiích a výchovu používání médií pro učitele, rodiče a žáky;
 - e) povzbuzovat tvůrčí umělece a spisovatele, aby využívali svůj talent k psaní pro divadlo, rozhlas a televizní pořady, pro zábavní filmy s výchovným obsahem, v nichž by se předávaly hodnoty evangelia;
 - f) poukazovat na nové metody evangelizace a katecheze, které umožní používání sdělovací techniky a sdělovacích prostředků.
29. *Duchovní výchova a pastorační pomoc.* Katoličtí laici a jiné osoby, které pracují v církevním apoštolátu sociální komunikace nebo ve světských médiích, očekávají často od církve duchovní orientaci a pastorační pomoc. Pastorační plán by se měl pokusit:
- a) dát katolickým laikům a dalším, kdo pracují na úseku médií, příležitost, aby své odborné vzdělání rozšířili rekreačními dny, exerciciemi, semináři a podporou odborníků;

b) duchovní pomoc je třeba nabídnout jako nutnou podporu a záruku tak, aby se rozvíjela víra těch, kteří pracují v oblasti sociální komunikace, aby neztratili ze zřetele hodnoty evangelia i pravé lidské hodnoty.

30. Spolupráce. Spolupráce zahrnuje rozdělování pomůcek mezi biskupskými konferencemi a diecézemi, resp. mezi diecézemi a jinými zařízeními, jako jsou rádová společenství, univerzity a zdravotnické organizace. Pastorační plán sociální komunikace má mít za cíl:

a) posílení a podporu vztahů a vzájemné konzultace mezi zástupci církve a odborníky v médiích, kteří mohou poskytnout církvi velkou pomoc při používání sdělovacích prostředků;

b) zjištění možností spolupráce mezi regionálními a národními centry a podpořit vývoj společných, vzájemně propojených systémů k podpoře marketingu a rozdělování;

c) podpořit spolupráci s řády a kongregacemi, které pracují na úseku sociální komunikace;

d) spolupracovat s ekumenickými organizacemi a s ostatními církvemi a náboženskými skupinami, co se týká přístupu náboženství k médiím; rozšířit jejich spolupráci též na nejnověji vyvinutá média, zvláště na společně užívání satelitů, databank, kabelových sítí a informatiky všeobecně, počínaje systémovou kompatibilitou³⁴;

e) spolupracovat se světskými sdělovacími prostředky, zvláště pak pokud jde o náboženské, morální, etické, kulturní, výchovné a sociální otázky.

31. Práce pro veřejnost. Práce pro veřejnost vyžaduje ze strany církve aktivní komunikaci s veřejností prostřednictvím jak světských, tak náboženských sdělovacích prostředků. Tato práce má být připravena sdělovat evangelní hodnoty a zveřejňovat své služby a programy. Předpokládá učinit všechno, co je v jejich možnostech, aby odrážela skutečný obraz Krista. Pastorační plán pro sociální komunikaci by měl být proto zaměřen následovně:

34 Papežská rada pro sdělovací prostředky, *Směrnice pro ekumenickou a mezináboženskou spolupráci v komunikaci*, 14.

a) udržovat kanceláře práce pro styk s veřejností, vybavit je dostatečným počtem pracovníků a materiálními prostředky, aby se tak umožnila skutečná komunikace mezi církví a veřejností;

b) zveřejňovat publikace, rozhlasové, televizní a videoprogramy vynikající kvality, aby se tak učinilo viditelné poselství evangelia a poslání církve;

c) počítat s významnějšími a jinými formami uznání pro povzbuzení a podporu těch, kdo pracují v sdělovacích prostředcích; *Za království*

d) využít Světový den sdělovacích prostředků k podřízení významu sociální komunikace a podpořit jej jako iniciativu církve na úseku sdělovacích prostředků.

32. Výzkum. Strategie církve v oblasti sociální komunikace se musí opírat o výsledky seriózních průzkumů médií, které zahrnou věcně vypracovanou analýzu a hodnocení. Záleží na tom, jaký prostor vyhradí výzkum v oblasti sdělovacích prostředků důležitým otázkám a problémům, které se řeší v souvislosti s posláním církve v příslušném národě nebo regionu. Plán pastorační komunikace:

a) má se opírat o ústavy, výzkumná střediska a univerzity, o jejich základní i aplikovaný výzkum zabývající se potřebami církve a společnosti, jenž by napomohl sociální komunikaci;

b) stanoví praktické metody běžného výzkumu komunikací a jejich využití k poslání církve;

c) podpoří stálý teologický přehled o metodách a prostředcích komunikace a o její roli v církvi a společnosti.

33. Sociální komunikace a rozvoj národů. Komunikace a sdělovací prostředky mohou, jsou-li skutečně přístupné, umožnit mnoha lidem, aby se podíleli na hospodářství moderního světa, měli možnost vyjádřit své mínění a působit ve prospěch míru a spravedlnosti ve světě. Plán pastorační komunikace by měl být zaměřen na to, aby:

a) evangelní hodnoty měly vliv na širokou nabídku dnešních aktivit médií - počínající vydáváním knih a časopisů a končící komunikací přes satelity - a tak přispívaly k růstu mezinárodní solidarity;

- b) byl hájen zájem veřejnosti a chráněn přístup náboženství k médiím, přičemž v otázkách a zákonodárství sdělovacích prostředků, v politice a vývoji komunikačních systémů zaujal zodpovědné stanovisko;
- c) analyzoval společenský vliv rozvinutých komunikačních technik a připravil k zabránění nevhodných sociálních ořesů a kulturní destabilizaci;
- d) aby se lidem pracujícím v sdělovacích prostředcích pomáhalo při formování a dodržování etických norem, především tak, aby pracovníci byli vedeni k uslechtilosti, pravdivosti, spravedlnosti, slušnosti a měli úctu před životem;
- e) se vypracovaly metody, které povzbudí k rozsáhlému reprezentativnímu a odpovědnému přístupu k médiím;
- f) aby se vykonávala prorocká role, přičemž je třeba říci slovo v pravý čas, kdy jde o vyjádření stanoviska evangelia v souvislosti s morálními pohledem na důležité otázky a problémy veřejného zájmu.

Vatikán, 22. února 1992, na svátek Stolce svatého Petra.

Arcibiskup JOHN P. FOLEY
předseda

Mons. PIERFRANCO PASTORE
sekretář