

A Tömegkommunikáció
Pápai Tanácsa

AETATIS NOVAE

Lelkipásztori határozat
a tömegkommunikációs eszközök
használatáról húsz évvel
a *Communio et progressio* után

Bevezetés

Az emberi kommunikáció forradalma

1. Egy új korszak kezdetével az emberi kommunikáció hatalmasan megnövekedett, s ez jelentősen hat az egész világ kultúrájára. A technikai forradalom által hozott változások e jelenségnek csupán egyik szempontját adják. Az emberek ma mindenütt a médiumok hatása alatt állnak, s ez befolyásolja vallási és erkölcsi viselkedésüket, a politikai és a szociális rendszereket és a nevelést is.

Így például az 1989-es és 1990-es év „fordulatában” – amelynek történelmi jelentőségére a pápa a *Centesimus annus*-ban utal¹ – senki sem tagadhatja a média szerepét, amelyet sem földrajzi, sem politikai határok nem tudnak megállítani.

Ekkor vált nyilvánvalóvá, hogy „az új idők első Aeropágusza a kommunikáció világa, amely egyre jobban egyesíti az emberiséget – és amint mondani szokás – egyetlen »világfaluvá« alakítja. A tömegtájékoztatási eszközök fontos szerepet töltenek be, mert sokak számára az információ és a képzés, a vezetés és tanácsadás, az egyéni, családi és társadalmi viselkedés fő eszközeivé váltak”.²

Több mint negyedszázaddal a II. Vatikáni zsinat tömegkommunikációs eszközökről szóló, *Inter mirifica* című dekrétumának kihirdetése és két évtizeddel a *Communio et progressio* című lelkipásztori határozat után a Tömegkommunikáció Pápai Tanácsa e helyzet pasztorális következményeiről kívánja kifejteni megfontolásait. Ezt a *Communio et progressio* zárszavának szellemében teszi: „Isten népe járja útját a történelemben. Amint – mind a tájékoztatásban, mind a befogadásban – korukkal együtt haladnak, bizalommal, sőt lelkesedéssel várják mindazt, amit a kommunikáció fejlődése egy kozmikus korszakban felajánlhat”.³

Mivel a zsinati és a zsinat utáni dokumentumok alapelveit és megállapításait maradandó értékűnek tartjuk, megpróbáljuk ezeket a kirajzolódó új valóságra alkalmazni. Ugyanakkor nem áll szándékunkban, hogy ebben az összetett, állandó mozgásban

és fejlődésben lévő helyzetben kimondjuk a végső szót, hanem munkaeszközt és bátorítást kívánunk adni mindazoknak, akik az új valóság lelkipásztori következményeivel szembesülnek.

2. Az *Inter mirifica* és a *Communio et progressio* nyilvánosságra hozatala utáni években az emberek lassan megszokták az olyan kifejezéseket, mint az „információs társadalom”, a „tömegkommunikációs kultúra” és a „média nemzedéke”. Az ilyen kifejezések azt a figyelemre méltó tényre támasztják alá, hogy sok mindent, amit manapság az emberek az életről tudnak és gondolnak, a médiumok határoznak meg; az emberi tapasztalat a média által közvetített tapasztalattá változott.

Az utolsó évtizedek szintén nagyszerű újításokat hoztak a kommunikációs technika területén. Ezekbe beletartozik mind a régebbi technológiák gyors továbbfejlesztése, mind a telekommunikáció és más tömegkommunikációs technikák új formái; ilyenek a műholdak, a kábeltelevízió, a fénykabel, a videokazeták, a CD-k, a számítógépes képképzés és más digitalizált adatfeldolgozó módszerek. Az új média használata szinte „új nyelveket” teremtett, amelyek új lehetőségeket nyitottak az egyház küldetéséhez, ám új pasztorációs problémákat is hoztak magukkal.

3. E tények ismeretében bátorítjuk a lelkipásztorokat és Isten egész népét, hogy a tömegkommunikációval és a tömegkommunikációs eszközökkel kapcsolatos problémákban tanúsítsanak nagyobb megértést, és megértésüket gyakorlati intézkedésekkel és megvalósítható javaslatokkal igazolják.

„Amikor a zsinati atyák a jövőbe tekintettek, és megpróbálták feltárni azt a környezetet, amelyben az egyház küldetését teljesíteni tudná, felismerték, hogy a technikai haladás már ott tart, hogy »a Föld arculatát átformálja«, sőt a világűrt is meghódítsa. Felismerték, hogy különösen a kommunikációs technika fejlődése alkalmas arra, hogy beláthatatlan következményekkel járó láncreakciókat váltson ki”⁴

„Ellentétben azzal a szándékkal, amely az egyházat távol akarta tartani e fejlődés fő áramától, a zsinati atyák az egyházat az emberi haladás fő sodrában szemlélték, ahogyan megkísérli felfogni és megérteni az emberiség tapasztalatait, hogy a hit fényében értelmezze. Isten hívő népének az új technikai felfedezéseket az emberiség javára és a világra vonatkozó isteni terv-

nek beteljesítésére alkotó módon kell felhasználnia... A számítógépek korszakának lehetőségeit úgy szeretnénk felhasználni, hogy azok az ember evilági és másvilági hivatását szolgálják, és ezzel az Atyát dicsőítsék, akitől minden jó származik”⁵.

Szeretnénk köszönetet mondani mindazoknak, akik az egyházban a médiumok alkotó munkájáért felelősek. Számos nehézséggel találkoznak – mint például a korlátozott anyagi lehetőségek, vagy olykor az egyháznak a médiában való részvételét hátráltató akadályok, vagy a média uralkodó szerepéből adódóan a kultúra, az értékrend és a viselkedésformák folyamatos átalakulása; ennek ellenére már sokmindent sikerült elérni, és még több fog megvalósulni. Azok a püspökök, papok, szerzetesek és világi hívők, akik ennek a fontos apostoli küldetésnek szentelik magukat, mindannyiunk köszönetét megérdemlik.

Üdvözljük a média területén az ökumenikus együttműködést elősegítő pozitív fáradozásokat: a katolikusokat és a többi egyházhoz és egyházi közösséghez tartozó testvéreket, valamint a más világvallások képviselőivel való együttműködést. „A kommunikáció területén a keresztények hatékony együttműködése és a más vallások képviselőivel való szorosabb, együttes cselekvése” nemcsak kívánatos, de szükséges is, „hogy a vallásosság a tömegkommunikációban jelen lehessen.”⁶

I. fejezet A tömegkommunikáció helyzete a világban

A. Kulturális és társadalmi háttér

4. A tömegkommunikáció területén napjainkban lejátszódó átalakulás több, mint pusztán technikai forradalom – inkább mindazon elemek alapvető újrarendeződése, amelyekkel az ember az őt körülvevő világot felfogja, tapasztalatait ellenőrzi és

kifejezésre juttatja. A képek és az eszmék állandóan hozzáférhetőek és gyorsan továbbíthatóak – akár egyik földrészről a másikkra is. Ez pozitív, de egyúttal negatív hatással is lehet a személyek lelki, erkölcsi és szociális fejlődésére, a társadalmak szerkezetére és működésére, a kultúrák kölcsönös érintkezésére és párbeszédére, az értékek befogadására és továbbadására, a világszemléletre, az ideológiára és a vallásos meggyőződésre. A kommunikáció területén bekövetkezett forradalom hatással van az embereknek az egyházzal alkotott elképzeléseire is, és befolyásolja az egyház sajátos struktúráinak és működési formáinak kialakulását.

Mindennek fontos pasztorációs következményei vannak. A médiumok valóban felhasználhatóak az Evangélium hirdetésére, de arra is, hogy az emberek szívéből kiűzzék őket. Minél szorosabban fonódnak össze a médiumok az emberek hétköznapi életével, annál hathatósabban befolyásolják az élet értelméről kialakított felfogásukat.

A médiumok hatalma olyan nagy, hogy nemcsak az emberek gondolkodásmódját befolyásolják, hanem gondolataik tartalmát is. Sok ember számára az a valóság, amit a médiumok valóságként tüntetnek fel; mindaz, amit a médiumok nem hangsúlyoznak, jelentéktelennek tűnik. Így *de facto* hallgatásra kényszeríthetők egyes emberek és csoportok azzal, hogy a médiumok nem vesznek róluik tudomást; el lehet nyomni az Evangélium hangját is, bár teljesen elfojtani nem lehet.

Ezért fontos, hogy a keresztények a hiányzó információkat pótolják, és így szóhoz juttassák az elnémítottakat.

A médiumok hatalma, amely erősíti vagy gyengíti a vallás, a kultúra és a család hagyományos értékeit, hangsúlyt ad a zsinati szavak aktualitásának: „A tömegkommunikációs eszközök helyes használata feltétlenül megköveteli az erkölcsi rend törvényeinek ismeretét és azoknak lelkiismeretes érvényesítését ezen a területen is.”⁷

B. Politikai és gazdasági háttér

5. Az országok gazdasági szerkezete a legszorosabb kapcsolatban áll a modern kommunikációs rendszerekkel. A kommunikációs rendszerek hatékony infrastruktúrájához a gazdasági és politikai fejlődés szempontjából általában szükségesnek tart-

ják az állami beruházásokat is. Az ilyen befektetések költségeinek növekedése számos ország kormányát a verseny növelését célzó politikára ösztönözte. Ez a legfőbb oka annak, hogy sok esetben a telekommunikáció, a közvetítés és sugárzás nyilvános rendszerében megszüntették az előírásokat, és a privatizációnak szolgáltatták ki azt.

Ahogy a nyilvános rendszerekkel való visszaélés ideológiai és politikai manipulációhoz vezethet, ugyanúgy a közvetítés és sugárzás szabályozatlan használata és privatizációja is komoly következményeket vonhat maga után. A gyakorlatban – időnként hivatalos részről is – alábecsülik a műsorsugárzás használatának felelősségét. Hajlamosak a sikert a nyereség, nem pedig a szolgálat alapján megítélni. A nyereségközpontú gondolkodás és a reklámszakemberek érdekei megengedhetetlen hatást gyakorolnak a médiumok tartalmára: a minőséggel szemben a népszerűséget részesítik előnyben, és a legkisebb közös nevező jut érvényre. A reklámszakemberek túllépik jogos hatáskörüket – hogy a valóságos igényeket állapítsák meg, és azokat elégítsék ki –, és nyereségvágytól hajtva mesterséges fogyasztási igények és fogyasztói ideálok teremtésére törekednek.

Ez az üzleti nyomás túllép az országhatárokon is, és károsan hat bizonyos népekre és kultúrájukra. A növekedő konkurrencia és az új értékesítő piacok felkutatása érdekében a tömegkommunikációs vállalkozások egyre inkább „multinacionális” jellegűek; a helyi előállítási lehetőségek hiánya egyre több országot tesz a külföldtől függővé. Így az egyik kultúrára jellemző népszerű mediatermékek elárasztanak egy másik kultúrát, gyakran az ott már létező művészeti- és tömegkommunikációs formák és az általuk képviselt értékek rovására.

A kereskedelmi adók szaporodásából és a privatizációból eredő gondok megoldása nem várható a tömegkommunikáció állami ellenőrzésétől, hanem a közszolgálati műsorok normáinak megfelelő, átfogó szabályozástól és a nagyobb nyilvános felelősségvállalástól. Ebben az összefüggésben arra is rá kell mutatnunk, hogy bár egyes országokban a tömegkommunikáció működésének jogi-politikai keretei javulóban vannak, mégis léteznek olyan területek, ahol az állami beavatkozás — csakúgy, mint régebben — az elnyomás és a kiszorítás eszköze.

II. fejezet A kommunikáció feladata

6. A *Communio et progressio* szerint a kommunikáció a közöshöz vezető út. Mert a kommunikáció, írja a dokumentum, „több, mint gondolatok közlése és érzelmek jelzése. Legmélyebb szintjén saját magunk ajándékozása a szeretetben”.⁸ Ebben az értelemben tükrözi a kommunikáció az egyházi közösséget, és járul hozzá annak alakításához.

Az igazság közlésének valóban lehet megváltó ereje, amely Krisztus személyéből táplálkozik. Ő Isten Igéjének megtestesülése, és a láthatatlan Isten képe-mása. Benne és általa nyilatkoztatja ki Isten önmagát az emberiségnek, a Lélek által. „Mert ami benne láthatatlan: örök ereje és isteni mivolta, arra a világ teremtése óta műveiből következtethetünk.”⁹ Idézhetjük a Biblia következő szavait is: „S az Ige testté lett, és köztünk élt. Láttuk dicsőségét, az Atya Egyszülöttének dicsőségét, akit kegyelem és igazság tölt be.”¹⁰

A megtestesült Igében nyilatkoztatja ki magát Isten végérvényesen. Jézus szavaiban és tetteiben válik felszabadítóvá és megváltó Igévé az egész emberiség számára. Isten e szeretetből fakadó feltárulkozása és az ember hívő válasza hozza létre a mélységes párbeszédet.

Az emberi történelem és valamennyi kapcsolat az emberek között Isten Krisztusban megvalósuló önközlésében játszódik le. Maga a történelem az isteni Ige megnyilvánulása; az ember hivatásához tartozik, hogy ehhez hozzájáruljon azáltal, hogy igyekszik Isten kiengesztelő szeretetének állandó, határtalan ki-nyilatkoztatását teremtő módon megélni. Ezt a remény szavaiban és a szeretet cselekedeteiben – tehát életmódunk által – kell kifejezésre juttatnunk. Ez a magyarázata annak, hogy az egyházi közösségnek szívének kell viselnie a kommunikációt.

Krisztus egyszerre tartalma és forrása mindannak, amit az egyház az Evangélium hirdetésekor közvetít. Az egyház „az Ő teste és a teljessége annak, aki mindenben mindent teljessé tesz”.¹¹ Az

egyházban tehát az Ige és a szentségek által közeledünk a remélt, végső egyesüléshez, hogy „Isten legyen minden mindenben”.¹²

A. A média az emberiség és a kultúra szolgálatában

7. A tömegkommunikáció minden lehetséges pozitívuma mellett, azaz hogy „az egység és az egyetértés hatékony eszköze lehet, olykor az életről, a családról, a vallásról és az erkölcsről hamis képet is adhat – olyan szemléletet, amely nem veszi figyelembe a személy igazi méltóságát és önrendelkezését”.¹³ Sürgető feladat ezért, hogy a médiumok kísérik figyelemmel és segítsék elő „az emberiség és a társadalom kulturális, transzcendens és vallásos dimenzióit”¹⁴ magában foglaló személy teljeskörű fejlődését.

Számos egyéni és szociális probléma abból adódik, hogy az emberek közötti kapcsolatokat egyre nagyobb mértékben helyettesíti a médiumok használata, illetve a szenvedélyes azonosulás azok fiktív hőseivel. A médiumok nem helyettesíthetik a közvetlen személyes, családi és baráti kapcsolatokat. A kommunikációs eszközök azonban hozzájárulhatnak e nehézségek megoldásához, ha vita-csoportok, filmek és rádióműsorok megbeszélése során serkentik az emberek egymás közötti kommunikációját, nem pedig azok helyére lépnek.

B. A média a világgal való párbeszéd szolgálatában

8. A II. Vatikáni zsinat hangsúlyozta, hogy a keresztények tudatában vannak az emberiséggel és annak történelmével való igen szoros kapcsolatuknak.¹⁵ Akik Isten igéjét hirdetik, azoknak kötelessége, hogy figyeljék és próbálják megérteni a különböző népek és kultúrák „szavait” — nemcsak azért, hogy tanuljanak tőlük, hanem azért is, hogy segítsenek nekik Isten igéjét megismerni és befogadni.¹⁶ Ehhez az egyháznak aktívan és figyelmesen kell a világban jelen lennie, hogy az emberek közönségét támogassa, és kiálljon azok mellett, akik a személyes és társadalmi problémákra elfogadható megoldásokat keresnek.

Ha az egyház mindenkor az egyes nemzetek és népek korszakának és kultúrájának megfelelően akarja közölni üzenetét, akkor ezt ma az új kommunikációs eszközök kultúrájában és annak számára kell megtennie.¹⁷ Ez alapvető feltétele azon döntő kérdés megválaszolásának, amelyre a II. Vatikáni zsinat is aggodalommal utalt: „a társadalmi, technikai és kulturális kötelékek” keletkezése, amelyek az embereket egyre szorosabban összefűzik egymással, „különösképpen sürgetővé” teszik, hogy az egyház minden embert „Krisztusban teljes egységbe” gyűjtson össze.¹⁸ Az egyház a médiumokat az egységre törekvésben játszott fontos szerepük miatt az isteni gondviselés által adott eszközöknek tekinti, amelyek földi zárandoklásuk ideje alatt az emberek kommunikációját és egymás közötti kapcsolatát megkönnyítik.¹⁹

Ha az egyház párbeszédet próbál kezdeni a modern világgal, a médiumok felelőseivel is őszinte és tiszteletteljes dialógust kell folytatnia.

Ez a párbeszéd megkívánja, hogy az egyház a médiumok – céljai, belső szerkezetük, formáik és fajtáik – megértésén fáradozzon, támogassa és bátorítsa az e területen dolgozókat. Ennek a megértésnek és támogatásnak alapján válik lehetővé, hogy komoly javaslatokat tegyen az emberi haladásnak és az Evangélium hirdetésének útjában álló akadályok elhárítására.

A dialógus azt is megköveteli, hogy az egyház a világi médiumokkal, különösen a médiapolitika fejlődésével aktívan foglalkozzon. A keresztények sajátos felelőssége, hogy minden kommunikációs eszköz területén önálló kezdeményezésekre vállalkozzanak. Feladatuk nem korlátozódik csupán az egyházzal kapcsolatos hírek közzétételére. A dialógushoz hozzátartozik a médiumok dolgozóinak a támogatása is; továbbá a kommunikáció antropológiájának és teológiájának a kidolgozása, hogy ezáltal maga a teológia legyen kommunikatívabb, és így alkalmasabb arra, hogy az Evangélium értékeit feltárja, és az emberi kapcsolatok mai valóságára alkalmazza. A párbeszéd azt is megkívánja, hogy az egyház felelős vezetői és a lekipásztorok készségesen és okosan válaszoljanak a médiumok kérdéseire: igyekezzenek a bizalom és a kölcsönös tisztelet közös értékein nyugvó kapcsolatot kialakítani azokkal, akik nem osztják hitünket.

C. A média az emberi közösség és a társadalmi haladás szolgálatában

9. Az egyházban és az egyház által végbemenő kommunikáció lényegében Jézus Krisztus örömhírének hirdetéséből áll. Ez az Evangéliumnak mint prófétai és megszabadító igének a hirdetése, ami a mai kor emberéhez szól; a radikális szekularizálódás ellenében az isteni igazságról és az ember természetfeletti rendeltetéséről tesz tanúságot; a konfliktusokkal és a megosztottságokkal szemben az igazságosság mellett dönt, szolidaritást vállalva minden hívővel a népek, a nemzetek és a kultúrák egységének szolgálatában.

Az egyház így értelmezi a kommunikációt, s ez a felfogás sajátos fényt vet a tömegtájékoztatási eszközökre és arra a szerepre, amelyet az isteni gondviselés terve szerint az emberek és a társadalom fejlődésének támogatásában betöltenek.

D. A média az egyházi közösség szolgálatában

10. Az eddig elmondottakkal kapcsolatban emlékeztetnünk kell az egyházon belül a dialógushoz és az információhoz való jogra, ahogy ezt a *Communio et progressio*²⁰ is megerősíti, valamint arra, hogy tovább kell keresnünk az e jog megerősítéséhez és védelméhez szükséges eszközöket, különösen a tömegkommunikáció felelősségteljes használata révén. Itt többek között az Egyházi Törvénykönyv útmutatásaira gondolunk; eszerint a hívőknek — amellet, hogy lekipásztoraiknak engedelmeskedni tartoznak — joguk van arra, hogy „törekvéseiket, különösen a lelkieket, valamint kívánságaikat” lekipásztoraik előtt „feltárják”,²¹ sőt „tudásuk, szakértelmük és tekintélyük alapján joguk, sőt néha kötelességük, hogy az egyház javát érintő dolgokról véleményt nyilvánítsanak a szent pásttorok előtt”.²²

Olyan eszközzel van dolgunk, amely képes megőrizni és erősíteni az egyház hitelét és hatékonyságát. De még ennél is fontosabb, hogy utat készíthet ahhoz, hogy az egyház közösségi jellege konkrétan megvalósulhasson, amely a Szentháromság benső közösségéből ered, és azt kell visszatükröznie. Az egyházi közösség tagjai méltóságuk és küldetésük szempontjából egyenlők; ennek alapja a keresztség, s a feladatok és tisztségek hierarchikus

rendszere és sokfélesége. Ezt az egyenlőséget az információból való becsületes és tiszteletteljes részesedés és a szabad véleménynyilvánítás révén kell kifejezésre juttatni.

Véleménykülönbségek esetén szem előtt kell tartani, hogy „a közvéleményre gyakorolt nyomás nem járul hozzá a tanok tisztázásához, és nem szolgálja az igazságot”.²³ „Nem minden eszme és elképzelés, amely Isten népe körében kering, azonosítható a »hitérzékkel«.”²⁴

Miért ragaszkodik az egyház ahhoz, hogy az embereknek joga van a helyes információhoz? Miért hangsúlyozza, hogy joga van az Evangélium hiteles igazságát hirdetni? Miért fektet ekkora hangsúlyt pásztorai felelősségére, hogy az igazságot közvetítsék, és a hívőket is ugyanilyen magatartásra neveljék? Azért teszi, mert mindaz, amit a kommunikáció az egyházon belül jelent, azon a felismerésen nyugszik, hogy Isten Igéje önmagát nyilatkoztatja ki.

E. A média az újraevangelizálás szolgálatában

11. A hit hirdetésében (az evangelizálásban) és a hitoktatásban a hagyományos eszközök és módszerek mellett – mint a tanúságtétel, a katekizmus, a személyes kapcsolat, a népi ájtatosság, a liturgia és más hasonló szent ünnepek – nélkülözhetetlené vált a tömegkommunikációs eszközök használata. Igen, „az egyház bűnössé válna Ura előtt, ha nem használná fel ezt a hatékony eszközt, amely az emberi értelmet még tovább tökéletesíti”.²⁵ A mai világban a kommunikációs eszközöket az egyház új vagy újra-evangelizációs terveinek szolgálatába lehet és kell állítani. A „látni, ítélni, cselekedni” bizonyítottan hatásos régi alapelv szerint az evangelizációban az audio-vizuális médiumoknak külön figyelmet kell szentelni.

Nagyon fontos, hogy az egyháznak a médiumokkal és a kultúrával való kapcsolatában – amelyek alakításához maga is hozzájárul – mindig szem előtt tartsuk: „nem elég a tömegkommunikációt csak a krisztusi üzenet és az egyház tanításának hirdetésére használni; hanem magát az üzenetet kell ebbe a modern kommunikáció által teremtett »új kultúrába« integrálni... új nyelvvel, új technikai eszközökkel és újfajta lelki magatartással”.²⁶ Korunkban az egyház aktív és nyitott jelenlétével kell a kommunikáció világában az evangelizálás új eszközeit és lehetőségeit megtalálni.

III. fejezet Napjaink kihívásai

A. A kritikus véleményalkotás szükségessége

12. Az egyház nagyra értékeli és szívesen fogadja a médiumokat, és törekszik részt venni a kommunikáció által teremtett új kultúrában, hogy azt evangelizálja – ugyanakkor kritikus véleményt is kell mondania a médiumokról és hatásukról a kultúrában.

Mint már ismételten megállapítottuk, a kommunikációs technika az emberi szellem csodálatos alkotása, és a médiumok a társadalom számára igen hasznosak. Azt is hangsúlyoztuk, hogy a tömegkommunikációs eszközök használata csak részben tekinthető áldásosnak, és csak akkor válnak hasznossá, ha mind a magánszemélyek és a magánszféra, mind a kormányok és az egész társadalom a helyes értékek alapján és józan válogatással alkalmazzák őket. Az egyház nem kívánja előírni e döntések és e válogatás módját, hanem azáltal próbál hathatós segítséget nyújtani, hogy rámutat a médiumok területére is érvényes etikai és erkölcsi elvekre, amelyek mind a humánus, mind a keresztény értékek között megtalálhatók.

B. Szolidaritás és fejlődés

13. A dolgok mai állása szerint előfordulhat, hogy a tömegkommunikációs eszközök növelik azokat az egyéni és társadalmi akadályokat, amelyek útját állják az emberek szolidaritásának és egészséges fejlődésének. Ezekhez az akadályokhoz tartozik a szekularizmus, a fogyasztói gondolkodás, a materializmus, az emberi elidegenedés, a szegények és jogfosztottak helyzete iránti érdeklődés hiánya.²⁷

Ezért az egyház – mivel a tömegkommunikációs eszközöket „a kultúra-teremtés és továbbadás kiváltságos eszközének”²⁸ te-

kinti – kötelességének tartja, hogy a média dolgozóinak és közönségének továbbképzési lehetőséget biztosítson, hogy „kritikusan, az igazság iránti szeretettől vezérelve” közelíthessenek ezekhez az eszközökhöz; az egyház elismeri azt a kötelességet is, hogy „a szabadságot és a személy méltóságának tiszteletét védelmezze, és a népek igazi kultúráját azáltal erősítse, hogy a monopolizálás és a manipuláció minden formáját határozottan és bátran visszautasítja”.²⁹

C. Politika és struktúrák

14. Nyilvánvaló, hogy számos erre vonatkozó probléma a politika és a tömegkommunikáció sajátos struktúrájának a következménye: például bizonyos társadalmi csoportok vagy osztályok nem jutnak hozzá a tömegkommunikációs eszközök használatához, számos helyen pedig az információhoz való alapvető jogot, a tömegkommunikációt széles körben kisajátító gazdasági, politikai és társadalmi elit szisztematikusan korlátozza.

Mindez ellentétben áll a tömegkommunikációs eszközök sajátos természetével és alapvető céljaival, mivel az a lényeges társadalmi szerepük, hogy kielégítsék az emberek jogát az információhoz, támogassák a közjóra és az igazságosságra való törekvéseket, és segítsék az egyes emberek, csoportok és népek igazságkeresését. A tömegkommunikációs eszközök akkor teljesítik alapvető feladatukat, ha elősegítik a társadalom minden osztálya és rétege között a gondolat- és információcserét, és biztosítják, hogy minden felelősségteljes hang meghallgatásra találjon.

D. Az információhoz és kommunikációhoz való jog védelme

15. Tarthatatlan, hogy a kommunikáció szabadságának gyakorlása a gazdaságtól, a neveléstől, vagy a politikai hatalomtól függjön. A kommunikációhoz való jog mindenkit megillet.

Ez országos, és nemzetközi szinten is különös erőfeszítéseket követel, nemcsak azért, hogy a szegények és erőtlenekek is infor-

mációhoz jussanak – ami egyéni és társadalmi fejlődésükhöz nélkülözhetetlen –, hanem azért is, hogy biztosítsák számukra a lehetőséget, hogy a médiumok tartalmának meghatározásában és az országos kommunikációs intézmények rendszerének és politikájának kialakításában valóban felelős szerepet vállalhassanak.

Ahol a jogi és politikai rendszerek azt segítik elő, hogy a tömegkommunikációt egy elit uralja, az egyháznak nyomatékosan ki kell állnia a kommunikációhoz való jog tiszteletben tartása és saját kommunikációs eszközeinek működtetése mellett, ugyanakkor az egyház tagjai és az egész nép számára alternatív kommunikációs modellek után kell kutatnia. A kommunikációhoz való jog a szabad vallásgyakorlás jogának is részét képezi, amely nem korlátozódhat csupán az istentiszteletek végzésére.

IV. fejezet

Elsődleges lelkipásztori feladatok és megvalósításuk

A. Az emberi kultúrák védelme

16. Mivel az előzőekben vázolt helyzet még számos helyen fennáll, az egyes emberek jogai és érdekei iránti érzékenység gyakran arra ösztönzi az egyházat, hogy támogassa az alternatív kommunikációs eszközök tevékenységét. Az evangelizálás és a hitoktatás terén az egyháznak gyakran kell intézkednie a „népi médiumok” és más hagyományos kifejezési módok védelmére és támogatására, amennyiben felismeri, hogy bizonyos társadalmakban ezek hatékonyabb eszközök lehetnek az Evangélium hirdetésére, mint a modern médiumok, mert személyes részvételt tesznek lehetővé, és az ember érzékenységének és motivációjának mélyebb rétegét érintik.

Modern világunkban a tömegkommunikációs eszközök állandó jelenléte semmi esetre sem csökkenti az alternatív médiumok jelentőségét, amelyek lehetővé teszik, hogy az emberek elkötelezetten és aktívan részt vegyenek a kommunikáció termékeinek előállításában, sőt tervezésében is. Az ősi, hagyományos médiumok valójában nemcsak a helyi kultúra kifejezésére adnak lehetőséget, hanem hozzásegíthetnek a tömegkommunikációs eszközök kialakításában és alkalmazásában való aktív részvételre is.

Ugyanígy nagyra értékeljük számos népnek és embercsoportnak azt a kívánságát is, hogy igazságos és megfelelő kommunikációs és információs rendszerrel rendelkezzenek, amelyek képesek megvédeni őket a külföld vagy saját honfitársaik manipulációi ellen. A fejlődő országok a fejlett országokkal szemben tartanak ettől a veszélytől; hasonló gondokkal küzd számos fejlett és fejlődő ország kisebbsége is. Bármilyen legyen is a helyzet, a polgároknak aktívan, önállóan és felelősségteljesen részt kell venniük a kommunikációban, mert ez sokféleképpen befolyásolja életkörülményeiket.

B. Az egyház tömegkommunikációs eszközeinek fejlesztése és támogatása

17. Az egyház továbbra is támogatja a kommunikáció és a médiumok különböző formáit, emellett azonban – a sok felmerülő nehézség ellenére is – őriznie, fejlesztenie és támogatnia kell saját, kifejezetten katolikus tömegkommunikációs eszközeit és programjait is. Ehhez tartoznak: a sajtó és a könyvkiadás, a rádió és a televízió, az információs- és sajtóirodák, a tömegkommunikáció és a médiakutatás képzésének és gyakorlati oktatásának intézményei és programjai, végül a tömegkommunikáció szakembereinek az egyházhoz tartozó szervezetei is. Itt különösen a nemzetközi katolikus kommunikációs szervezetek jönnek számításba. Legyenek ezen szervezetek tagjai a püspöki karok szakértői, valamint egyes püspökök is. A katolikus tömegtájékoztató nem csupán többletfeladat az egyház többi tevékenysége mellett: a tömegkommunikáció az egyház küldetésének valamennyi szempontjában fontos szerepet játszik. Ezért nemcsak arra van szükség, hogy legyen a kommunikációra vonatkozó lelkipásztori tervezet, hanem arra is, hogy a kommunikáció legyen integráns része vala-

mennyi lelkipásztori tervezetnek, mert minden más apostoli munkához, szolgálathoz és programhoz segítséget tud adni.

C. Keresztény kommunikációs szakemberek képzése

18. A papok és mindazok képzéséhez, akik lelkipásztori feladatot végeznek, szervesen tartozzon hozzá a tömegkommunikáció oktatása is.³⁰ Ennek az oktatásnak és képzésnek több különböző eleme és szempontja van.

Mai világunkban, amelyet oly nagy mértékben befolyásolnak a tömegkommunikációs eszközök, az egyház szolgálatában állóknak legalább nagy vonalakban ismerniük kell az új információs technikáknak és médiumoknak a hatását az egyes személyekre és a társadalomra. Egyaránt készen kell állniuk az „információban gazdagok” és az „információban szegények” szolgálatára. Fontos, hogy képesek legyenek másokat a dialógusba vonni, és eközben kerüljék a kommunikációnak azt a stílusát, amely uralomra, manipulációra vagy személyes nyereszkedésre engedne következtetni. Akik az egyház tömegkommunikációs munkájában aktívan részt kívánnak venni, azoknak rendelkezniük kell a médiumokkal kapcsolatos szakismeretekkel, és emellett az egyház tanítását és lelkiességét is ismerniük kell.

D. A kommunikációs szakemberek lelkipásztori gondozása

19. A média területén dolgozók etikai szempontból rendkívüli lelki nyomásnak és szorongató csábításoknak vannak kitéve. Mivel a tömegkommunikációs eszközök az egyes személyek és egész társadalmak modern kultúrájának és életének formálásában fontos szerepet játszanak, nagyon lényeges, hogy a világi médiumok dolgozói felelősségteljesen, azzal a szándékkal lássák el feladataikat, hogy az emberiséget szolgálják.

Ezért az egyház felelősségéhez tartozik, hogy olyan lelkipásztori programokat dolgozzon ki, amelyek pontosan megfelelnek a médiumokban dolgozók munkafeltételeinek és erkölcsi kihívásainak. Ezekben a lelkipásztori programokban olyan ál-

landó továbbképzésnek is szerepelnie kell, amely ezeknek a szakembereknek – akik közül sokan őszintén szeretnék tudni és tenni mindazt, ami etikai és erkölcsi szempontból helyes – segítséget nyújthat, hogy szakmai tevékenységükben és magánéletükben egyre inkább érvényesülhessenek a megfelelő erkölcsi normák.

V. fejezet

A lelkipásztori tervezés szükségessége

A. A püspökök felelőssége

20. Ha felismerik, hogy a kommunikáció világából eredő igények jogosak, és sürgős megoldásra várnak, a püspököknek és mindazoknak, akik felelősséggel döntenek az egyház korlátozott emberi és anyagi eszközeinek és tartalékainak elosztásáról, azon kell fáradozniuk, hogy a konkrét nemzeti, helyi és egyházmegyei körülmények figyelembevételével ezeknek az igényeknek elsőbbséget biztosítsanak.

Ezek a követelések talán azért erőteljesebbek ma, mint a múltban, mert az egyház korunk nagy „Aeropáguszát” – a kommunikáció világát – mindezideig többé-kevésbé elhanyagolta.³¹ Erre a tényre utal a Szentatya: „Az Evangélium hirdetésében és az oktatásban általában más segédeszközöket részesítenek előnyben, a médiumokat pedig egyes személyek vagy kisebb csoportok kezdeményezéseinek engedik át, és a lelkipásztori tervezésben ezeknek alárendelt szerep jut”.³² Ezen a helyzeten változtatni kell.

B. A tömegkommunikáció lelkipásztori terve

21. Ezért sürgősen ajánljuk az egyházmegyéknek, a püspöki karoknak és más püspöki bizottságoknak: ügyeljenek arra, hogy a tömegkommunikáció problémaköre minden lelkipásztori

tervbe bekerüljön. Ezenkívül javasoljuk, hogy kifejezetten a tömegkommunikációval kapcsolatos lelkipásztori tervet is dolgozzanak ki, illetve a már meglévőket dolgozzák át, és a legutóbbi helyzetnek megfelelően igazítsák ki; így biztosítható lenne az állandó felülvizsgálás és feldolgozás folyamata. Ehhez a püspököknek a hivatásos tömegkommunikációs szakemberek – akik világi médiumokban vagy egyházi médiaszervezetekben dolgoznak – és a filmgyártás, a rádió, a televízió és a sajtó más nemzetközi és országos szervezeteinek együttműködését kellene kérniük.

Nagyon hasznosak az egyes püspöki karok számára készített, a valóságos igényeket és a kitűzött célokat konkrétan megfogalmazó, és az erőfeszítések koordinálására buzdító lelkipásztori tervek. E dokumentumok elkészítésével kapcsolatos vizsgálatok, értékelések és körkérdések eredményei legyenek mindenkinek hozzáférhetőek az egyházban, mert a lelkipásztorok számára fontos információkat tartalmaznak. A gyakorlati, reális terveket a helyi egyházak igényeihez is hozzá lehet igazítani. Mivel az igények változnak, a tervek legyenek folyamatosan felülvizsgálhatók és helyesbíthetők.

A dokumentum befejezéseként bemutatunk néhány szempontot a lelkipásztori terv elkészítéséhez, és javasolunk néhány témát, amelyekkel a lelkipásztori körlevelek vagy püspöki nyilatkozatok mind országos, mind helyi szinten foglalkozhatnának. Mindezeket a püspök karok és a médiaszakemberek javaslatai alapján állítottuk össze.

Utószó

22. Még egyszer hangsúlyozzuk, hogy „az egyház a tömegkommunikációs eszközöket »Isten ajándékainak« tekinti, amelyek a Gondviselés szándéka szerint az embereket testvériségben egyesítik, és segítséget nyújtanak ahhoz, hogy a megváltás művében együttműködjenek”.³³ Ahogy az ószövetségi prófétákat a Lélek segítette, hogy az idők jeleiből Isten terveit megértsék, ugyanúgy segíti ma is az egyházat, hogy a mi időnk jeleit is megértse, és prófétai feladatát teljesítse. Ehhez hozzátartozik a tömegkommunikációs technikák és eszközök tanulmányozása, értékelése és helyes használata is, mert ezek a mi időnkéből már nem zárhatók ki.

Függelék Szempontok a tömegkommunikáció lelkipásztori tervéhez

23. A médiumok helyzete és az egyháznak a tömegkommunikáció területén adódó lehetőségei országokként, sőt egy országon belül egyházmegyénként is különbözőek. Ezért természetesen az egyháznak a médiumokkal és az ezeket meghatározó kulturális környezettel kapcsolatos magatartása is helyről helyre változik; az egyház terveit és részvételét a helyi viszonyoknak megfelelően kell kialakítani.

Minden püspöki karnak és minden egyházmegyének ki kell dolgoznia a tömegkommunikáció átfogó lelkipásztori tervét. Az volna a legjobb, ha mindezt a tömegkommunikáció nemzetközi és országos katolikus szervezeteinek képviselőinek és a helyi médiumok szakembereinek bevonásával tehetnék meg. Emellett a többi lelkipásztori terv – különösen a szociális ellátással, a ne-

veléssel és az Evangélium hirdetésével kapcsolatos tervek – megfogalmazásában és megvalósításában is számolni kell a médiumokkal. Számos püspöki kar és egyházmegye dolgozott már ki olyan tervet, amelyben megjelölték a kommunikációs igényeket, meghatározták a célokat, reális javaslatot tettek a költségvetésre, és összehangolták az ezen a területen már elindított különböző törekvéseket.

Mindazoknak, akiknek lelkipásztori tervet kell kidolgozniuk, vagy a már meglévő tervet kell végső formába önteniük, a következő irányvonalakat ajánljuk fel segítségül.

Irányvonalak a tömegkommunikációval kapcsolatos lelkipásztori terv kidolgozásához egy egyházmegyében, püspöki karban vagy patriarkátusban

24. A tömegkommunikációval kapcsolatos lelkipásztori tervetnek a következő elemeket kell tartalmaznia:

a) a kommunikációs stratégiáknak széleskörű konzultáció alapján elkészített összképét, amely kiterjed minden egyházi szolgálatra, és szem előtt tartja az aktuális problémákat és körülményeket;

b) helyzetfelmérést vagy értékelést, amely az adott területen a médiumok helyzetét felvázolja: a hallgatóság különböző köreit, a közszolgálati és kereskedelmi médiumok előállítóit és vezetőit, az anyagi és technikai eszközöket, az elosztási rendszert, az ökumenikus és nevelési lehetőségeket, a katolikus médiaszervezetek tagjait, beleértve a szerzetesrendek tagjait is;

c) javaslatot egyházi kommunikációs eszközök létesítésére, az Evangélium hirdetésére, a hitoktatásra és nevelésre, a szociális ellátásra és az ökumenikus együttműködés szolgálatára; ez a javaslat foglalkozzon a nyilvános szerepléssel, a sajtóval, rádióval, televízióval, filmel, kazettákkal, számítógépes hálózatokkal, másolási lehetőségekkel és a telekommunikáció egyéb formáinak lehetőségével is;

d) a média-pedagógia kérdését, amelyben különös hangsúlyt kap a tömegkommunikációs eszközök és az értékek kapcsolata;

e) a médiumok dolgozóinak lelki gondozására és a velük való dialógusra vonatkozó javaslatot; ebben hitük fejlődésére és lelki kibontakozásukra helyezték a fő hangsúlyt;

f) e lelkipásztori tervezet anyagi eszközeinek és lehetőségeinek kimutatását.

A tömegkommunikációs lelkipásztori terv kidolgozása

25. Ennek a tervezetnek az a célja, hogy az egyházban a kommunikációért felelősöknek irányt mutasson, ösztönzést adjon, és felhívja a figyelmüket a reális célokra és munkájuk elsődleges szempontjaira. Javasoljuk, hogy hozzanak létre egy egyházi munkatársakból és média-szakemberekből álló tervező csoportot, amely ennek a folyamatnak a kidolgozásával foglalkozik. A folyamat két fázisa: 1) a vizsgálat; 2) a tervezés.

A vizsgálati szakasz

26. A vizsgálati szakaszhoz tartozik az igények felmérése, az információ-gyűjtés és a különböző pasztorációs tervezési modellek értékelése. Ez magában foglalja azoknak a kereteknek az elemzését is, amelyekben a kommunikáció végbemegy, vagyis a már meglévő egyházi kommunikációs rendszerek és programok erősségeit és gyengeségeit éppúgy, mint az általuk felkínált lehetőségeket, illetve azokat a kihívásokat, amelyekkel szembesülnek.

Hogy a szükséges adatgyűjtésre irányuló kutatás eredményes legyen, három lépésben kell történnie. Ez a három lépés: az igények felmérése, a kommunikációs eszközök vizsgálata és a rendelkezésre álló segédeszközök nyilvántartása. A vizsgálat első lépésében megállapítják azoknak az egyházi szolgálatoknak a körét, amelyekre a püspöki karoknak vagy az egyházmegyéknek különös figyelmet kell fordítaniuk. A második lépés a számításba jövő módszerekkel – és hatékonyságuk megítélésével – foglalkozik, hogy megállapítsa a kommunikáció már meglévő rendszereinek és módszereinek erősségeit és gyengeségeit. A harmadik lépés a kommunikáció területén az egyház rendelkezésére álló anyagi és technikai eszközök, továbbá a szakemberek számbavétele. Nemcsak az egyházi tulajdonban lévő eszközök és tartalékok tartoznak

ide, hanem mindazok, amelyekhez az egyház az üzleti életben, a médiaiparban és az ökumenikus szervezetekben hozzáférhet.

A tervezési szakasz

27. Az adatok gyűjtése és elemzése után a tervező csoportnak a püspöki karoknak és az egyházmegyéknek a tömegkommunikációval kapcsolatos céljaival és elsődleges feladataival kell foglalkoznia. Ezzel elkezdődik a tervezés szakasza. A regionális és helyi viszonyok figyelembevételével a tervező csoportnak a következő problémákat kell megvizsgálnia.

28. A nevelés: A kommunikáció és a médiumok problémái a lelkipásztori szolgálat valamennyi területét érintik, beleértve a nevelést is. A tömegkommunikációval kapcsolatos lelkipásztori tervnek a következőkre kellene törekednie:

a) a tömegkommunikációnak a neveléssel kapcsolatos lehetőségeit a képzés lényeges részeként kínálják fel mindazoknak, akik az egyházzért tevékenykednek, akár szeminaristák, akár papok, szerzetesek vagy világiak;

b) bátorítsák a katolikus iskolákat és egyetemeket, hogy ajánljanak fel a kommunikáció területén az egyház és a társadalom igényeihez kapcsolódó programokat és tanfolyamokat;

c) kínáljanak fel a kommunikáció technikájával, kezelésével, etikájával és politikájával kapcsolatos tanfolyamokat, műhelyeket és szemináriumokat mindazoknak, akik az egyházban e területért felelősek: a szemináriumok növendékeinek, a szerzeteseknek és a papságnak;

d) tervezzenek és valósítsanak meg a tanárok, a szülők és a diákok számára média-pedagógiával és képzéssel kapcsolatos programokat;

e) ösztönözzék az alkotó művészeket és az írókat, hogy tehetségüket felhasználva olyan műveket írjanak a színház, a rádió, a televízió, a szórakoztató és egyéb jellegű filmezés számára, hogy az Evangélium értékeit nevelő céllal közvetítsék;

f) hívják fel a figyelmet az evangelizáció és a hitoktatás új módszereire, amelyek megengedik a kommunikációs technikák és kommunikációs eszközök alkalmazását.

29. *Lelki képzés és lelkipásztori segítség.* A katolikus világi hívők és mindazok, akik az egyházi tömegkommunikáció vagy a világi médiumok területén dolgoznak, gyakran várnak az egyháztól lelki vezetést és lelkipásztori segítséget. A tömegkommunikációval kapcsolatos pasztorációs terv ehhez kísérelje meg a következőket:

a) biztosítson lehetőséget a katolikus világi hívőknek és a médiumok valamennyi dolgozójának, hogy szakmai képzésüket elmélkedő napokkal, lelkigyakorlatokkal, szemináriumokkal és szakemberek segítségével egészíthessék ki;

b) mint szükséges támaszt és védelmet, nyújtson lelkipásztori segítséget ahhoz, hogy a kommunikációért felelősök hitét táplálják, és ebben a nehéz feladatban odaadásukat életben tartsák, ugyanis az a dolguk, hogy a az Evangélium értékeit és az igazi emberi értékeket közvetítsék.

30. *Együttműködés.* Az együttműködéshez hozzátartozik az, hogy a segélyeket megosztják a püspöki karok és az egyházmegyék, valamint az egyházmegyék és más intézmények – mint a szerzetesközösségek, az egyetemek és az egészségügyi szervezetek – között. A tömegtájékoztató lelkipásztori tervezetének a következő célokat kell kitűznie:

a) a kapcsolattartás és a kölcsönös konzultáció erősítését és támogatását az egyház képviselői és a médiaszakemberek között, akik az egyháznak a médiumok területén jelentős segítséget tudnak nyújtani;

b) a területi és országos központok közötti együttműködés lehetőségeinek felülvizsgálatát, és a szállítás, értékesítés és elosztás elősegítésére közös hálózati rendszerek kifejlesztését;

c) a tömegkommunikáció területén tevékenykedő szerzetesi kongregációkkal való együttműködés fejlesztését;

d) az ökumenikus szervezetekkel, más egyházakkal és vallási csoportokkal való együttműködést mindabban, ami a vallásnak a médiumokba bejutását biztosítja és elősegíti, „együttműködésüket a legutóbbi időben kifejlesztett médiumokra” is ki kell terjeszteni, „különösen a műholdak, adatbankok, kábelhálózatok és általában az informatika közös használatára, kezdve a rendszerek összekapcsolhatóságával”;³⁴

e) a világi médiumokkal való együttműködést, különösen ami a vallási, erkölcsi, etikai, kulturális, nevelési és szociális kérdések közös alapjait illeti.

31. *Kapcsolattartás a nyilvánossággal.* A nyilvánossággal való kapcsolattartás megkívánja, hogy az egyház mind a világi, mind a vallásos médiumok közvetítésével aktív kommunikációt folytasson a községgel. Ez a munka – amely feltételezi, hogy az egyház készségesen továbbadja az evangéliumi értékeket, és ismerteti szolgálatát és programját – megköveteli, hogy minden lehető megtegyén, hogy valóban Krisztus képét tükröztesse vissza. A tömegkommunikációra vonatkozó lelkipásztori tervezetnek ezért a következő feladatokat kell teljesítenie:

a) megfelelő személyi és anyagi eszközökkel ellátott nyilvános működésű irodákat kell fenntartania, hogy lehetővé tegye az egyház és az egész társadalom közötti valóságos kommunikációt;

b) kiváló minőségű kiadványokat, rádió-, televízió- és video-programokat kell előállítania, hogy láthatóvá tegye az Evangélium üzenetét és az egyház küldetését;

c) vegye tervbe kitüntetések (díjak) és az elismerés egyéb formáinak alapítását mindazok támogatására és bátorítására, akik a tömegkommunikáció területén tevékenykednek;

d) A Tömegtájékoztató Világnapját tartsa olyan eszközzel, amely a tömegkommunikáció jelentőségét tudatosítja, és az egyháznak a kommunikáció területét érintő kezdeményezéseit támogatja.

32. *Kutatás.* Az egyház tömegkommunikációs stratégiájának komoly médiakutatás eredményein kell nyugodnia, amely tárgyilagos szakmai elemzést és értékelést foglal magában. Fontos, hogy a médiakutatás álljon nyitva azokra a legfontosabb kérdésekre és problémákra, amelyeket az egyháznak az adott nemzet vagy régió területén meg kell oldania. A tömegkommunikáció lelkipásztori tervezetének a következőkre kell súlyt fektetnie:

a) ösztönöznie kell a felsőfokú oktatási intézményeket, a kutatóközpontokat és egyetemeiket a tömegkommunikáció területén az egyház és a társadalom igényeinek és elvárásainak kutatására, mind alapkutatás, mind az alkalmazott kutatómunka szintjén;

b) gyakorlati módszereket kell meghatározni a folyamatban lévő médiakutatás értelmezésére és az egyház küldetésében történő alkalmazására;

JEGYZETEK

c) folyamatos teológiai értékelést kell adnia a tömegkommunikációs módszerekről és eszközökről, és az egyházban és a társadalomban betöltött szerepükről.

33. *A tömegkommunikáció és a népek fejlődése.* A kommunikáció és a médiumok – ha valóban hozzáférhetőek – sok ember számára lehetővé teszik, hogy a modern világ gazdaságában részt vegyenek, szabad véleménynyilvánítási jogukat gyakorolják, és a világban a békét és az igazságosságot támogassák. Egy tömegkommunikációs lekipásztori tervetnek a következőkre kell törekednie:

a) hogy az evangéliumi értékek hatással legyenek a mai médiumok tevékenységének széles kínálatára – a könyvektől és újságoktól kezdve a műholdas műsorszórásig –, hogy hozzájáruljon a nemzetközi szolidaritás növekedéséhez;

b) hogy védelmezze a közérdeket, és támogassa, hogy a vallások hozzájussanak a médiumokhoz, miközben a kommunikációs törvény és politika kérdésében, valamint a kommunikációs rendszerek fejlődésében tájékozott, felelősségteljes álláspontot alakítanak ki;

c) hogy elemezze a magasan fejlett kommunikációs technikák társadalmi befolyását, és hozzájáruljon a felesleges társadalmi szakadások és kulturális elbizonytalanodás megelőzéséhez;

d) hogy a médiumok területén dolgozó szakemberek segítségére legyen az etikai normák megfogalmazásában és megtartásában – mindenekelőtt ami a jogot, az igazságosságot, a becsületességet, a tisztességet és az élet tiszteletét illeti;

e) hogy olyan módszereket dolgozzon ki, amelyek a médiumok átfogóbb, szélesebb körű és felelősségteljesebb hozzáférhetőségét szorgalmazzák;

f) hogy prófétai szerepet töltsön be, azaz megfelelő pillanatban szót kérjen, ha közérdekű, fontos kérdések és problémák morális dimenziójával kapcsolatban az Evangélium álláspontjára rá kell mutatni.

Vatikánváros, 1992. február 22. Szent Péter székfoglalásának ünnepe.

John P. Foley
elnök

Mons. Pierfranco Pastore
titkár

- ¹ Vö. II. János Pál, *Centesimus annus*, Nr. 12–23, in: AAS, 83 (1991), 807–821.
- ² II. János Pál, *Redemptoris missio*, Nr. 37, in: AAS, 83. (1991), 285
- ³ *Communio et progressio*, Nr. 187, in: AAS, 63 (1971), 655–656
- ⁴ II. János Pál, *Üzenet a Tömegtájékoztatás Világnapján 1990*; Vö. *Gaudium et spes*, Nr. 5, in: AAS, 58 (1966), S. 1028.
- ⁵ Uo., aaO.
- ⁶ A Tömegkommunikáció Pápai Tanácsa, *Irányvonalak az ökumenikus és vallások közötti együttműködéshez a kommunikációban*, Nr. 1, Vatikánváros, 1989.
- ⁷ *Inter mirifica*, Nr. 4, in: AAS, 56 (1964), 146.
- ⁸ *Communio et progressio*, Nr. 11, in: AAS 63 (1971), 598.
- ⁹ Róm 1,20.
- ¹⁰ Jn 1,14.
- ¹¹ Ef 1,23; 4,10.
- ¹² 1Kor 15,28; *Communio et progressio*, Nr. 11, in: AAS, 63 (1971), 598.
- ¹³ A Tömegkommunikáció Pápai Tanácsa, *Pornográfia és erőszak a kommunikációs eszközökben: Lelkipásztori válasz*, Nr. 7, Vatikánváros 1989.
- ¹⁴ II. János Pál, *Sollicitudo rei socialis*, Nr. 46, in: AAS, 80 (1988), 579.
- ¹⁵ *Gaudium et spes*, Nr. 11, in: AAS, 63 (1966), 1034.
- ¹⁶ Vö. VI. Pál, *Evangelii nuntiandi*, Nr. 20, in: AAS, 68 (1976), 18–19.
- ¹⁷ Vö. *Inter mirifica*, Nr. 3, in: AAS, 61 (1964), 146.
- ¹⁸ *Lumen gentium*, Nr. 1, in: AAS, 61 (1965), 5.
- ¹⁹ Vö. *Communio et progressio*, Nr. 12, in: AAS, 68 (1971), 598.
- ²⁰ U.o., Nr. 114–121, 634–636.
- ²¹ Vö. CIC, can. 212, 2.§ in: AAS, 85, 2 (1983), 34.
- ²² Vö. CIC, can. 212, 3.§
- ²³ Hittani Kongregáció, *Határozat a teológusok egyházi hivatásáról*, Nr. 30, in: AAS, 82 (1990), 1562.
- ²⁴ Vö. U. o., Nr. 35, 1565.
- ²⁵ VI. Pál, *Evangelii nuntiandi*, Nr. 45, in: AAS, 82 (1976), 35.

- ²⁶ II. János Pál, *Redemptoris missio*, Nr. 37, in: AAS, 82 (1991), 285.
- ²⁷ Vö. II. János Pál, *Centesimus annus*, Nr. 41, in: AAS, 83 (1991), 481.
- ²⁸ II. János Pál, *Christifideles laici*, Nr. 44, in: AAS, 81 (1989), 480.
- ²⁹ U.o., 481.
- ³⁰ Vö. Nevelésügyi Kongregáció, *Javaslat a papnövendékek tömegkommunikációs eszközökkel kapcsolatos képzésére*, Vatikánváros, 1986.
- ³¹ Vö. II. János Pál, *Redemptoris missio*, Nr. 37, in: AAS, 83 (1991), 285.
- ³² U. o.
- ³³ *Communio et progressio*, Nr. 2, in: AAS, 63 (1971), 593—594
- ³⁴ A Tömegkommunikáció Pápai Tanácsa, *Irányvonalak az ökumenikus és a vallások közötti együttműködéshez a kommunikációban*, Nr. 14.