

interes proglašava za društveni, da bi stvarno bio društveni, a to znači u interesu svih pripadnika određenog društva i razvoja zajednice u celini, mora da bude često kompromis i ostalih grupa, najoptimalniji imenitelj svih interesa, njihov uzvišen i zajednički izraz. No, iako društveni interes proizilazi i zasniva se na pojedinačnim i grupnim interesima, on nije njihov prost zbir. U svakom društvu moraju postojati određeni zajednički ciljevi, pravci razvoja, osnovni principi, metode itd., što i čini tu zajednicu zajednicom, te se na taj način konstituiše jedan zajednički, kohezionalni društveni interes, kao »sintetizovan izraz htenja svih pripadnika društva«¹⁰.

Zbog toga je društveni interes, koji se često naziva i zajednički, opšti, opštedruštveni i sl., višedimenzionalan i najsloženiji interes.

NAPOMENE:

¹ K. Marks — F. Engels, Sabrana dela, na ruskom, tom 46, sveska 1, strana 99. (Prema Najdanu Pašiću, »Klasa i politika«, »Rad«, Beograd 1979, strana 237).

² Marks i Engels: »Rani radovi«, izdanje »Naprijed«, Zagreb 1967, strana 375.

³ Platon: »Država«, BIGZ, Beograd 1971.

⁴ Aristotel: »Politika«, BIGZ, Beograd 1971.

⁵ Jeremiya Bentam: »Uvod u principe moralne i zakonodavstva«, citirano prema: Najdanu Pašiću: »Interesi, institucije, ideologija«, izdanje Instituta za političke studije fakulteta političkih nauka, Beograd, strana 9.

⁶ Klaus Von Beyme: »Savremene političke teorije«, »Stvarnost«, Zagreb 1974, str. 218 — 225.

⁷ Žarko Puhovski: »Interes i zajednica«, Sveučilišna naklada — »Liber«, Zagreb 1975, strana 121.

⁸ Marks—Engels: »Nemačka ideologija — »Rani radovi«, »Naprijed«, Zagreb 1961.

⁹ Marks—Engels: »Nemačka ideologija — »Rani radovi«, »Naprijed«, Zagreb 1961.

¹⁰ Dragutin Miljković: »Savremenost« br. 4—5/79, Novi Sad.

¹¹ Inače, ovaj izraz se upotrebljava u uređivanju finansiranja Ustavom utvrđenih opštih društvenih potreba, kao što su: rad državnih organa, ostvarivanje prava i dužnosti u oblasti narodne obrane, finansiranje sredstava javnog informisanja itd., a obezbeđuje se plaćanjem poreza, taksa i drugih dažbina.

litičke procese. Čak i pravna nauka smatra da vera spada u »povlašcene i opšte oblasti društvenog života«, kao što su to politika, nauka, umetnost itd., a u svakoj od ovih povlašćenih sfera postoji jači interes za ispoljavanje kroz tokove javnog i masovnog vida društvenog komuniciranja.

O snazi crkve kao komunikacionog agensa svedoči kolektivno pamćenje. U razvoju civilizacije bilo je perioda u kojima je ona, bez ikakve sumnje, bila pokretač i nadzornik društvenog komuniciranja, nadređen čak i državi. Ako se kao početak stvaranja informaciono-komunikacionih sistema u društvu uzima pojava prvog institucionalizovanog komunikacionog kanala — pojava prve sekundarne tehnike komuniciranja, kako bi rekao Sapir — pojava štampe, onda je upravo to i vreme u kojem je crkva bila suvereni činilac javnog komuniciranja. Treba li dokaza? Nije slučajno da se, konvencionalno, rođenje štampe vezuje za štampanje ne prvog zakonika, već prve biblije! Crkva je bila i ona institucija u čijem se okviru obavljalo prepisivačko umnožavanje i difuzija poruka (informacija) u najširem izboru: od dogmi do umetnosti. Crkva je, odmah zatim, bila i vlasnik i licencor prvih mehaničkih štamparija, a od njenog mišljenja, ili inkvizicije, praktično je zavisilo šta će se u srednjekovnoj kulturnoj sredini štampati. Naravno, to nije rezultat samo posebne zainteresovanosti religioznih institucija da »carstvo zemaljsko« urede putem pisane reči, već odraz mnogo dubljih korenih pomoći kojih su one crple društvenu moć.

U razdoblju koje opisujemo vladala je ideološka konstrukcija o božanskom poreklu suvereniteta svetovnih vladara, i, u skladu s tim, crkva je polagala pravo jačeg partnera i u odnosu prema čitavoj svetovnoj državi. U idejnoj sferi, ona se zalagala za osvećivanje svega profanog, i opet se pojavljivala kao nadređeni arbitar. »...Apsolutno je očigledno da je u pretkapitalističkom istorijskom periodu, koji u širokim potezima razmatramo, postojao jedan vladajući državni ideološki aparat, crkva koja je koncentrisala ne samo religijske već i školske funkcije, kao i dobar deo funkcija informisanja i 'kulturne'«.¹¹ Mada su se istorijske okolnosti i odnosi snaga promenili i oslabili moć religioznih društvenih grupa i njihovih organizacija, sigurno je da crkva, bez obzira da li joj se to dozvoli, i dan-danas preuzima na sebe funkcije kulture, obrazovanja i informisanja.

Postoje, takođe, teorije po kojima je jedna bitna politička sloboda, sloboda štampe, rođena kroz dugotrajne borbe za slobodu vere.¹² Smatramo da ona nije tačna, ali da ni po ovom pitanju crkvu ne treba zaobići. Praktično, zbog opisane ideološke konstrukcije o božanskom poreklu vlasti, jedna religija (katalizam) je bila ključna politička institucija, a svaka borba protiv njenih kanona morala je postati politički čin. Otuda se moglo smatrati da je ukidanje crkvene cenzure osvajanje slobode štampe kao političke slobode, kao što je i prvo kritičko rezonovanje u javnosti o moralnim i religioznim problemima porodilo nov politički medij — političko javno mnenje. Dakle, u oba slučaja zaista se polazilo od svetog, ali se stizalo u područje vrlo profanog — u područje političkog.

Konačno, moć crkve je zadugo uvrežila i jedan poseban, propovednički model komuniciranja, koji je bio i ostao prijemljiv za svaku vrstu društvenog egalitarizma. Ova institucija je šampion »retoričkog egalitarizma«, jer ostvarenje jednakosti predviđa tek izvan zbiljskog društvenog konteksta (pred bogom). Njena je propagandna efektivnost, iako temeljena samo na verovanju (ko veruje videće, ko veruje čuće...), zapažena i od strane ostalih agenasa u informaciono-komunikacionim sistemima. Zbog toga se i inicijatori savremenih propagandnih kampanja, sproveđenih, doduše, drukčijim sredstvima, počesto vraćaju na obrasce prepoznatljive odranije u crkvenoj propagandi; ritualan



sakralni subjekt društvenog komuniciranja

(Crkva u savremenim informaciono-komunikacionim sistemima)

miroljub radojković

Crkvene organizacije predstavljaju institucionalizovan izraz velikih društvenih grupa religioznih pripadnika savremenih društava. Mada je reč o političkim, socijalnim i religioznim institucijama s izuzetno dugim vekom postojanja, izučavanje uticaja crkve na proces i ishode društvenog komuniciranja nema dugu tradiciju, niti mnogo objavljenih radova. Teško je objasniti zašto se o delovanju velikih religioznih društvenih grupa i njihovih organizacija relativno redje i malo govori i zna, i u svetu i kod nas. Bez obzira na prevlast laicističkog pogleda na svet, društveni život, ideološke procese, na odvajanje crkve od moderne države, svaka dublja politička analiza mora da vodi računa o efektima postojanja i »činodejstvovanja« religiozne populacije. Ovo tim pre kada se zna da religiozna svest i crkvene organizacije imaju vrlo opipljive uticaje na politički život i po-

oblik, propagiranje pred simbolima autoriteta, »smanjivanje jedinke« u crkvi, u velelepnoj građevini, a danas na novim lokalitetima, itd. Na ovakav komunikacioni model skrećemo pažnju zбog uverenja da on i danas ostaje za delovanje religioznih društvenih grupa najvažniji, a to može da bude relevantno prilikom diskusije o odnosu ovog agensa prema savremenim kanalima u informaciono-komunikacionom sistemu (stampi, radiju i televiziji). On je, takođe, bitan za razumevanje konstatacije da unutar religioznih društvenih grupa mogu *nejavno* teći izuzetno politički relevantni komunikacioni tokovi, a svedoci smo i represivnih mera kojima se, zbog političkih implikacija upravo, oni žele preseći.

Za procenjivanje komunikacione moći crkve kao agensa u savremenim informaciono-komunikacionim sistemima najveću teškoću predstavlja mogućnost disperzije njenih nosilaca izvan okvira crkvene organizacije. U tom smislu se uticaj religioznih društvenih grupa može naći kao sadržaj u delovanju ostalih agenasa. Tu mislimo i na državu, ako nije izvršeno odvajanje crkve od države i ukinuta »državna religija«; i na političke partije, pogotovo one konstituisane na konfesionalnom principu (hrišćansko-demokratske, hrišćansko-socijalističke, islamske, itd.). Mislimo i na sindikate, kada se povežu s crkvom, a religioznih pripadnika ima i među komunikatorima, biznismenima, u obrazovanju, umetnosti, itd. Otuda je izuzetno teško izdvojiti pri-mese i kvote moći koje pripadnici religioznih društvenih grupa unose u ostale agense informaciono-komunikacionog sistema. Međutim, u nemogućnosti da se u ovako opštoj temi latimo i ovakve vrste precizne analize, moramo se zadovoljiti samo napomenom da prilikom utvrđivanja komunikacione moći religioznih društvenih grupa ovu činjenicu valja uvažiti i s tom disperzovanom snagom treba računati.

Posmatrajući crkvu izolovano, parametri njene snage, po našem mišljenju, sadržani su u sledećim društvenim činjenicama i relacijama.

Prvo, koliko će crkva uticati na totalitet društvenog komuniciranja zavisi od njenog institucionalizovanog mesta u političkom sistemu, odnosno, uže gledano, od njene relacije prema državi. Crkva se u svojim razmatranjima zbilje uvek pridržavala takozvanog natklasnog pristupa, i stoga je bila vrlo prihvatljiva kao sredstvo legitimizacije svake vlasti. Svaka klasa, do pojave proleterske, koja ne mistifikuje sopstvene istorijske ciljeve, a i sama teži ukidanju klasnog, mogla je da, polazeći od takve pozicije crkve, pretvori tu instituciju u korisnog saradnika na odbrani vlasti. Kao nagradu, crkvene organizacije najmasovnijih religioznih društvenih grupa uživale su povlašćen status, i bivale čak proglašavane za zvaničnu, državnu religiju. Otuda je i najjači uticaj crkve kao učesnika u društvenom komuniciranju i danas u onim zemljama koje su sadržale takvu kooperaciju duhovne i svetovne moći. U različitim delovima sveta tu vrstu privilegije uživaju katoličanstvo, islam i jevrejstvo. Religiozne grupe u opisanim uslovima posredstvom države prelivaju svoj uticaj na sve oblasti društvenog života, pa tako i na društveno komuniciranje. Praktično, crkva može računati u takvoj situaciji na pravna i sva druga sredstva uticaja, koja, po prirodi stvari, pripadaju državi.

No, s pobedom ideje o narodnom suverenitetu, u većini savremenih društava obavljeno je odvajanje crkve od države i drugih društveno delotvornih institucija. Religiozno ubedljenje je preneto u sferu ličnih sloboda i privatnosti, i tek u nekoliko izuzetaka sloboda veroispovesti nije dozvoljena. U takvim uslovima, crkvena organizacija mora da uloži više napora da bi se izrazilila kao agens informaciono-komunikacionog sistema. Međutim, zbog njene snage, savremene države izbegavaju konflikte s crkvom, pod uslovom da im ona prizna suverenu nadležnost u svetovnim poslovima i političkom životu. Jer, »s jedne strane, crkva je pored države jedina društvena institucija koja poseduje mogućnost da izdaje zakone, i koja raspolaže sopstvenim polugama pravne, moralno-običajne i druge moći.«³ Naravno, od socijalne baze koja konstituiše tu vrstu paralelne moći i koja će joj se u društvenom ponašanju dobivojno podvrgavati, zavisi svaki konkretni odnos države — crkva, pa i njihov odnos u komunikacionom domenu. U uslovima buržoaskih demokratija ponašanja na toj relaciji mogu se označiti kao suštinsko partnerstvo, uz povremene moralno-običajne konflikte. Sa svoje strane, crkvena organizacija ponaša se u svom priznatom domenu poput države, i u organizacionom ustrojstvu iskazuje sličnost s državom u stvaranju komisija i tela koja će se baviti pitanjima učešća u javnom komuniciranju i posledicama te komunikacije na crkvu.⁴

Odvajanje crkve od države mnogo je radikalnije u socijalističkim zemljama, koje svoj politički sistem grade prema projektu čisto materijalističkog pogleda na svet, nespojivog s religioznim pogledom na svet. Osim toga, religija je realno politički procenjena kao saveznik opONENTNE, to jest kapitalističke klase.⁵ Na tim osnovama otvoren je strategijski teško pomirljiv sukob na relaciji crkva — socijalistička država. Opravdano određujući da u socijalizmu odnos prema religiji nije »privatna«, već za socijalističko društvo vrlo bitna stvar (Lenjin), država u političkim sistemima socijalizma koristi svoju moć kako bi crkvene organizacije zadržala što dalje od važnih ideoloških sistema, pa

i izvan informaciono-komunikacionog sistema. Religiozne društvene grupe ne mogu očekivati povlašćeni položaj kada pokušavaju da stupe u krug priznatih učesnika u javnoj komunikaciji, a od sopstvenih komunikacionih sredstava najviše mogu računati sa štampom.

Države u zemljama u razvoju takođe imaju dilemu o pitanju sopstvenog odnosa prema crkvi i njenog delovanju u političkom komuniciranju. S jedne strane, ako radikalnije raskinu s bivšom kolonijom i njenim tipom društveno-političkog uređenja, crkvi će se uskraćivati javna reč. Ali, tada se gubi druga, za aktuelnu situaciju blagotvorna mogućnost, da se uz pomoć jedinstvene religije (nasuprot političkim plemenskim zajednicama u osnovi novih nacija) potpomogne proces državno-političke integracije i homogenizacije. Koliko će crkva imati potpore od države u poslovima komuniciranja, ili koliko će biti ograničavana, zavisi od toga kojem od ove dve vrste argumenata se priklanja vlast u novooslobođenim zemljama u razvoju.

Drugi izvor snage crkvene organizacije već smo uzgredno komentarisali maločas, a njega predstavlja veličina religiozne društvene grupe. Nema sumnje da ostale institucije u političkom sistemu, dakle u prvom redu država, ne obraćaju pažnju na marginalne religiozne grupe, niti bi to činile s bilo kojom religijom, da iza nekih ne stoji masovna podrška. U principu, odbijanje društva da garantuje slobodu veroispovesti potiskuje sve vrste ovakvih društvenih grupa u ilegalnost, i time ih pravno odstranjuje i od uticaja na komunikacione kanale u informaciono-komunikacionom sistemu. Ali, ako se ova, obično ustavna garancija pruži, pravni i vanpravni odnosi religioznih društvenih grupa prema sredstvima komuniciranja jasno se vide kao zavisni od veličine tih društvenih grupa. Kad god se radi o široj i bolje organizovanoj populaciji religioznih (a to istovremeno znači da oni poseduju i veći deo društvenih vrednosti i dobara), sa sigurnošću se može očekivati da ona ima i deo vlasništva i deo programa i sadržaja u okviru informaciono-komunikacionog sistema. Čak i oni politički sistemi kojima to ne konvenira, moraju uvažiti te fakte i povinovati se univerzalnijoj, integracionoj funkciji društvenog komuniciranja, te dopustiti ulazak crkve u javno i masovno komuniciranje.⁶

Ne treba zanemarivati ni treći, finansijski izvor snage crkve kao agensa informaciono-komunikacionog sistema. Sticanje i umnožavanje novca kosi se s propagandom FIDE, ali dobra i kapital kojima raspolaže crkva nisu simbolični. Od sopstvenih prihoda i finansijskih priloga religioznih sledbenika, crkva je u stanju da sakupi sume dovoljne za ulaganje, između ostalog i u škole, humanitarne ustanove, štamparije, novine, radio i televizijske studije. Za razliku od ostalih agenasa, crkva se teško upušta u kombinovanje ekonomskih pritisaka kroz oglašivanje ili otkupljivanje prostora i vremena u masovnim medijima. Čak, kao u finansijskom pogledu, u kojem je često oslobođena plaćanja poreza i dažbine, i u masovnim medijima je često povlašćena da uputi svoje poruke (informacije) bez plaćanja naknade. Međutim, kada svoj novac uloži u institucije za masovno komuniciranje, crkva se ne libi da prihvati zaradu putem ekonomsko-propagandnih usluga. Ali, i privatna i javna preduzeća koja su osnovali poznati vernici, u principu neće prihvati oglase s političkim sadržajima,⁷ niti one u kojima se govori o robi koja stoji u bilo kakvoj vezi s podrivanjem moralnih i religioznih normi.

Tradicionalno, u gotovo svim savremenim informaciono-komunikacionim sistemima crkva se može izolovati kao jedan od većih vlasnika i izdavača štampe. Nema sumnje da i njoj, kao parcijalnoj društvenoj snazi, ovaj medij ekonomski najviše konvenira. Međutim, čini nam se da ovim povodom treba ponovo imati u vidu činjenicu da je religija doduše nenaučan, ali celovit pogled na svet, pa otuda njenom cilju — da proširi veru u određen sistem dogmi — najbolje odgovara diskurzivna komunikacija obezbjeđena štampom i dopunjena usmenim propovedanjem. Ovo se može dovesti u vezu i s drugom, formalno gledano pozitivnom istorijskom činjenicom, da je crkva prvi komunikacioni agens koji se u pisanoj komunikaciji počeo služiti originalnim jezicima domorodaca.⁸ Već početkom dvadesetog veka misionari hrišćanskih religija u evropskim kolonijama počeli su da šire veru i obrazovanje, biblije i prve novine na jezicima koloniziranog življa, i tako su pretekli po činodejstvu kolonijalne vlasti, koja je nametala zvanični jezik metropole. Staviše, listovi misijski i crkvenih koledža su za pojedine zemlje Afrike i prvi listovi u istoriji njihove štampe. I danas »u većini zemalja se mogu naći novine misija i crkvi, počevši od uglednog i autoritativnog nedeljnika *Afrique Nouvelle* u Dakaru, pa do šapirografiranih letaka u zabitim provincijama.⁹ To delom može da objasni zašto je crkva relativno lako prebolela slom kolonijalne vlasti i nije ekskomunicirana iz novooslobođenih zemalja Afrike i Azije.

Najnoviji podaci pokazuju da crkveni model komuniciranja i dalje prihvata domorodačke jezike, tako da 14 raznih hrišćanskih crkava, koje su prisutne u Africi, izdaju štampu, časopise

či cirkulare na 54 endogena jezika!¹⁰ I ovi podaci bacaju nešto više svetla na ranije diskutovanu relaciju između države i crkve u informaciono-komunikacionim sistemima zemalja u razvoju.

U buržoaskim političkim sistemima postoji mnoštvo crkvenih listova, analogno mnoštvu religioznih grupa i njihovih religioznih opredeljenja. Novine hrišćanskih vera i sekta, u skladu s nekim poznatim istorijskim činjenicama, najsnajnije su u SAD, Kanadi, Španiji, Italiji, Francuskoj, SR Nemačkoj, itd. Na čelu su SAD s oko 500 crkvenih publikacija (hrišćanskih). »U Francuskoj se može nabrojati oko 4.000 naslova katoličkih listova, časopisa, nedeljnika, biltena, itd. U Španiji jedno od najvećih izdavačkih preduzeća — »Editorial católico« — izdaje 22 jutarnja i 11 večernih novina u 29 gradova... u SR Nemačkoj se izdaje oko 700 evangelističkih listova i časopisa... katoličkih oko 350, a klerikalne publikacije dosežu tiraž od 20 miliona primeraka.«¹¹ U Belgiji izlazi 20 katoličkih dnevnika, a ima ih dosta i u susednoj Holandiji. »Samo ono što spada u katoličku štampu danas predstavlja 53 dnevna lista s godišnjim tiražem oko 510 miliona primeraka. Najveći broj 27 — izlazi u Evropi, 21 u Americi, 4 u Aziji i samo jedan u Africi (Uganda). Ovim podacima moramo dodati i najuticajniji deo katoličke štampe u svetu — 755 nedeljnika u godišnjem tiražu preko milijardu primeraka. Inače, ukupan broj katoličkih i prokatoličkih publikacija u svetu procenjen je na 4.669, a njihov tiraž na milijardu 860 miliona primeraka godišnje.«¹² Iako su izneti podaci impresivni, ne može se reći da se samo iz njih može sasvim sagledati komunikaciona moć crkve u savremenim informaciono-komunikacionim sistemima. Nije presudno ni to što su katolički listovi organizovali i 20 novinskih agencija sa sedištema u SR Nemačkoj, Austriji, Kognu, Hong Kongu, Indiji... Jer, kao što pažljivi čitalac vidi, reč je u prvom redu o hrišćanskim religioznim grupama i organizacijama, među njima najviše o katolicima. Dakle, na već upečatljive cifre moralni bi se dodati podaci i za neke druge zemlje i crkve, kao što su Jevrejstvo i Islam, o kojima nemamo podataka.

Centralizovano ustrojena katolička crkva ima i centralni dnevnik u liku vatikanskog »Osservatore romano«, ali i poseban službeni glasnik »AAS«, u kojem se zvanično obelodanjuju papski dekreti i enciklike. Na temelju mnogobrojne i snažne štampe, već pola veka postoji i Međunarodna unija katoličke štampe (UIPC) i u njenom okviru udruženje katoličkih novinara.

U socijalističkim zemljama religiozne društvene grupe podležu mnogobrojnim restrikcijama, tako da se manje eksponiraju u društvenom komuniciranju. Pošto se u duhu marksističke ideologije odvijaju svi kulturni procesi i obrazovanje, crkva je strogo odjeljena i od institucija kulture, obrazovanja i nauke, pa ni s tih pozicija ne prodire u javno komuniciranje. U doslednom odvajajući crkve od socijalističke države iskrstalisao se, i pravno je sankcionisan, stav da crkva može služiti samo radi zadovoljavanja religioznih potreba svojih sledbenika, te otuda može razvijati strogo limitirane aktivnosti. Međutim, budući da je reč o špak manje ili više brojnim društvenim grupama, i u okviru tako limitiranih aktivnosti, vezanih samo za religiozne potrebe, mora joj se priznati pravo da organizuje i vodi i neke komunikacione procese unutar svojih sledbeničkih grupa. S takve polazne pozicije crkvene organizacije obično u socijalističkim zemljama dospevaju u krug licenciranih izdavača štampe, časopisa i drugih (religioznih) publikacija. Međutim, njenja javna reč podleže bilo kontroli, bilo otvorenoj cenzuri, a njenja sredstva javnog komuniciranja podležu i materijalnim ograničenjima.

Ova vrsta (materijalnih) ograničenja izrazita je u zemljama s potpuno centralizovanim, planskim privredama, u kojima država ultimativno raspodeljuje novinsku hartiju i štamparske kapacitete, a s druge strane ne dozvoljava distribuciju religioznih publikacija u knjižarama, preko javnih biblioteka, itd.¹³ Nabrojana i slična materijalna ograničenja potpuno su legalna, na osnovu ustavnih i zakonskih odredaba kojima se zabranjuje

religiozna propaganda i delovanje prema ateističkoj populaciji. A upravo je to urođeno svojstvo svake poruke (informacije) koju u javnom komuniciranju uputi crkva.

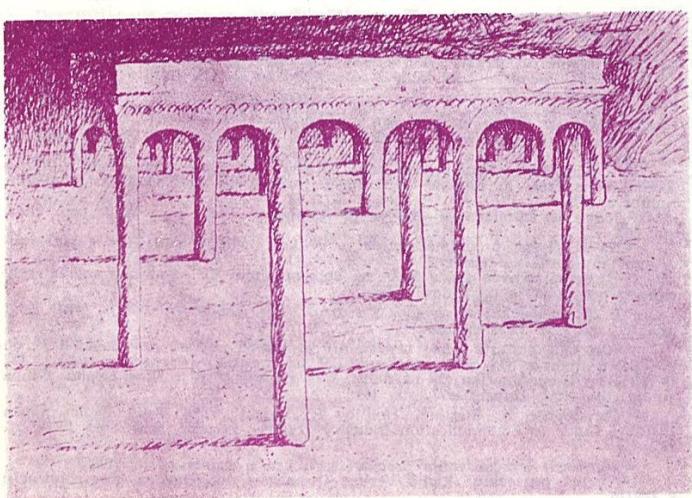
Zbog svega toga je štampa religioznih zajednica u ovom delu sveta daleko slabija. »U Poljskoj vodeći katolički nedeljnički raspolaze tiražom 40.000 primeraka, a ZNAK i PAX (vodeća katolička poslovna preduzeća) imaju uspešne izdavačke kuće. U DR Nemačkoj se računa da tri glavne izdavačke kuće za religioznu i teološku literaturu proizvode 12% ukupnog broja izdatisih knjiga u zemlji; osim toga, postoje 31 licencirani teološki žurnal i crkveni magazin. I u ČSSR-u i Mađarskoj katolička crkva i druge priznate konfesionalne manjine izdaju svoje časopise i biltene. U Mađarskoj vodeći nedeljnički reformističke crkve Reformatusok Lapja tvrdi da ima tiraž 100.000 primeraka dok popularni katolički nedeljnički Ember ima tiraž 68.000.¹⁴ Situacija se, kao što izneti podaci pokazuju, neregularno razlikuje od zemlje do zemlje. Veličina i broj religioznih društvenih grupa u uslovima državnog socijalizma se ne pokazuju kao adekvatni izvori komunikacione moći crkve, jer protiv nje deluju praktično svi ostali agensi matičnog informaciono-komunikacionog sistema. Tako »rukopolozeni« istraživači iz crkvenih krugova s nostalgijom ističu da je u SSSR-u dozvoljeno publikovanje jedino »Žurnala moskovskog patrijarhata«, ili da u Poljskoj (prema statističkim podacima, 95 odsto stanovništva su katolici) ima dvadesetak katoličkih časopisa sa svega nešto preko 400.000 primeraka tiraža.¹⁵ Upravo u toj zemlji se dogodilo da se unutar organizacije katoličke crkve razviju stalni oblici nejavnog komuniciranja, koji ispadaju iz okvira fenomena koji se mogu podvesti pod rumor, glasine i slične rasute, neinstitucionalne oblike komuniciranja. Radi se o »pastirskim pismima«, odnosno porukama (informacijama) koje se čitaju u crkvama za vreme nedeljnih misa, i putem kojih se, u pravnom vakuumu, praktično otvara još jedan tok društvenog i, uže rečeno, političkog komuniciranja. Tako je crkva zaobišla »zid čutanja« u oficijelnoj štampi poljskog društva. Sve ovo potvrđuje koliki je politički značaj svakog institucionalizovanog vida društvenog komuniciranja, kao i to da crkvene organizacije takođe svim silama nastoje da u njegovim tokovima »vaskrsnu«, ne ličeci se ni otvorenih odmeravanja sa socijalističkom državom koja im nije naklonjena. Njihovu pretenziju na javnu reč obilato, na izgled u ime humanizma i poziva na javni dijalog, a u suštini u ime ideo-losko-političkog obračunavanja, podupiru u međunarodnim forumima zemlje buržoaske demokratije.

U socijalističkom samoupravnom društvu koncept socijalističke samoupravne demokratije ne isključuje religiozne društvene grupe od obavljanja vlasti i uticaja na javne poslove. Njihovi pripadnici nemaju okrnjena samoupravna prava niti dužnosti, a kroz SSRNJ indirektno se mogu baviti i svim pitanjima od značaja za jugoslovenski informaciono-komunikacioni sistem. Crkvene organizacije spadaju u krug legalizovanih izdavača štampe, i one to svoje ustavom zagarantovano pravo ostvaruju pod materijalno pogodnjim uslovima nego u drugim socijalističkim zemljama. Kada to tvrdimo, mislimo na činjenicu da im se ne ograničavaju kvote sirovina, da, kao i ostala glasila, ne podležu prethodnoj cenzuri, da su slobodni prilikom izbora štampara, itd. Naravno, još ima konzervativnih klerikalnih krugova koji smatraju da ni u našoj zemlji religiozne društvene grupe nemaju dovoljan pristup u javno i masovno komuniciranje. Činjenica je da na njih ne obraćaju pažnju elektronski komunikacioni kanali niti ostala štampa drugih osnivača, ali potrebno je povodom takvih optuzbi realno socijalistički i politikološki proceniti podatak da u Jugoslaviji religiozne grupe izdaju 300 publikacija u godišnjem tiražu oko 15 miliona primeraka!¹⁶

One osnivaju glasila i uživaju sve olakšice koje se od društva daju štampi, ali, s druge strane, ne osnivaju organe društvenog upravljanja u svojim redakcijama. »Verska štampa se najvećim delom finansira od dobrovoljnog priloga vernika, zatim prodajom publikacija, koja je prilično organizovana, preplatom i dotacijama koje redakcije dobijaju od verskih organizacija... Smatra se da jedan broj verskih listova, naročito katoličkih, prima novčanu pomoć iz inostranstva.¹⁷ Samo izneti podaci najbolje demantuju zlonamerne tvrdnje klera o potiskivanju crkve iz javnog komuniciranja, koje pre zvuče kao paravan za skrivanje pravog ideološkog pitanja: jer, i broj naslova i tiraži ove vrste štampe od rata naovamo beleže samo rast! Njihove aktuelne teškoće, kao ni ranije, ne izaziva Federacija, niti republike i pokrajine. Teškoće donose, kao i ostaloj štampi SFRJ, sve teži uslovi poslovanja.

Religiozne društvene grupe imaju manje izražen pristup u elektronska sredstva masovnog komuniciranja, i to u svim društvinama. Normativno, njih pogadaju restrikcije kao i ostale zastupnike parcijskih društvenih interesa, a povlašćuje se država, kao zastupnik opštег interesa. Zbog toga je u malom broju zemalja moguće da se crkvene organizacije pojave kao posrednici radio i televizijskih stanica.

Crkva, kao ni političke partije, interesne grupe itd., ne može posedovati nacionalnu radio-televizijsku mrežu, ali se na lokalnom nivou može javiti sa svojim sredstvima u etaru. Najoptimalniji kontekst za takve slučajevi pruža komercijalni model informaciono-komunikacionih sistema, zatim zemlje s državnom religijom, ili zemlje u kojima je društvena većina snažno pod uticajem religije. To znači da ima crkvenih radio i televizijskih



stanica u SAD, Kanadi, Čileu, Portugaliji¹⁸ i drugim zemljama u kojima je ispunjen neki od nabrojanih preduslova (Španija, Filipini, u Latinskoj Americi, itd.).

U jednom broju evropskih zemalja, tačnije onima čije se političke snage polarizuju na konfesionalnoj osnovi, crkva je indirektno, preko odgovarajućih radio-difuznih udruženja, akcionar i zapažen kontrolor nacionalnih radio-televizijskih kompanija. Za ovaj primer tipična je Hollandija, u kojoj su tri od šest radio-difuznih udruženja, osnivača NOS-a, na religioznoj osnovi.¹⁹ Isto tako, kada su u istraživačkoj pažnji politički sistemi koji u deobi vlasti imaju političke partije jarke religiozne obojenosti, opravданo je pretpostaviti da tim putem crkva, koristeći prava političkih partija, stoji vrlo blizu polugama kontrole nad elektronskim komunikacionim kanalima.

U najvećem broju buržoaskih, demokratskih društava postoji blagajnik stav prema najmnogobrojnijim religioznim društvenim grupama. Žbog toga se u regularne programske sheme radija i televizije uvrštuju kvote vremena koje se stavljuju na raspolaganje najvećim crkvenim organizacijama. Preko posebnih programskih deljenja za religiozni program, ili radom religiozno nastrojenih specijalista, crkva po sopstvenom nahodjenju koristi na ovaj način joj dodeljeno mesto u programu. Takvo je rešenje u nacionalnim kompanijama u Velikoj Britaniji,²⁰ Kanadi, SAD,²¹ SR Nemačkoj,²² Italiji, u Skandinaviji, itd.

Poseban je slučaj katolička crkva, koja u svom svetskom centru poseduje centralnu radio-stanicu, Radio-Vatikan. Samo formalno, ovaj medij je pod kontrolom surogata državnosti (Vatikana) i nema nikakve sumnje da je to centar za diseminaciju radio-poruka (informacija) s pečatom Svetih stolica. Uostalom, i ciljno-programmska usmerenost Radio-Vatikana pokazuje da je s vrhovnim blagoslovom okrenut ka svim delovima sveta u kojima se u širem značajnjem obimu ispoveda katoličanstvo kao globalna religija.²³

U socijalističkim zemljama crkva je potpuno odvojena od vlasništva i kontrole nad elektronskim komunikacionim kanalima. Takva situacija proistiće iz fundamentalnih principa po kojima se u njima izgrađuje informaciono-komunikacioni sistem oslonjen na državno vlasništvo. Međutim, u nekim državama s brojnjim i snažnjim religioznim društvenim grupama, zabeležena su odstupanja. Tako su DR Nemačka i Mađarska dozvoljavale odranje da se nedeljom preko radija prenosi »služba božija«, a od 1980. godine, kao što je šire poznato, crkva je ostvarila sličan prodor na poljskom radiju. Slični izuzeci nigde nisu zabeleženi kada je reč o televiziji. U Jugoslaviji, koja svoj informaciono-komunikacioni sistem temelji na društvenoj svojini, takođe se ne dozvoljava pristup crkve na radio-televizijske sisteme. Ona, kao i drugi potencijalni agensi, ne spada u red zakonom sankcionisanih osnivača radija i televizije, što, po pravnim normama, mogu biti samo društveno-političke zajednice ili društveno-političke organizacije na nekom nivou društveno-političkog organizovanja.

Restriktivnu situaciju u socijalističkim zemljama velike crkvene organizacije teže da prevaziđu, a-iza njihovih leđa neki drugi krugovi i da eksplatišu u svoju korist, usmeravanjem radio-programa iz drugih zemalja na vernike u socijalističkim državama. Tako religiozne programe za građane socijalističkih zemalja emituju državne radio-stanice (BBC, Nemački talas, Nemački radio), Radio-Vatikan i neke međunarodne radio-stanice čiji su osnivači i glavni akcionari u prvom redu velike crkve (Trans World Radio u Monte Karlu i FEBC Ibra Radio, itd.). U ista kola uprežu se i poznate kolovode propagandnog rata protiv socijalističkih zemalja, Radio-slobodna Evropa i »Radio-Sloboda«, pod okriljem SAD. Prva posvećuje religioznom sadržajima dva, a druga jedan odsto svog ukupnog programa.²⁴

No, važnije od podataka je uočiti pojavu da se svim pomenutim radio-centrima (državni, crkveni i emigrantsko-propagandni) oslanjaju u svom podupiranju religije na pisma služabaca, pitanja i vesti koje u socijalističkim zemljama prikupljaju krugovi crkvenih starešina i pastva. U takvom sklopu okolnosti, ova vrsta društvenih tema obilato se koristi i za interpretaciju ili komentare koji su potpuno političko-propagandne prirode i često predstavljaju mešanje u unutrašnje stvari ciljnih zemalja. Međutim, takvom je sindromu teško stati na put, s obzirom da grupe religioznih društvenih pripadnika u socijalističkim zemljama teže ovaj vrsti kontakta i kao načinu zadovoljavanja svojih specifičnih komunikacionih potreba. A upravo od toga polaze crkveni velikodostojnici kada žele da poreklu očigledne političko-propagandne posledice religioznih programa s raznih strana sveta.

Zemlje u razvoju su pravi front na kojem su raznoboje crkve u ofanzivi prema radio i televizijskim komunikacionim kanalima. U najvećem broju slučajeva, crkvene misije osnivaju studije sposobne za snimanje kaseta, filmova i video-kaseta, koje rasturaju po dijacezama ili nude nacionalnim radio i televizijskim kompanijama. Države koje izlaze u susret potrebama religioznih društvenih grupa distribuiraju ovakve sadržaje u masovnim elektronskim komunikacionim kanalima. Samo u Africi, pomenuti 14 crkava poseduje 46 studija za proizvodnju radio-programa izvan okvira nacionalnih radio-televizijskih sistema dotičnih zemalja, i još desetak studija za snimanje video-ka-

seta i filmova.²⁵ Budući da određen broj afričkih zemalja odjiba da prihvati ovu vrstu »gotovih« programa, uticajnije crkve su u gostoprimaljivim zemljama izgradile snažne radio-stanice koje opslužuju njihove vernike na velikim prostranstvima kontinenta. Takav je Radio-ELWA, lociran u Liberiji (pod kontrolom protestanata), FEBA (Far East Broadcasting Association) (protestantski), na Sejšelima, i Trans World Radio s centralom u Svilendu. Ovaj poslednji je, u stvari, samo ogrank radio-nacionalne radio-kompanije s poreklom i finansijskom zaledinom u SAD, čiju smo filiju u Monte Karlu maločas spominjali povodom situacije u socijalističkim zemljama Evrope. Ni katolička crkva ne sedi skrštenih ruku, te je osim Radio-Vatikana osnovala i druge međunarodne radio-stanice. Jedna od njih je, na primer, Radio Veritas Overseas, locirana u »tradicionalno hrišćanskim Filipinima« i usmerena na Vijetnam, Kinu, Japan, Indiju, Indoneziju i Tajland.²⁶ Sve katoličke jedinice za prodor u elektronsko međunarodno komuniciranje ujedinjene su u Međunarodnu katoličku uniju za radio i televiziju – UNDA. Sve navedene i nespomenute radio-institucije pod kontrolom crkve ponašaju se kao subjekti »državnih radio-talasa«, kao državne radio-stanice, emitujući na mnogobrojnim domorodačkim jezicima ciljni populacija. S njima, ili protiv njih, deluju i mnogobrojni nosioci radio-komuniciranja u krilu jevrejstva i islama, za koje, na žalost nemamo podataka do ovog stajduma istraživanja.

Fakti izneti u ovrtu svedoče o izvanrednom značaju koji u nacionalnom i međunarodnom komuniciranju igraju velike društvene grupe religioznih (i njihove međunarodne verske organizacije). Zbog toga nam se u početku, i sada ponovo, nameće pitanje: Kako se može održavati situacija u kojoj one toliko izmuči istraživačkoj pažnji? Na mnogo mesta pokazali smo da njihove potrebe, interesi, uticaji i samo komuniciranje moraju biti uvršćeni u sferu političkog, što znači moraju predstavljati legitiman predmet politikološko-sociološkog istraživanja u okviru komunikacione nauke.

Marksistički orijentisani istraživači društvenog komuniciranja moraju stoga mnogo više raditi na upoznavanju ovog agensa informaciono-komunikacionog sistema, kako bi mu se efikasnije moglo parirati. Ne radi se pri tom samo o neizbežnom ideoleskom sučeljavanju zastupnika dva dijamentralno suprotne pogleda na svet, već i o potrebi preusmeravanja ljudi od »retoričkog egalitarizma« i nezbiljskog humanizma u pravcu osvajanja društveno-ekonomskih preduslova za osvajanje humanizma i egalitarizma.» s ove strane života», u praksi.

NAPOMENE:

¹ Luis Althusser: »Državni ideoleski aparati«, »Marksizam u svetu«, Beograd 1979, br. 7–8, str. 94.

² Uporedi: dr Vida Čok: »Javno informisanje«, Savremena administracija, Beograd 1977, str. 122.

³ Grupa autora: »Der Journalismus in der bürgerlichen Gessellschaft«, KMU, Leipzig 1977, str. 186.

⁴ »Pri Vatikanu postoji komisija Svetih stolica za sredstva društvene komunikacije, koja rukovodi odgovarajućim komisijama pri episkopatima u raznim zemljama, a ove kontrolisu eparkijske komisije.« Ibidem, str. 189.

⁵ »Nikakva prospektivska knjiga neće iskoreniti religiju iz masa zaplašenih kapitalističkom robijom, koje zavide od slepih rušljackih sila kapitalizma, sve dok te mase same ne nauče da se zajednički, organizovano, planski i svesno bore protiv tog korena, protiv vladavine kapitala u svim oblicima.« Lenjin, »Dela«, Jugoslavija-publik, Beograd 1974, tom 13, str. 376.

⁶ »O socijalnoj podršci kao izvoru komunikacione snage crkve najbolje svedoči primer Poljske, u kojoj je ogromna većina stanovništva religiozna. Pod njenim pritiskom, a u formi sporazuma sa »Solidarnošću«, država je morala da dopusti, po prvi put u praksi socijalističke Poljske, emitovanje religioznog programa na monopoljski kontrolisanom radiju.«

⁷ Ovo ni u kom slučaju ne znači da takva glasila neće samostalno fabrikovati političke sadržaje.

⁸ Rektor Tanger koledža pokrenuo je 1904. godine list »Kiongozi« na svaljiliju. »Journalismus des nichtsozialistischen Ausland: Die Presse in den Nationalstaaten Tropisch Africas«, KMU, Leipzig 1971, str. 64.

⁹ William A. Hachten: »Mass Media in Africa«, u knjizi Alan Wells: »Mass Communications — A World View«, Mayfield Publishing Co. Paolo Alto 1974, str. 105.

¹⁰ Sopstvena izračunavanja prema »Christian Communication Directory — Africa«, Ferdinand Schöningh, Paderborn 1980.

¹¹ Grupa autora, Leipzig 1977, str. 189–190.

¹² UICP Information, Geneve 1980, br. 1.

¹³ Tako dodelom papira crkvene novine u CSSR-u imaju tiraž ograničen na nekoliko hiljada primeraka, iako vernika ima preko 10 miliona.

¹⁴ »WACC Journal«, London 1978, vol. XXV, br. 2, str. 16.

¹⁵ Ibidem, str. 27.

¹⁶ Statistički godišnjak beleži 1980. godine samo 119 listova s godišnjim tiražem 9.447.000 primeraka (str. 380).

¹⁷ Životar K. Stoković: »Stampa naroda i narodnosti u SFRJ«, Beograd 1975, str. 294.

¹⁸ U Portugaliji crkva jedina pored države ima svoju radio-stanicu. Nuno Rocha: »The Press in Trouble — Portugal«, saopštenje na XXVII skupštini IPI, Kambera 1978.

¹⁹ Jedno je katoličko, a dva su protestantska. Vidi: Alan Wells, op. citat, str. 26.

²⁰ Na religiozne programe otpada u Velikoj Britaniji oko 2% ukupno emitovanog programa na televiziji.

²¹ U četiri najveća grada SAD, na komercijalnim TV stanicama sadržaj religioznog programa je od 1 do 3 odsto.

²² U SR Nemačkoj su religiozni sadržaji 1977. godine iznosili na ARD 2.371 minuta na ZDF 3.028 minuta.

²³ »On sada emituje svake nedelje 470 programa u etar, što znači od 19 do 20 časova dnevno. Od ovih programa 259 se emituje za evropske zemlje, 112 za Afrike, 42 za Ameriku, 28 za Aziju, i 14 za Australiju i Novi Zeland. Grupa autora, op. citat, Leipzig 1977, str. 189.

²⁴ Christopher H. Sterling, Timothy R. Haight: »The Mass Media: Aspen Institute Guide to Communication Industry Trends«, Preager, New York 1978, str. 395.

²⁵ Sopstvena izračunavanja prema izvoru kao u napomeni br. 10.

²⁶ Prema prospektu »Radio Veritas Overseas«, dobijenog u korespondenciji s UNDA.