

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 konstituše jedan zajednički, kohezioni društveni interes, kao »sintetizovan izraz htenja svih pripadnika društva«¹⁰.

Zbog toga je društveni interes, koji se često naziva i zajednički, opšti, opštedruštveni¹¹ 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 »Naprijede«, Zagreb 1967, strana 375.

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

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

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

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

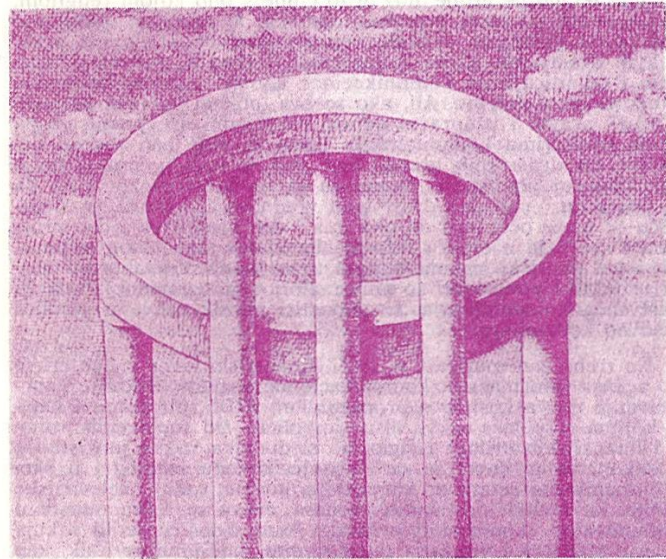
⁷ Zarko Puhovski: »Interes i zajednica«, Sveučilišna naklada — »Libere«, Zagreb 1975, strana 121.

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

⁹ Marks—Engels: »Nemačka ideologija — »Rani radovi«, »Naprijede«, 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 odbrane, finansiranje sredstava javnog informisanja itd., a obezbeđuje se plaćanjem poreza, taksa i drugih dažbina.



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 ređe 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-

litičke procese. Čak i pravna nauka smatra da vera spada u »povlašćene 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 suverenni 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 srednjovekovnoj kulturnoj sredini štampati. Naravno, to nije rezultat samo posebne zainteresovanosti religioznih institucija da »carstvo zemaljsko« uredi putem pisane reči, već odraz mnogo dubljih korena pomoću kojih su one crple društvenu moć.

U razdoblju koje opisujemo vladala je ideološka konstrukcija o božanskom poreku 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 'kulture'«. 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.² Smatramo da ona nije tačna, ali da ni po ovom pitanju crkvi ne treba zaobići. Praktično, zbog opisane ideološke konstrukcije o božanskom poreku vlasti, jedna religija (katalicizam) 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 mnjenje. 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 prijemčljiv za svaku vrstu društvenog egalitarizma. Ova institucija ja 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...), zapazena i od strane ostalih agenasa u informaciono-komunikacionim sistemima. Zbog toga se i inicijatori savremenih propagandnih kampanja, sprovedenih, doduše, drukčijim sredstvima, počesto vraćaju na obrasce prepoznatljive odranije u crkvenoj propagandi: ritualan

oblik, propagiranje pred simbolima autoriteta, »smanjivanje jedinke« u crkvi, u velelepnoj građevini, a danas na novim lokalitetima, itd. Na ovakav komunikacioni model skrećemo pažnju zbog 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 (štampi, 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, pogotovu 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 primese 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 bivaše čak proglašavane za zvaničnu, državnu religiju. Otuda je i najjači uticaj crkve kao učesnika u društvenom komuniciranju i danas u onim zemljama koje su zadržale 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 pobeđom ideje o narodnom suverenitetu, u većini savremenih društava obavljeno je odvajanje crkve od države i drugih društveno delotvornih institucija. Religiozno ubeđenje je preneto u sferu ličnih sloboda i privatnost, i tek u nekoliko izuzetaka sloboda veroispovesti nije dozvoljena. U takvim uslovima, crkvena organizacija mora da uloži više napora da bi se izrazila 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 konstituše tu vrstu paralelne moći i koja će joj se u društvenom ponašanju dobrovoljno podvrgavati, zavisi svaki konkretan odnos država — 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 strateški 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 povlašćen 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 delovanja 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 politeističkim 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 kojom 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 oglašavanje ili otkupljivanje prostora i vremena u masovnim medijumima. Čak, kao u finansijskom pogledu, u kojem je često oslobođena plaćanja poreza i dažbina, 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 prihvatiti oglase s političkim sadržajima,⁷ niti one u kojima se govori o robi koja stoji u bilo kakvoj vezi s podirvanjem 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 dođuše nenaučan, ali celovit pogled na svet, pa otuda njenom cilju — da proširi veru u određen sistem dogmi — najbolje odgovara diskurzivna komunikacija obezbeđena štampom i dopunjena usmenim propovjedanjem. 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 kolonijalnu vlast, koja je nametala zvanični jezik metropole. Štaviše, listovi misija 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

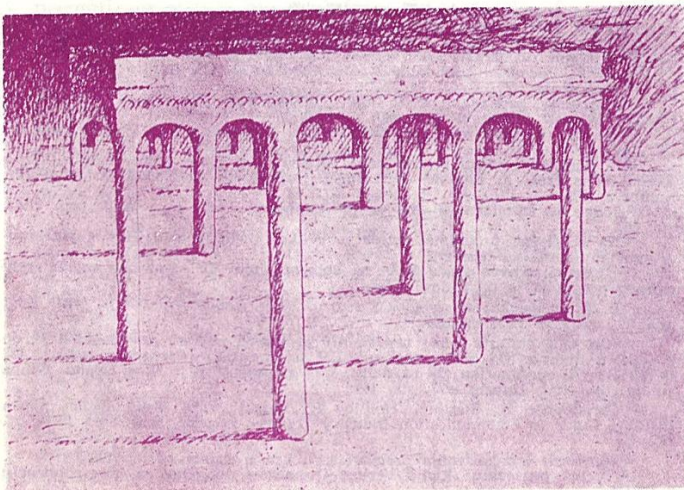
u cirkulare na 54 endogena jezika!¹⁰ I ovi podaci bacaju nešto više svetla na ranije diskutovanu relaciju između države i crkve u informaciono-komunikacionim sistemima zemalja u razvoju.

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, najsnažnije 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 catholique« — izdaje 22 jutarnja i 11 večernjih 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 sedištima u SR Nemačkoj, Austriji, Kongu, 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 morali 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 odeljena i od institucija kulture, obrazovanja i nauke, pa ni s tih pozicija ne prodire u javno komuniciranje. U doslednom odvajanju crkve od socijalističke države iskristalisao 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 ipak 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 dosepuvaju u krug licenciranih izdavača štampe, časopisa i drugih (religioznih) publikacija. Međutim, njena javna reč podleže bilo kontroli, bilo otvorenoj cenzuri, a njena 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 nedeljnik raspolaže 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 izdatih knjiga u zemlji; osim toga, postoji 31 licencirani teološki žurnal i crkveni magazin. I u ČSSR-u i Mađarskoj katolička crkva i druge priznate konfesionalne manjine izdaju svoje časopise i biltenne. U Mađarskoj vodeći nedeljnik reformističke crkve *Reformatuskor Lapja* tvrdi da ima tiraž 100.000 primeraka dok popularni katolički nedeljnik *Uj Ember* ima tiraž 68.000.«¹⁴ Situacija se, kao što izneti podaci pokazuju, neregularno razlikuje od zemlje do zemlje. Veličima 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 »rukopoloženici« 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 razvijaju stalni oblici nejavnog komuniciranja, koji spadaju iz okvira fenomena koji se mogu podvesti pod rumor, glasine i slične rase, 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 ćutanja« 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 libeći 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 ideološko-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 pogodnijim 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 optužbi realno sociološki 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 dobrovoljnih priloga vernika, zatim prodajom publikacija, koja je prilično organizovana, pretplatom 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 društvima. Normativno, njih pogodaju restrikcije kao i ostale zastupnike parcijalnih društvenih interesa, a povlašćuje se država, kao zastupnik opšteg 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 slučajeve pruža komercijalni model informaciono-komunikacionih sistema, zatim zemlje s državnim religijom, ili zemlje u kojima je društvena većina snažno pod uticajem religije. To znači da ima crkvenih radio i televizijskih

