

**PAPEŽSKÁ RADA
PRO HROMADNÉ
SDĚLOVACÍ PROSTŘEDKY**

**ETIKA
VE SDĚLOVACÍCH
PROSTŘEDCÍCH**

**VYDAL SEKRETARIÁT ČESKÉ BISKUPSKÉ
KONFERENCE PRAHA 2000 (PRO VNITŘNÍ POTŘEBU)**

I.

ÚVOD

1. Používání sdělovacích prostředků může mít kladné nebo záporné důsledky. Třebaže se často říká, a my to zopakujeme i z tohoto místa, že na sdělovacích prostředcích záleží to a ono, nejsou slepými přírodními silami, které by se vymykaly lidské kontrole. Přestože různá sdělení mají často nepředvídatelné důsledky, lidé si mohou vybrat, zda je použijí dobrým či špatným způsobem, ke konání dobra nebo zla.

Rozhodování, které má z etického pohledu zásadní význam, není jen na příjemci sdělení, divákovi, posluchači, čtenáři, ale také na tom, kdo sdělovací prostředky řídí a určuje jejich struktury, politiku a obsah. Jedná se o státní a řídicí činitele, členy vládních úřadů, vlastníky, vydavatele, vedoucí představitele vysílacích stanic, redaktory, editory, producenty, autory, korespondenty. Pro tyto lidi je problém etiky mimořádně naléhavý: jsou sdělovací prostředky užívány ve prospěch dobra nebo zla?

2. Vliv sdělovacích prostředků je nesmírně silný. Lidé se jejich prostřednictvím dostávají do styku s dalšími lidmi a událostmi, vytvářejí si názory a hodnoty. Použitím těchto nástrojů nejen předávají a přijímají informace, ale často se jejich zkušenost stává zkušeností přejatou z médií (srv. Papežská rada pro sdělovací prostředky, *Aetatis novae*, 2).

Díky technologickému pokroku stále sílí záběr a moc sdělovacích prostředků. „Nástup informační společnosti je skutečnou revolucí“ (Papežská rada pro kulturu, *Verso un approccio pastorale alla cultura*, 9) a podivuhodné inovace XX. století by se mohly stát pouhým prologem toho, co nové století přinese.

Široká škála a rozmanitost sdělovacích prostředků, dostupná lidem žijícím v bohatých státech, je překvapující již nyní: knihy a periodika, rozhlas a televize, film a video, nahrávky, elektronická komunikace po radiových vlnách, po kabelu, přes satelit a internet. Obsah této široké škály zahrnuje drsné zprávy i čistou zábavu, modlitbu i pornografii, kontemplaci i násilí. Podle způsobu, jímž lidé využívají média, mohou rozvíjet svou solidárnost a soucit, nebo se izolovat v sebestředném světě,

kteřý stimuluje jejich narcisismus a má téměř narkotizující účinek. Ani ti, kdo se médiím vyhýbají, se nemohou vyhnout styku s lidmi, kteří jsou jimi naopak hluboce ovlivněni.

3. Církev má kromě těchto důvodů i své vlastní důvody proč se o sdělovací prostředky zajímat. Ve světle víry se lze na dějiny lidské komunikace dívat jako na dlouhou cestu vedoucí od Babylonu, který symbolizuje zhroucení komunikace (srv. *Gn* 1,4-8), k letnicím a daru jazyků (srv. *Sk* 2,5-11), kdy je komunikace obnovena mocí Ducha seslaného Synem. Církev je vyslána do světa, aby v něm hlásala radostnou zvěst (srv. *Mt* 28,19-20; *Mk* 16,15), a jejím posláním je zvěstovat evangelium do konce časů. Dnes již ví, že je k tomu zapotřebí sdělovacích prostředků (srv. II. vatikánský koncil, *Inter mirifica*, 3; Pavel VI., *Evangelii nuntiandi*, 45; Jan Pavel II., *Redemptoris missio*, 37; Papežská rada pro sdělovací prostředky, *Communio et Progressio*, 126-134, *Aetatis novae*, 11).

Církev také ví, že tvoří *communio* společenství lidí a eucharistických společenství které má „svůj základ v niterném společenství Trojice“ (*Aetatis novae*, 10; srv. Kongregace pro nauku víry, *Alcuni aspetti della Chiesa intesa come comunione*). Veškerá lidská komunikace se totiž zakládá na společenství mezi Otcem, Synem a Duchem svatým. Společenství Nejsvětější Trojice však zahrnuje i lidstvo: Syn je Slovo, navěky „vyslovené“ Otcem, a v Ježíši Kristu a skrze něho, Syna a vtělené Slovo, sděluje Bůh sám sebe a svou spásu lidem. „Mnohokrát a mnoha způsoby mluvil Pán v minulosti k našim předkům skrze proroky. V této poslední době však promluvil k nám skrze svého Syna“ (*Žid* 1,1-2). Komunikace uvnitř církve a komunikace vedená jejím prostřednictvím má svůj počátek ve společenství lásky mezi božskými osobami a v jejich komunikaci s námi.

4. Postoj církve ke sdělovacím prostředkům je ve své podstatě pozitivní a povzbudivý. Církev není jen v postoji soudu a odsuzování; považuje tyto nástroje nejen za výtvarné dílo lidského génia, ale také za velké Boží dary a autentické znamení doby (srv. *Inter mirifica*, 1; *Evangelii nuntiandi*, 45; *Redemptoris missio*, 37). Chce podporovat ty, kdo ve sdělovacích prostředcích pracují, stanoví pozitivní zásady, aby jim

pomáhala při práci, podporuje dialog, jehož se mohou účastnit všechny zainteresované strany neboli velká část současného lidstva. Zmíněné cíle jsou základem tohoto dokumentu.

Opakujeme: sdělovací prostředky samy o sobě nic nepůsobí; jsou to nástroje, prostředky používané takovým způsobem, jakým se je lidé rozhodli použít. Uvažujeme-li o sdělovacích prostředcích, musíme se upřímně postavit čelem k „nejzákladnější“ otázce technologického pokroku: „Stává se člověk jako člověk tímto pokrokem opravdu lepším, stává se duchovně zralejším, uvědomuje si plněji důstojnost svého lidství, je zodpovědnější a otevřenější vůči druhým, především vůči těm nejpotřebnějším a nejslabším, je ochotnější poskytovat pomoc všem ostatním?“ (Jan Pavel II., *Redemptor hominis*, 15, Zvon, Praha 1996).

Považujeme za samozřejmé, že velká většina lidí působících ve sdělovacích prostředcích, s jakoukoli úlohou, jsou svědomití jedinci, kteří usilují o správnou věc. Veřejní činitelé, politici, vedoucí podniků se snaží respektovat a podporovat veřejný zájem tak, jak jej chápou. Čtenáři, posluchači, diváci chtějí dobře využít svůj čas k osobnímu růstu a rozvoji s cílem vést šťastnější a plodnější život. Rodiče si přejí, aby to, co do jejich domovů proniká prostřednictvím médií, bylo ve prospěch jejich dětí. Většina profesionálních pracovníků ve sdělovacích prostředcích usiluje o to, aby svým talentem sloužila lidské rodině, a obává se sílících ekonomických a ideologických tlaků, které snižují etickou úroveň v mnoha oblastech sdělovacích prostředků.

Obsah nesčetných rozhodnutí, která ohledně sdělovacích prostředků každý z těchto lidí učinil, jsou odlišné od skupiny ke skupině, od jedince k jedinci, každé z nich má ale svou etickou váhu a je předmětem etického hodnocení. Abychom si mohli správně vybrat, musíme znát „normy morálního řádu“ a „správně“ je aplikovat (*Inter mirifica*, 4).

5. Církev vnáší do tohoto hovoru více prvků.

Přináší dlouhou tradici morální moudrosti zakořeněnou v Božím zjevení a lidském uvažování (srv. Jan Pavel II., *Fides et ratio*, 36-48, Zvon, Praha 1999). Její podstatnou a rostoucí součástí je sociální učení církve, jehož teologická orientace je význačným nápravným prostředkem jak pro „ateistické řešení, které olupuje člověka o jeho základní, totiž duchovní stavební kameny, tak i permisivních a

konzumistických řešení, která se pod různými záminkami snaží přesvědčit člověka o jeho nezávislosti na veškerých zákonech a na Bohu“ (Jan Pavel II, *Centesimus annus*, 55, Zvon, Praha 1991). Tato tradice sdělovací prostředky nesoudí, nabízí jim spíše své služby. Například „kultura *moudrosti*, jež je vlastní církvi, může zabránit tomu, aby se kultura *informace*, vlastní sdělovacím prostředkům, nestala jen hromaděním faktů postrádajících smysl“ (Jan Pavel II., *Poselství k XXXIII světovému dni sdělovacích prostředků*, ČBK 1999).

Církev přináší do diskuse ještě něco jiného. Jejím zvláštním příspěvkem životu člověka je „pohled na důstojnost lidské osoby, která se v plné šíři projevuje v tajemství ztělesněného Slova“ (*Centesimus annus*, 47, Zvon, Praha 1991). Slovy II. vatikánského koncilu: „Kristus, nový Adam, právě zjevením tajemství Otce a jeho lásky plně odhaluje člověka jemu samému a dává mu poznat vznešenost jeho povolání.“ (*Gaudium et spes*, 22, Zvon, Praha 1995).

II.

SDĚLOVACÍ PROSTŘEDKY VE SLUŽBĚ ČLOVĚKU

6. Pastorální instrukce o sdělovacích prostředcích *Communio et Progressio*, vycházející z pastorální konstituce o církvi v současném světě *Gaudium et spes* (srv. 30-31), vysvětluje, že sdělovací prostředky jsou povolány ke službě lidské důstojnosti tím, že pomáhají lidem, aby dobře žili a byli aktivní ve společnosti. Povzbuzují muže a ženy, aby si uvědomovali svou důstojnost, aby pronikali do myšlenek a citů ostatních, aby rozvíjeli smysl pro vzájemnou zodpovědnost a aby rostla jejich osobní svoboda, respektování svobody druhých a schopnost dialogu.

Sdělovací prostředky mají nesmírnou moc napomáhat lidskému štěstí a přispívat k jeho naplnění. Chceme zde předložit jen určitý přehled a zmínit, jak jsme to již učinili na jiném místě (Papežská rada pro sdělovací prostředky, *Etika v reklamě*, 4-8), ekonomický, politický, kulturní, vzdělávací a náboženský přínos.

7. Ekonomický přínos. Trh nepředstavuje morální normu nebo zdroj morálních hodnot, tržní ekonomiky může být zneužito. Trh může člověku sloužit (srv. *Centesimus annus*, 34) a média hrají v jeho ekonomii nenahraditelnou úlohu. Sdělovací prostředky podporují podnikání a obchod; přispívají k podpoře ekonomického růstu, zaměstnanosti a prosperity; podněcují zkvalitňování stávajících statků a služeb a rozvoj nových; podporují zodpovědnou konkurenci, která slouží veřejnému zájmu, a umožňují lidem přijímat zodpovědná rozhodnutí skrze informace o možnostech a vlastnostech daných výrobků.

Stručně řečeno, současné komplexní národní a mezinárodní ekonomické systémy by bez sdělovacích prostředků nemohly existovat. Kdybychom je vyloučili, došlo by ke zhroucení nejdůležitějších ekonomických struktur, a to by poškodilo jak společnost, tak nesčetné množství lidí.

8. Politický přínos. Sdělovací prostředky prospívají společnosti tím, že občanům usnadňují zodpovědnou účast na politickém dění. Sdělovací prostředky spojují lidi za účelem následování společných cílů a úmyslů a pomáhají jim tak vytvářet a posilovat autentická politická společenství.

Sdělovací prostředky neodmyslitelně patří k současné demokratické společnosti. Poskytují informace o různých otázkách a událostech. Umožňují osobám ve vedoucím postavení rychle a přímo komunikovat s veřejností o naléhavých otázkách. Jsou významnými nástroji zodpovědnosti, neboť odhalují nekompetentnost, korupci a zneužití důvěry a obracejí pozornost na potřebu kompetentnosti, životaschopnosti a hlubokého smyslu pro povinnost.

9. Kulturní přínos. Sdělovací prostředky poskytují lidem přístup k literatuře, divadlu, hudbě a umění, které by jim jinak zůstaly nedostupné, čímž podporují osobní rozvoj člověka spojený s úctou k poznání, moudrosti a kráse. Nehovoříme zde jen o klasických dílech a plodech akademických studií, ale také o veškeré lidové zábavě a všech užitečných informacích, které spojují rodinu, pomáhají lidem řešit každodenní problémy, povznášejí na duchu nemocné, ty, kdo žijí v osamocení, lidi staré, a pozvedají je z únavnosti života.

Média umožňují etnickým skupinám cítit a slavit jejich kulturní tradice, dělit se o ně s ostatními a předávat je dalším generacím. Děti a mládež zejména uvádějí do kulturního dědictví. Lidé pracující ve sdělovacích prostředcích i umělci slouží společnému dobru tím, že ochraňují a obohacují kulturní dědictví národů a národností (srv. Jan Pavel II., *List umělcům*, 4).

10. *Vzdělávací přínos.* Sdělovací prostředky představují významné nástroje vzdělávání v mnoha oblastech, od školy po práci a různé fáze lidského života: seznamují děti předškolního věku se čtením a matematikou, mládeži pomáhají dosáhnout odborné formace či diplomu, starým lidem umožňují naučit se v posledních letech života novým věcem. Všichni tito lidé a mnoho dalších má díky sdělovacím prostředkům přístup k bohatým a rostoucím možnostem vzdělání.

Sdělovací prostředky jsou v mnoha školách používány k výuce. Sdělovací prostředky, včetně internetu, vycházejí za zdi tříd a překračují hranice vzdálenosti, osamocení a poskytují možnost vzdělání lidem žijícím na odlehlých místech, řeholnicím a řeholníkům v klauzuře, těm, kdo nemohou opustit své domovy, vězňům a mnoha dalším.

11. *Náboženský přínos.* Sdělovací prostředky velmi obohacují náboženský život mnoha lidí. Přinášejí zprávy a informace o událostech, idejích a osobnostech náboženského světa; jsou nositeli evangelizace a katecheze. Dnem i nocí poskytují inspiraci, povzbuzení a příležitost k náboženskému životu lidem, kteří nemohou opustit své domovy nebo instituty.

Někdy přispívají média k duchovnímu obohacení lidí výjimečným způsobem. Díky nim se například nesmírný počet lidí z celého světa může stát svědkem významných událostí života církve, které se pravidelně vysílají z Říma přes satelit, a určitým způsobem se jich tak může účastnit. V průběhu let zprostředkovaly sdělovací prostředky milionům lidí slovem a obrazem pastorační návštěvy Svatého otce.

12. Ve všech těchto oblastech: ekonomické, politické, kulturní, vzdělávací, náboženské i v dalších mohou být sdělovací prostředky využívány k budování a podpoře lidského společenství. Veškerá

mezilidská komunikace má být totiž otevřena vzájemnému sdílení.

„Abychom se mohli stát bratry a sestrami, musíme se znát. Proto je důležité komunikovat šířeji a hlouběji“ (Kongregace pro instituty zasvěceného života a společnosti apoštolského života, *Vita fraterna in comunita`*, 29). Komunikace vedená ve službě autentickému společenství zdaleka přesahuje „projev toho, co cítí srdce. Plná komunikace přináší darování sebe sama, k němuž je vedena láskou“ (*Communio et progressio*, 11).

Taková mezilidská komunikace usiluje o blaho a realizaci jednotlivých členů společenství a respektuje dobro všech. Abychom mohli rozlišit, co je společné dobro, musíme poznávat názor ostatních a vést s nimi dialog. Zásadní podmínkou je, aby pracovníci ve sdělovacích prostředcích usilovali o dialog tohoto typu a aby přijímali pravdu o tom, co je dobro. Média pak mohou plnit svou povinnost „podávat svědectví pravdy o životě, lidské důstojnosti, o autentickém významu naší svobody a naší vzájemné závislosti“ (Jan Pavel II., *Poselství k XXXIII. světovému dni sdělovacích prostředků*, ČBK 1999).

III.

SDĚLOVACÍ PROSTŘEDKY, KTERÉ POŠKOZUJÍ DOBRO ČLOVĚKA

13. Sdělovací prostředky mohou být také použity k zablokování lidského společenství a k poškození obecného dobra lidí: děje se to odcizováním lidí, jejich odsouváním na okraj a izolováním, nebo tím, že je přitahují do negativních společenství zaměřených na falešné a destruktivní hodnoty. Média mohou rozdmýchávat nepřátelství a konflikty, démonizovat ostatní a utvářet mentalitu „nás“ proti „jim“, představovat to, co je nízké a degradující, v okouzlujícím světle a ignorovat nebo snižovat to, co lidi povznáší a zušlechťuje; šířit dezinformace a zavádějící informace, podporovat vulgárnost a banalitu. V médiích se bohužel šíří omezování na stereotypy, založené na rase a příslušnosti k různým etnikům, na pohlaví a věku a na dalších faktorech, mezi něž náleží také náboženství. Kromě toho sdělovací prostředky

často zanedbávají to, co je skutečně nové a důležité, včetně radostné zvěsti evangelia, a soustřeďují se na to, co je módní či bizarní.

K takovému zneužívání dochází v každém ze zmíněných sektorů.

14. Ekonomický sektor. Sdělovací prostředky někdy bývají využívány k posilování a podpoře ekonomických systémů vedených chamtivostí a hrabivostí. Jedním z příkladů je neoliberalismus: „považuje zisk a tržní zákony za absolutní parametry na úkor lidské důstojnosti a úcty k člověku a lidstvu“ (Jan Pavel II., *Ecclesia in America*, 56). Za takových okolností slouží sdělovací prostředky, které by měly být užívány ve prospěch všech, jen několika jedincům.

Proces globalizace může vytvářet mimořádnou „možnost získat větší bohatství“ (*Centesimus annus*, 58, Zvon, Praha 1991). Avšak vedle tohoto faktu, ba někdy i v jeho rámci, jsou některé národy a národnosti vykořisťovány a odsouvány na okraj, a proto stále více zaostávají ve svém úsilí o rozvoj. Tyto stále se rozrůstající oblasti nedostatku uprostřed hojnosti jsou úrodnou půdou pro závist, zášť, napětí a konflikt. Tím naléhavější se jeví potřeba „účinných mezinárodních kontrolních a řídicích orgánů, které by orientovaly hospodářství na obecné blaho“ (*Centesimus annus*, 58, Zvon, Praha 1991).

Tváří v tvář závažným nespravedlnostem nestačí, aby pracovníci ve sdělovacích prostředcích jednoduše prohlásili, že jejich práce spočívá v podávání zpráv tak, jak jsou. Je to nepochybně jejich úloha. Některé aspekty lidského utrpení jsou však médiu zcela ignorovány, zatímco o ostatních jsou podávány podrobné zprávy; nakolik to vše odráží rozhodnutí pracovníků, lze zde zaznamenat neobhajitelnou selektivnost. Struktura a politika sdělovacích prostředků, distribuce technologií navíc představuje faktory, které přispívají k tomu, že někteří lidé jsou „bohatí na informace“, zatímco druzí jsou na ně „chudí“ v době, kdy prosperita, dokonce i samo přežití, závisí na informacích.

Takovým způsobem tedy sdělovací prostředky přispívají k nespravedlnosti a nevyrovnanosti způsobující právě tu bolest, o které následně informují. „Je třeba prolomit bariéry a monopoly, které tolika národům brání podílet se na rozvoji, a zajistit pro všechny, jednotlivce i národy základní podmínky účasti na rozvoji“ (*Centesimus annus*, 35 Zvon, Praha 1991). Jednou z těchto základních podmínek je informační

technologie a technologie sdělovacích prostředků provázená formací k jejich používání.

15. Politický sektor. Politici využívají bez skrupulí sdělovací prostředky k demagogii a klamu, což vede k podpoře nespravedlivé politiky a utiskujícího režimu. Zavádějícím způsobem představují své oponenty, systematicky překrucují a potlačují pravdu propagandou a „falešným chlácholivým postojem“. Sdělovací prostředky tak lidi nespojují, ale spíše přispívají k jejich rozdělení, vytvářejí napětí a atmosféru podezření, která je podhoubím konfliktu.

I v demokratických zemích je zcela běžné, že politické špičky manipulují skrze média veřejné mínění namísto toho, aby skrze věcné informace podporovaly účast na politickém dění. Demokratické konvence jsou sice respektovány, avšak techniky odvozené z oblasti reklamy a public relations jsou uplatňovány ve jménu politiky, která vykořisťuje jednotlivé skupiny a porušuje základní práva, včetně práva na život. (srv. Jan Pavel II., *Evangelium vitae*, 70, Zvon, Praha 1995).

Sdělovací prostředky také často popularizují etický relativismus a utilitarismus, jimiž se vyznačuje současná kultura smrti. Účastní se stávajícího „spiknutí proti životu“, tím že představují „názory podporující antikoncepci, sterilizaci, potrat i samu eutanázii jako praktický doklad pokroku a dosažené svobody, zatímco opačné názory, podporující život představují jako nepřátelské pokroku a svobodě“ (*Evangelium vitae*, 17, Zvon, Praha 1995).

16. Kulturní sektor. Kritiky často odsuzují povrchnost a nevкус médií, od nichž se nežadá zasmušilost ani mdllost, ale neměly by být ani vulgární a degradující. Tvrdit, že sdělovací prostředky odrážejí většinový vkus, jistě není ospravedlněním; mají právě na tento vkus velký vliv a je jejich povinností jej zušlechťovat, nikoli snižovat.

Tento problém má nejrůznější podoby. Je to například opomíjení nebo nadměrné zjednodušování složitých otázek namísto toho, aby byly bedlivě a pravdivě vysvětleny. Média přinášejí zavádějící a odlidšťující zábavné programy, které využívají témata spjatá se sexem a násilím. Je velmi nezodpovědné ignorovat či zanedbávat fakt, že „pornografie a sadistické násilí ponižuje sexualitu, kazí mezilidské vztahy, zotročuje

lidi, zejména ženy a děti, rozvrací manželství a rodinný život, inspiruje k asociálnímu chování a kalí morální ovzduší společnosti“ (Papežská rada pro sdělovací prostředky, *Pornografia e violenza nei mezzi di comunicazione sociale: una risposta pastorale*, 10).

Závažným a rychle se prohlubujícím problémem na mezinárodní úrovni je také kulturní hegemonie, kterou sdělovací prostředky vnucují. V některých místech je tradičním projevům kultury doslova upírán přístup k populárním sdělovacím prostředkům, takže postupně mizí; hodnoty sekularizovaných a hojností oplývajících společností zatím ve stále větší míře nahrazují tradiční hodnoty společností, které jsou chudší a slabší. V této souvislosti by bylo zapotřebí věnovat mimořádnou pozornost dětem a mládeži a nabízet jim pořady, které by je uvedly do přímého kontaktu s jejich kulturním dědictvím.

Komunikace přesahující kulturní hranice je prospěšná. Každá společnost se může a má učit od druhé. Komunikace mezi kulturami by však neměla probíhat na úkor slabších. Dnes „již nejsou ani méně rozšířené kultury izolované. Využívají častější kontakt, zároveň však také trpí tlakem silné tendence k uniformitě“ (*Verso un approccio pastorale alla cultura*, 33). Skutečnost, že v současnosti velká část komunikace probíhá jednostranně, totiž od industrializovaných zemí k zemím rozvojovým a chudým, přináší vážné etické otázky. Nemají se snad bohatí od chudých čemu učit? Jsou mocní hluší k hlasu slabých?

17. Vzdělávací sektor. Namísto toho, aby sdělovací prostředky podporovaly vzdělání, rozptylují a vedou k marnění času. Takto jsou poškozováni především děti a mládež, avšak i dospělí trpí sledováním banálních a podřadných pořadů.

K příčinám tohoto zneužívání důvěry ze strany pracovníků ve sdělovacích prostředcích náleží touha po penězích, stavící zisk nad člověka.

Sdělovací prostředky někdy bývají využívány i jako nástroje indoktrinace určují, co by měli lidé vědět, a odnímají jim přístup k informacím, které si úřady nepřejí rozšířit. Tím je deformováno opravdové vzdělávání, jehož cílem je rozšiřovat lidské vědomosti, posilovat schopnosti, napomáhat lidem k dosažení hodnotných cílů, nikoli zužovat jejich obzory a stavět jejich síly do služeb ideologie.

18. Náboženský sektor. Ve vztahu mezi sdělovacími prostředky a náboženstvím jsou zjevná pokušení na obou stranách.

Na straně sdělovacích prostředků k nim patří opomíjení nebo odsouvnání náboženských idejí a zkušeností na okraj; povrchní, snad i pohrdavý postoj k náboženství, jako k předmětu zvědavosti, který si nezasluhuje vážnou pozornost; podpora toho, co je v náboženství módní na úkor tradiční víry; nepřátelský postoj k náboženským skupinám; posuzování náboženství a náboženské zkušenosti podle světských kritérií a upřednostňování náboženských proudů, které na rozdíl od jiných vyhovují světskému vkusu; a konečně snaha uvěznit transcendentno do hranic racionalismu a skepticismu. V současných sdělovacích prostředcích se často odráží postmoderní stav lidského ducha, který se uzavírá do „hranic své imanence bez jakéhokoli vztahu k transcendentu“ (*Fides et Ratio*, 81, Zvon, Praha, 1999).

Pokušení ze strany náboženství se mohou projevit v utváření výlučně negativního a odsuzujícího pohledu na sdělovací prostředky. Náboženství nemůže pochopit, že rozumná kritéria mediální praxe, jako je objektivita a nestrannost, mohou také vylučovat mimořádný přístup k náboženským institucionálním zájmům. Dalším pokušením je prezentace náboženských poselství emocionálním a manipulačním stylem, jako by byla konkurenčním výrobkem na přeplněném trhu; užívání sdělovacích prostředků k řízení a ovládnutí; zbytečné tajnůstkářství nebo popírání pravdy; zlehčování evangelního požadavku obrácení, pokání a nápravy života, přičemž na jejich místo staví bezbarvé náboženství, které na lidi neklade velké nároky; rozdmýchávání fundamentalismu, fanatismu a náboženského exkluzivismu, které živí pohrdání ostatními a nepřátelství vůči nim.

19. Stručně řečeno, média lze použít pro dobro nebo pro zlo záleží na rozhodnutí. „Nikdy nesmíme zapomenout, že sdělení předávané pomocí sdělovacích prostředků není jen utilitaristickým úkonem s cílem jednoduše pobízet, přesvědčovat nebo prodávat. A už vůbec není nástrojem nějaké ideologie. Ve sdělovacích prostředcích občas může dojít k zredukování lidské bytosti pouze na konzumní jednotku nebo na mezi sebou soupeřící zájmové skupiny. Může se manipulovat s

televizními diváky, čtenáři či posluchači jako s pouhými čísly, od nichž se očekávají výhody související s podporou buď v politice nebo při prodeji výrobků. Toto všechno jsou jevy, které ničí společnost. Úkolem komunikace je lidi sjednocovat a obohacovat jejich život, a ne je izolovat a vykořisťovat. Jestliže se sdělovací prostředky používají správným způsobem, mohou přispívat k vytváření a udržování lidského společenství založeného na spravedlnosti a lásce. A v míře, v jaké to činí, se stávají znamením naděje“ (Jan Pavel II., *Poselství k XXXII. Světovému dni sdělovacích prostředků*, ČBK, Praha, 1998).

IV.

NĚKOLIK DŮLEŽITÝCH ETICKÝCH PRINCIPŮ

20. Etické principy a normy, které jsou relevantní v ostatních oblastech, platí i pro oblast sdělovacích prostředků. Principy sociální etiky, jako je solidarita, subsidiarita, spravedlnost, rovnost v užívání veřejných finančních zdrojů, jako i vykonávání funkce vyžadující důvěru, platí neustále. Komunikace musí být vždy pravdivá, neboť bez pravdy nemůže existovat individuální svoboda ani autentická mezilidská komunikace.

Etika ve sdělovacích prostředcích se netýká jen toho, co se objevuje na filmových plátnech nebo televizních obrazovkách, v rozhlasovém vysílání, na papíře nebo internetu, ale i mnoha dalších aspektů. Etický rozměr není jen součástí obsahu komunikace (neboli sdělení), a procesu komunikace (neboli toho, jak je komunikace realizována), ale i základních strukturálních a systematických otázek, které často souvisí s tématy distribuční politiky technologií a sofistikovaných produktů (kdo bude na informace bohatý a kdo chudý?). Tyto otázky vyvolávají další otázky s ekonomickými a politickými důsledky, týkající se vlastnictví a kontroly. Alespoň v otevřených společnostech s tržním hospodářstvím spočívá etický problém všech ve vyvážení zisku a služby veřejnému zájmu, chápané v širokém pojetí obecného dobra.

Ani lidem dobré vůle není vždy bezprostředně jasné, jak aplikovat etické normy a principy v jednotlivých případech. Je třeba úvah, debat,

dialogu. V naději, že bude podporována úvaha a dialog mezi těmi, kdo mají rozhodující vliv na politiku sdělovacích prostředků, mezi pracovníky médií, etiky, moralisty, uživateli a dalšími, předkládáme následující úvahu.

21. Pro všechny tyto tři oblasti (sdělení, proces, strukturální a systematické otázky) platí týž základní etický princip: cílem a mírou užívání sdělovacích prostředků je člověk a lidské společenství. Komunikace by měla vést od člověka k člověku, k jeho celistvému rozvoji.

Celistvý rozvoj vyžaduje dostatek materiálních statků a produktů, ale také určitou pozornost věnovanou „vnitřnímu rozměru“ (Jan Pavel II., *Sollicitudo rei socialis*, 29,46). Každému člověku náleží možnost růst a prospívat za pomoci široké škály hmotných, intelektuálních, citových, morálních a duchovních statků. Každý člověk má nezcizitelnou důstojnost a důležitost a nemůže být obětován ve jménu kolektivních zájmů.

22. Druhý princip je doplněním prvního: dobro člověka nelze realizovat nezávisle na obecném dobru společenství, k němuž daní lidé náleží. Toto obecné dobro by mělo být chápáno výhradně jako celkový součet společných hodnotných cílů, o jejichž dosažení usilují všichni členové společenství. Ve službě prosazování těchto cílů spočívá základ existence samotného společenství.

Z tohoto důvodu by sdělovací prostředky, přestože oprávněně hledí na požadavky a zájmy jednotlivých skupin, je neměly stavět proti sobě například ve jménu třídního boje, přehnaného nacionalismu, rasové nadřazenosti, etnické čistoty a podobně. Ctnost solidarity, „pevné a vytrvalé úsilí o obecné dobro“ (*Sollicitudo rei socialis*, 38), by mělo vládnout ve všech oblastech sociálního, ekonomického, politického, kulturního a náboženského života společnosti.

Pracovníci ve sdělovacích prostředcích a ti, kdo rozhodují o jejich politice, musí na všech úrovních sloužit reálným potřebám a zájmům jedinců i skupin. Existuje naléhavý požadavek rovnosti na mezinárodní úrovni tam, kde je nespravedlivá distribuce hmotných statků mezi Severem a Jihem jistěna špatnou distribucí komunikačních zdrojů a

informační technologie, na nichž závisí produktivita a prosperita. Podobné problémy existují i v bohatých zemích, „kde nepřetržitá změna výrobních způsobů a spotřebního chování znehodnocuje již získané poznatky a dlouholeté profesionální zkušenosti“, takže „ti, kterým se nepodaří udržet krok s dobou, jsou snadno vytlačeni na okraj“ (*Centesimus annus*, 33, Zvon, Praha 1991). Samozřejmě je třeba široce se účastnit rozhodovacího procesu nejen v souvislosti se sdělením a procesy ve sdělovacích prostředcích, ale také v souvislosti s otázkami systému a přerozdělování finančních prostředků. Lidé, kteří v této oblasti rozhodují, mají závažnou morální povinnost uznávat potřeby a zájmy těch, kdo jsou zvláště zranitelní: chudých, starých lidí, nenarozených dětí, dětí a mládeže, lidí utlačovaných a odsunutých na okraj společnosti, žen a menšin, nemocných a postižených, stejně jako rodin a náboženských skupin. Zejména dnes by mezinárodní společenství a mezinárodní zájmy sdělovacích prostředků měly velkomyslně a bez výjimek přistoupit k národům a oblastem, v nichž to, co média konají nebo zanedbávají, je činí spoluúčastnými na hanbě způsobené přetrváváním zla, jakým je chudoba, negramotnost, politický útlak a porušování lidských práv, konflikty mezi náboženstvími a společnostmi a potlačování původních kultur.

23. Nepřestáváme však věřit, že řešení problémů způsobených touto komercializací a bezbřehou privatizací nevyústí ve státní kontrolu nad médii, ale v zásadnější úpravu pravidel, která bude odpovídat normám služby veřejnosti, a zároveň i ve větší zodpovědnost vůči veřejnosti. V této souvislosti je třeba podotknout, že jestliže se právní a politický rámec médií v některých zemích zjevně zlepšuje, na jiných místech zůstávají státem řízené zásahy nástrojem útlaku a vylučování (srv. *Aetatis novae*, 5).

Vždy je třeba podporovat svobodu projevu, neboť „když si lidé podle své přirozenosti vyměňují navzájem poznatky a názory, využívají svého nejvlastnějšího práva a zároveň splňují povinnost vůči společnosti.“ (*Communio et progressio*, 45, ČBK, Praha 1996). Tento předpoklad však z hlediska etiky není absolutní normou platnou za všech okolností. Očividně existují případy, v nichž právo na komunikaci neexistuje; jsou jimi například pomluva a nactiutrhání, sdělení podněcující k nenávisti a

konfliktu mezi skupinami, obscénnost a pornografie, morbidní líčení násilí. I svobodný projev by měl dodržovat takové principy, jako je pravda, slušnost a respektování soukromého života.

Pracovníci ve sdělovacích prostředcích by ve spolupráci s veřejnými představiteli měli usilovat o vytvoření a rozvíjení etických kodexů profesionální chování.

Náboženské organismy a další skupiny mají tu výsadu, že se na tomto stálém úsilí mohou podílet.

24. Dalším významným a již zmíněným principem je účast veřejnosti na rozhodovacím procesu týkajícím se politiky sdělovacích prostředků. Tato účast by měla být na všech úrovních organizovaná, systematická a skutečně reprezentativní, neměla by zvýhodňovat některé skupiny na úkor ostatních. Tento princip platí snad zvláště tam, kde jsou sdělovací prostředky v soukromém vlastnictví a slouží ziskové činnosti.

Pracovníci v hromadných sdělovacích prostředcích musí v zájmu široké účasti veřejnosti „usilovat o komunikaci s lidmi, nejen k nim mluvit. Z toho vyplývá také znalost potřeb lidí, vědomí jejich problémů, užívání všech forem komunikace s citem, jenž vyžaduje lidská důstojnost“ (Jan Pavel II., *Discorso agli operatori dei mass-media*, Los Angeles, 15. září 1987).

Počet prodaných výtisků, sledovanost, příjmy spolu s průzkumy trhu bývají nejlepšími ukazateli nálady veřejnosti, jsou také jedinými, které zákon trhu ke své činnosti potřebuje. Takto můžeme nepochybně slyšet hlas trhu. Avšak rozhodnutí o obsahu a orientaci médií by neměla být svěřena jen do rukou trhu a ekonomických faktorů, neboli zisku, protože na jejich základě nelze ani chránit veřejný zájem jako takový ani oprávněné zájmy menšin.

Do určité míry lze na tuto námitku odpovědět pojmem „selektované publikum“, podle něhož se některá periodika, programy, rozhlasové stanice a vysílače obracejí k užším skupinám veřejnosti. Tento přístup je však oprávněný jen zčásti. Diverzifikace a specializace, neboli zaměření sdělovacích prostředků na uspokojování očekávání publika roztržitého do stále menších jednotek, spočívajících na ekonomických faktorech a konzumních modelech, by neměly překročit určitou mez. Sdělovací prostředky musí zůstat „areopágem“ (*Redemptoris missio*, 37), fórem

pro výměnu idejí a informací, které sjednocuje jedince a skupiny a podporuje solidaritu a mír. Zejména internet vyvolává určité obavy pro své „radikálně nové důsledky: ztráta vlastní hodnoty informačních nástrojů, nerozlišená uniformita sdělení, která jsou tak omezována na pouhou informaci, nedostatek zodpovědné zpětné vazby a určité oslabení mezilidských vztahů“ (*Verso un approccio pastorale alla cultura*, 9).

25. Etické povinnosti se netýkají jen pracovníků ve sdělovacích prostředcích. Také uživatelé mají své povinnosti. Pracovníci, kteří se snaží na sebe brát odpovědnost, si zaslужují veřejnost, která si je vědoma své odpovědnosti.

První povinností uživatelů sdělovacích prostředků je rozlišování a výběr. Měli by se informovat o *médiích, jejich struktuře, způsobu práce a obsahu jejich sdělení* a zodpovědně se rozhodovat podle zdravých etických kritérií, co budou číst nebo sledovat v rozhlasu či v televizi. Všichni lidé dnes potřebují určité trvalé vzdělávání v oblasti médií, a to jak pro osobní potřebu, tak proto, aby se mohli účastnit organizovaných programů. Předmětem vzdělávání v oblasti médií není ani tak technická stránka, jako spíše snaha utvářet v lidech vkus a pravdivý morální úsudek. Je součástí formace svědomí.

Církev by ve školách a školských formačních programech měla poskytovat právě tento typ vzdělávání v oblasti médií (srv. *Aetatis novae*, 28; *Communio et progressio*, 107). Následující slova byla sice původně určena institutům zasvěceného života, mají však širší platnost: „Společenství si je vědomo vlivu sdělovacích prostředků, a proto se je učí používat k osobnímu růstu a k růstu celého společenství s evangelním pohledem a vnitřní svobodou těch, kdo se naučili poznávat Krista (srv. *Gal*, 4, 17-23). Sdělovací prostředky totiž předkládají a často vnucují takovou mentalitu a životní styl, které jsou v trvalém rozporu s evangeliem. V této souvislosti je z mnoha stran žádána hlubší formace k postojí a kritickému a plodnému užívání těchto prostředků“ (Kongregace pro instituty zasvěceného života a společnosti apoštolského života, *Vita fraterna in comunita`*, 34).

Stejně tak je závažnou povinností rodičů pomáhat dětem, aby se naučily sdělovací prostředky hodnotit a užívat, aby dobře formovali

jejich svědomí a rozvíjeli rouhodující schopnosti (srv. Jan Pavel II., *Familiaris consortio*, 76). Rodiče se pro dobro dětí i pro své vlastní musí naučit být zodpovědnými diváky, posluchači a čtenáři a být doma vzorem v umírněném užívání médií. Děti a mládež by měly být podle svého věku formovány k užívání sdělovacích prostředků, aby dokázaly odolat zjednodušujícímu pokušení nekritické pasivity, tlakům svých vrstevníků a komerčním vlivům. Rodiny, rodiče spolu s dětmi, zjistí, že je užitečné diskutovat v malých skupinách o problémech a možnostech vytvářených sdělovacími prostředky.

26. Církevní instituce, agentury a programy mají v oblasti sdělovacích prostředků vedle podpory vzdělávání také významnou odpovědnost v samotných médiích. Ta spočívá především v tom, že komunikační praxe církve by měla být příkladná a měla by se řídit nejvyššími ideály pravdivosti, důvěryhodnosti, citlivosti k lidským právům a dalším významným principům a normám. Vedle toho by církevní sdělovací prostředky měly usilovat o to, aby sdělovaly plnou pravdu o významu lidského života a dějin, zejména tak, jak je obsažena v slově zjeveném Bohem a jak je vyjádřena v učení církve. Pastýři by měli povzbuzovat k užívání sdělovacích prostředků k šíření evangelia (srv. *Kodex církevního práva*, kánon 822.1).

Ti, kdo reprezentují církev, musí být ve vztahu k novinářům upřímní a otevření. Třebaže je některé otázky mohou „uvádět do rozpaků nebo zneklidňovat, zejména když ani v nejmenším neodpovídají poselství, které máme šířit“, musí mít na paměti, že „většina našich současníků takovéto znepokojivé otázky klade“ (*Verso un approccio pastorale alla cultura*, 34). Každý, kdo promlouvá jménem církve, musí na tyto zdánlivě nepříjemné otázky odpovídat věrohodně a pravdivě.

Katolíci, stejně jako ostatní občané, mají právo na svobodu projevu, a tedy i na přístup ke sdělovacím prostředkům. Právo na svobodu projevu zahrnuje vyjádření mínění o věcech týkajících se prospěchu církve, při zachování neporušenosti víry a mravů a úcty vůči pastýřům s ohledem na obecný prospěch a na důstojnost osob (srv. kánon 212.3; kánon 227). Nikdo však nemá právo hovořit jménem církve, a pokud tak činí, musí k tomu mít pověření. Osobní názory by neměly být prezentovány jako učení církve (srv. kánon 227).

Církvi by velmi pomohlo, kdyby ti, kdo jejím jménem vykonávají úřady a funkce, byli formováni v oblasti komunikace. To neplatí jen pro seminaristy, osoby formované v řeholních společenstvích a mladé laiky, ale pro veškerý personál církve. Jestliže jsou *média* „neutrální, otevřená a čestná“, poskytují dobře připraveným křesťanům „misijní úlohy v první linii“, a je důležité, aby k tomu křesťané nacházeli „podporu a byli odpovídajícím způsobem vzděláni“. Také pastýři by měli být svému lidu průvodci sdělovacími prostředky a jejich někdy spornými a dokonce destruktivními sděleními (srv. kánon 822.2,3).

Podobné úvahy platí pro vnitřní komunikaci v rámci církve. Obousměrný tok informací a názorů mezi pastýři a věřícími, svoboda projevu citlivá k dobru společenství a úloze učitelského úřadu církve spjatého s jeho podporou, zodpovědné veřejné mínění jsou významnými projevy základního „práva na dialog a informace v církvi“ (*Aetatis novae*, 10; *Communio et progressio*, 20, ČBK, Praha 1996).

Právo na svobodu projevu musí být uplatňováno s úctou ke zjevené pravdě, k učení církve a k církevním právům ostatních (srv. kánon 212.1,2,3, kánon 220). Stejně jako jiná společenství a instituce, církev někdy potřebuje je dokonce někdy povinna zachovat tajnost a důvěrnost. Ty by však neměly sloužit k manipulaci nebo kontrole. V rámci společenství víry „služebníci, kteří jsou vybaveni posvátnou mocí, slouží totiž svým bratřím, aby se všichni, kteří patří do Božího lidu a tím mají pravou křesťanskou důstojnost, snažili svobodně a spořádaně o stejný cíl, a tak dosáhli spásy (II. vatikánský koncil, *Lumen gentium*, 18, Zvon, Praha 1995). Správná komunikační praxe je jednou z cest k uskutečnění této vize.

V.

ZÁVĚR

27. V době blížícího se začátku třetího tisíciletí křesťanství, vytváří lidstvo celosvětovou síť okamžitého přenosu informací, idejí a hodnotících soudů v oblasti vědy, obchodu, vzdělávání, zábavy, politiky, umění, náboženství i ve všech ostatních.

Tato síť je v současnosti bezprostředně dostupná řadě lidí v jejich

domovech, ve škole, na pracovišti i jinde. Je běžné sledovat v reálném čase události, které se odehrávají na druhém konci světa, od sportu až po válečné konflikty. Lidé mají přímý přístup k mnoha údajům, které byly donedávna řadě odborníků a studentů nedostupné. K tomu, aby člověk mohl stoupat k vrcholům lidského génia a lidských ctností nebo se propadat do propasti degradace, mu stačí monitor a klávesnice. Komunikační technologie dosahuje stále nových cílů, které mají nesmírný potenciál dobra i zla. S nárůstem interaktivity se vytrácí rozdíl mezi autorem sdělení a příjemcem. Je třeba trvale zkoumat účinky a zejména etické důsledky nových sdělovacích prostředků.

28. Hromadné sdělovací prostředky nehledě na jejich obrovskou moc však jsou a zůstanou jen prostředky, neboli nástroji, které lze využít ke konání dobra nebo k páchání zla. Rozhodnutí je na nás. Sdělovací prostředky nevyžadují novou etiku, ale uplatňování již dříve platných zásad v novém kontextu. V plnění tohoto úkolu hraje roli každý člověk. Etika sdělovacích prostředků se netýká jen odborníků v oblasti sdělovacích prostředků nebo v morální filozofii. Reflexe a dialog, k nimž tento dokument povzbuzuje, musí mít mnohem širší záběr.

29. Sdělovací prostředky mohou spojovat lidi ve společenství, v nichž panuje náklonnost a společné zájmy. Budou tato společenství založena na spravedlnosti, slušnosti a respektování lidských práv? Budou usilovat o společné dobro? Nebo budou egoistická a sebestředná, zaměřená na prospěch partikulárních, ekonomických, rasových, politických, či dokonce náboženských skupin na úkor ostatních? Bude nová technologie sloužit všem národům a národnostem a zároveň respektovat jejich kulturní tradice? Nebo bude nástrojem sloužícím k obohacování bohatých a posilování mocných? Rozhodnout se musíme sami.

Sdělovací prostředky mohou být použity také k rozdělování a izolaci. Technologie umožňuje lidem získávat stále více informace a služby vytvořené výhradně pro ně. To sice přináší skutečné výhody, ale nevyhnutně vyvstává otázka: stanou se v budoucnu příjemci médií množstvím lidí, kteří budou příjemci jediného? Třebaže technologie může posilovat individuální samostatnost, má i další, méně žádoucí důsledky. „Síť“ budoucnosti by se namísto světového společenství

mohla stát obrovskou a rozdrobenou sítí izolovaných jedinců, lidských včel uzavřených ve svých buňkách, které mezi sebou nejednají přímo, ale prostřednictvím dat. Kam by se v takovém světě poděla solidarita, láska?

I v nejlepším případě má mezilidská komunikace závažná omezení, je více či méně nedokonalá a je ohrožena neúspěchem. Pro lidi je obtížné konkrétně a upřímně komunikovat s ostatními tak, aby nikomu neublížili a co nejlépe sloužili zájmům všech. Ve světě sdělovacích prostředků navíc bývají vnitřní komunikační obtíže často umocňovány ideologií, touhou po zisku a politické kontrole, rivalitou a konfliktem mezi skupinami, a dalšími sociálními nešvary. Sdělovací prostředky dnes zvětšují objem komunikace, její množství, rychlost, ale nečiní dispozici ducha k duchu někoho druhého, dispozici srdce pro srdce toho druhého méně zranitelnou ani méně citlivou a nezabývají ji selhání.

30. Jak již bylo řečeno, zvláštní příspěvek církve k debatě na tato témata spočívá v chápání člověka a jeho jedinečné důstojnosti, jeho neporušitelných práv, v pojetí lidského společenství, jehož členy spojuje ctnost solidarity ve snaze o společné dobro. Potřeba těchto dvou pojmů je naléhavá zejména tehdy, „když člověk musí prožívat roztržštěnost a zlomovitost nabídek, které vyzdvihují jako hodnoty pomíjivé věci a vzbuzují tím klamný dojem, že je tak možno dosáhnout pravého smyslu života. Tak dochází k tomu, že mnozí vlekou svůj život až na okraj propasti, aniž by věděli, kam vlastně jdou“ (Jan Pavel II., *Fides et ratio*, 6, Zvon, Praha 1999).

V této krizi je církev „znalkyní lidstva“ a zkušenost „ji vede k nevyhnutelnému rozšíření jejího poslání do různých oblastí“ lidské činnosti (srv. *Sollicitudo rei socialis*, 41; Pavel VI., *Populorum progressio*, 13). Nemůže schraňovat pro sebe pravdu o člověku a lidském společenství; musí ji svobodně sdílet s ostatními a být si přitom vědoma, že lidé mohou říci *ne* této pravdě i církvi samotné.

Církev se snaží podporovat a posilovat takové užívání sdělovacích prostředků, které odpovídá vysokým etickým požadavkům, a usiluje o dialog a spolupráci s ostatními: s veřejnými činiteli, kteří mají mimořádnou povinnost chránit a podporovat společné dobro politického společenství, s lidmi ze světa kultury a umění, s vědci a pedagogickými

pracovníky, kteří se věnují formaci budoucích pracovníků v médiích a budoucích příjemců, se členy jiných církví a náboženských skupin, kteří sdílejí její přání užívat sdělovací prostředky k oslavě Boha a ke službě lidstva (srv. Papežská rada pro sdělovací prostředky, *Criteria di Collaborazione Ecumenica ed Interreligiosa nel campo delle Comunicazioni Sociali*), a zejména s pracovníky médií, neboli spisovateli, redaktory, reportéry, korespondenty, herci, producenty, technickým personálem a vlastníky, s jednateli a řídicími pracovníky v této oblasti.

31. Komunikace má přes svá omezení cosi z Boží stvořitelské činnosti. „Božský umělec s láskyplnou dobrotivostí předává jiskru své transcendentní moudrosti umělci lidskému.“ Když se tomu umělci i autoři sdělení snaží porozumět, mohou „v celé hluboce pochopit sami sebe, své povolání a poslání“ (Jan Pavel II., *List umělcům*, 1, ČBK, Praha, 1999).

Křesťanský pracovník v médiích, zejména, má prorocký úkol, určité povolání: vyslovit se proti dnešním falešným bohům a modlám, proti materialismu, hédonismu, konzumismu, malichernému nacionalismu atd. a podporovat morální pravdu založenou na důstojnosti člověka a lidských právech, na upřednostňování chudých, univerzálním určení statků, lásce k nepříteli a bezpodmínečné úctě k lidskému životu od okamžiku početí až do jeho přirozeného konce. Cílem tohoto úkolu je dokonalejší uskutečnění Království na tomto světě s vědomím, že až nastane konec času, Ježíš obnoví všechny věci a navrátí je Otci (srv. *1 Kor 15,24*).

32. Třebaže jsou tyto úvahy určeny všem lidem dobré vůle, nejen katolíkům, je správné se na závěr zmínit o Ježíši jako vzoru pro pracovníky sdělovacích prostředků. „V této poslední době“ Bůh Otec „promluvil k nám skrze svého Syna“ (*Žid 1,2*). Tento Syn nám dnes a stále sděluje Otcovu lásku a základní smysl našeho života.

„Za svého pozemského putování se prokázal Kristus jako mistr komunikace. Ve vtělení přijal přirozenost těch, kdo měli jednou přijmout poselství, které bylo vyjádřeno v jeho slovech a v celém jeho životě. Mluvil jim ze srdce a stál v jejich středu. Závazně, s mocí a bez

kompromisu, hlásal božské poselství. Na druhé straně se jim připodobnil způsobem mluvení a myšlení, protože hovořil podle jejich situace“ (*Communio et progressio*, 11, ČBK, Praha 1996).

Za Ježíšova veřejného života se sbíhaly zástupy, aby slyšely jeho kázání a učení (srv. *Mt* 8,1,18; *Mk* 2,2,4-1; *Lk* 4,32 atd.). Učil je jako ten, „kdo má moc“ (*Mt* 7,29; *Mk* 1,22; *Lk* 4,32). Promlouval k nim o Otci a zároveň je odkazoval na sebe, když vysvětloval: „Já jsem cesta, pravda a život“ (*Jan* 14,6) a „kdo viděl mne, viděl Otce“ (*Jan* 14,9). Neztrácel čas prázdnými řečmi nebo mstou, ani když byl obviňován a nakonec odsouzen (srv. *Mt* 26,63; 27,12-14; *Mk* 15,5,15,61). Jeho „pokrmem“ bylo konat vůli Otce, který jej poslal (srv. *Jan* 4,34), a vším, co řekl nebo učinil, o tom podával svědectví.

Ježíš často učil v podobenstvích a vyprávěl živé příběhy, které prostými a všedními výrazy vyjadřovaly hluboké pravdy. Nejen jeho slova, ale i jeho činy, zejména zázraky, které poukazovaly na jeho identitu a zjevovaly Boží moc, byly komunikací (srv. *Evangelii nuntiandi*, 12). Z jeho řeči byla zřejmá úcta k posluchačům, pochopení jejich situace a potřeb, soucit s jejich utrpením (srv. *Lk* 7,13) a pevné touha sdělit jim to, co potřebovali slyšet, způsobem, který upoutal jejich pozornost a pomáhal jim přijímat poselství jeho slov bez nátlaku a kompromisů, klamání a manipulace. Vybízeli ostatní k tomu, aby mu otevřeli svou mysl a své srdce, protože věděl, že tak budou přivedeni k němu a k Otci (srv. *Jan* 3,1-15; 4,7-26).

Ježíš učil, že komunikace je morální akt: „Ústa přece mluví to, čeho je srdce plné. Dobrý člověk vydává z dobré pokladnice věci dobré, a špatný člověk vydává ze špatné pokladnice věci špatné. Ale říkám vám: i z každého neužitečného slova, které lidi pronesou, musí v soudný den vydat účty, protože podle svých slov budeš prohlášen za spravedlivého a podle svých slov budeš odsouzen“ (*Mt* 12, 34-37). Přísně varoval před pohoršováním „maličkých“ a prohlásil, že kdo by tak učinil, „pro toho by bylo lépe, aby mu uvázali na krk mlýnský kámen a hodili ho do moře“ (*Mk* 9,42; *Mt* 18,6; *Lk* 17,2). Byl bez jakékoli poskvrny, člověk, o němž by se dalo říci, že „nikdo od něho neslyšel nic neupřímného“, a navíc „když mu spílali, on jim to spíláním neodplácel, když trpěl, nevyhrožoval, ale ponechal vše tomu, který soudí spravedlivě“ (*1 Petr* 2,22-23). Kládl velký důraz na to, aby lidé byli upřímní a opravdoví,

odsuzoval pokrytectví, nepoctivost, jakoukoliv nečestnou a zvrácenou komunikaci: „Ale vaše řeč ať je: ano, ano ne, ne. Co je nad to, je ze Zlého“ (Mt 5,37).

33. Ježíš je pro nás vzorem a příkladem komunikace. Pro všechny, kdo pracují v oblasti sdělovacích prostředků, ať už jsou to lidé s rozhodovací pravomocí, pracovníci v médiích či jejich uživatelé, vyplývá jasný závěr: „Proto nechte lhaní a každý mluvte se svým bližním pravdu. Patříme přece k sobě všichni jako údy. Ať vám z úst nevychází žádná ošklivá řeč, ale mluvte jen taková slova, která mohou prospět k duchovnímu prospěchu tam, kde je toho třeba“ (Ef 4, 25,29). Služba člověku, budování lidského společenství založeného na solidaritě, spravedlnosti a lásce, vyslovení pravdy o lidském životě a jeho konečném naplnění v Bohu byly, jsou a zůstanou jádrem etiky ve sdělovacích prostředcích.

Ve Vatikáně dne 4. června 2000, Světový den sdělovacích prostředků.

John P. Foley
Předseda

Pierfranco Pastore
Tajemník