

Mediji i evangelizacija

Jurković, Gabriela

Master's thesis / Diplomski rad

2019

Degree Grantor / Ustanova koja je dodijelila akademski / stručni stupanj: **University North / Sveučilište Sjever**

Permanent link / Trajna poveznica: <https://um.nsk.hr/um:nbn:hr:122:081375>

Rights / Prava: [In copyright](#)/[Zaštićeno autorskim pravom.](#)

Download date / Datum preuzimanja: **2024-12-25**



Repository / Repozitorij:

[University North Digital Repository](#)





Sveučilište Sjever

Diplomski rad br. 3_NOVD_2019

Mediji i evangelizacija

Gabriela Jurković, 0619/336D

Koprivnica, rujan 2019. godine



Sveučilište Sjever

Odjel za komunikologiju, medije i novinarstvo

Diplomski rad br. 3_NOVD_2019

Mediji i evangelizacija

Studentica

Gabriela Jurković, 0619/336D

Mentorica

Gordana Tkalec, doc. dr. sc.

Koprivnica, rujan 2019.

Sažetak

Zadnjih je godina primijećen porast vjerskih medija u hrvatskom medijskom prostoru. Odnos Katoličke Crkve i medija mijenjao se je tijekom povijesti, a da je riječ o važnom odnosu potvrđuje i činjenica da je komunikacija ključna za ispunjavanje temeljne zadaće Crkve – evangelizacije. Cilj je ovoga rada definirati pojam medija i njihovu ulogu u društvu te na temelju toga protumačiti i odnos Katoličke Crkve i medija; u radu će biti analizirani određeni vjerski mediji prema definiranim kategorijama te će se na taj način utvrditi njihove sličnosti i razlike, ali i doprinos medijskom sadržaju u hrvatskom medijskom prostoru. Na kraju rada bit će predstavljeni rezultati istraživanja o tome kako čitatelji percipiraju vjerske medije te što vide kao prednosti i nedostatke istih.

Ključne riječi: evangelizacija, hrvatski medijski prostor, istraživanje, Katolička Crkva, mediji

Summary

In recent years there has been an increase in number of religious media in the Croatian media space. The relationship between the Catholic Church and the media has changed over the course of history and the fact that communication is crucial for the fulfillment of the Church's fundamental mission of evangelization confirmed the importance of their relationship. The aim of this paper is to define the notion of the media and their role in society, and on this basis to interpret the relationship between the Catholic Church and the media; the paper will analyze certain religious media according to the defined categories, thus determining their similarities and differences, as well as their contribution to media content in the Croatian media space. At the end of the paper will be presented the results of the research on how readers perceive religious media, and what they see as its advantages and disadvantages.

Key words: evangelization, Croatian media space, research, Catholic Church, media

Sadržaj

1. Uvod	1
2. O medijima.....	2
2.1. Definicija i uloga u društvu	2
2.2. Novi mediji	3
2.3. Promjena ljudske komunikacije	5
2.4. Hrvatski medijski prostor	6
3. Crkva i mediji	8
3.1. Katolička Crkva i (nova) evangelizacija	8
3.3. Poziv na dijalog i novo shvaćanje medija	11
3.4. Medijski jezik i jezik navještaja (evangelizacije)	12
3.5. Slika Crkve u javnosti	13
3.5. Crkva i novi mediji.....	14
3.5.1. Vjera u virtualnom prostoru	15
3.5.2. Digitalna religija	16
3.6. Papa Franjo i otvorenost prema svijetu medija.....	17
3.6.1. Značajke komunikacije pape Franje	18
4. Vjerski mediji u hrvatskom medijskom prostoru	21
4.1. <i>Laudato televizija</i>	21
4.1.1. Izdavač i financiranje	21
4.1.2. Djelatnici	21
4.1.3. Emisije i program	21
4.1.4. Molitveni sadržaji	26
4.1.5. Vijesti iz Vatikana i HBK	27
4.1.6. Dodatni sadržaji.....	27
4.2. <i>Portal Book.hr</i>	27
4.2.1. Izdavač i financiranje	27
4.2.2. Djelatnici	28
4.2.3. Struktura portala	28
4.2.4. Molitveni sadržaji	29
4.2.5. Vijesti iz Vatikana i HBK	29
4.2.6. Dodatni sadržaji.....	29
4.3. <i>Portal Bitno.net</i>	30
4.3.1. Izdavač i financiranje	30
4.3.2. Djelatnici	30
4.3.3. Struktura portala	30

4.3.4. Molitveni sadržaji	31
4.3.5. Vijesti iz Vatikana i HBK	31
4.3.6. Dodatni sadržaji	31
4.4. <i>Radio Marija</i>	31
4.4.1. Izdavač i financiranje	32
4.4.2. Djelatnici	32
4.4.3. Program	33
4.4.4. Molitveni sadržaji	43
4.4.5. Vijesti iz Vatikana i HBK	43
4.4.6. Dodatni sadržaji	44
4.5. <i>Glas Koncila</i>	44
4.5.1. Izdavač i financiranje	44
4.5.2. Djelatnici	44
4.5.3. Sadržaj lista	45
4.5.4. Molitveni sadržaji	46
4.5.5. Vijesti iz Vatikana i HBK	46
4.5.6. Dodatni sadržaji	46
4.6. <i>Mali koncil – MAK</i>	46
4.6.1. Izdavač i financiranje	47
4.6.2. Djelatnici	47
4.6.3. Sadržaj časopisa	47
4.6.4. Molitveni sadržaji	49
4.6.5. Vijesti iz Vatikana i HBK	49
4.6.6. Dodatni sadržaji	49
5. Rezultati ankete	50
6. Zaključak	54
Literatura	56

Uvod

Čovjek kao društveno biće ima potrebu za komuniciranjem i informiranjem, što pridonosi njegovu osobnu razvoju. U tom kontekstu važnu ulogu imaju mediji. Komunikacija je i temelj evangelizacije koja je u svojoj biti upravo to. Ako se uzme u obzir da evangelizacija bez komunikacije ne postoji, do izražaja dolazi važnost i uloga medija u ispunjavanju te važne, ključne zadaće Katoličke Crkve.

Slika Crkve oblikuje se kroz medije, a da su oni važni posrednici u širenju Radosne vijesti potvrđuje i činjenica da je zadnjih nekoliko papa govorilo i pisalo upravo o tome. Prepoznali su medije kao Božji dar koji pomaže Crkvi da se približi suvremenom čovjeku i njegovim potrebama. Otvaranje Crkve svijetu medija i suočavanje s izazovima koje isti nose, rezultiralo je formiranjem brojnih vjerskih medija, ne samo u Hrvatskoj nego i u svijetu. U Hrvatskoj danas izlaze novine i časopisi vjerske tematike, nekoliko je radija posvećenih vjerskim sadržajima, pokrenuta je i prva televizija koja promiče kršćanske i obiteljske vrijednosti, a sve je više i vjerskih portala.

Cilj je ovog diplomskog rada definirati pojam medija i njihovu ulogu u društvu te na temelju toga protumačiti i odnos Katoličke Crkve i medija. Poznato je da se je Crkva tek u novije vrijeme otvorila svijetu medija, stoga je važno i to uzeti u obzir prilikom analize. Nadalje, drugi dio rada usmjeren je na analizu vjerskih medija u hrvatskom medijskom prostoru; u radu će se analizirati odabrani mediji (*Laudato televizija, Glas Koncila, Mali koncil – MAK, portali Bitno.net i Book.hr, Radio Marija*), prema definiranim kategorijama (osnovne informacije, izdavač, financiranje, struktura/sadržaj, prisutnost molitvenog sadržaja i vijesti iz Vatikana i HBK te dodatni sadržaji). Analizom vjerskih medija dobit će se jasnija slika o tome kako se mediji koriste u službi evangelizacije, kako su strukturirani i kakvi se sadržaji nude konzumentima.

U zadnjem dijelu rada bit će predstavljeni rezultati istraživanja u kojem je sudjelovalo 859 ispitanika. Anketni upitnik proveden je putem društvene mreže *Facebook*, s ciljem da se dobije uvid o tome kojeg su spola i dobi prosječni čitatelji vjerskih medija, kakvi su stavovi pojedinaca o vjerskim sadržajima u medijima te što vide kao prednosti i nedostatke istih.

O medijima

2.1. Definicija i uloga u društvu

Jedno od temeljnih prava svake osobe jest pravo na informaciju. Upravo putem informiranja, pojedinac se izgrađuje i sudjeluje u društvenom životu. Medijski i komunikacijski sustavi u tom su kontekstu važni jer omogućuju ili olakšavaju informiranje (Valković 2009).

Masovni mediji - tisak, radio i televizija sastavni su dio suvremenog društva. Njihova sve veća uporaba dovela je do masovnog komuniciranja koje izravno i neizravno djeluje na znanje, mišljenje, stavove, nazore, osjećaje i ponašanje. Uvođenje masovnih medija ubrzalo je modernizaciju društva a njezine su posljedice sekularizacija, međuovisnost u društvu, uvođenje masovnih i novih medija (internet), porast različitih mišljenja i slično. Mediji, kao sredstva masovne komunikacije, služe informiranju, zabavljanju, poučavanju, ali i nameću određeno mišljenje (Malović 2005).

Odnos medija i društva višeslojan je i složen, ali i određuje i odnose u društvu. Mediji nisu iznad ni izvan društva – kakvo je društvo, takvi su i mediji. Novine, televizija, radio, knjige, film i sl., proizvodi su industrije kulture kojima se pridaje velika važnost u stvaranju dojmova, doživljaja i osjećaja koji nam omogućuju razumijevanje svijeta. Ipak, mediji 21. stoljeća usmjereni su prema izmišljenoj stvarnosti; virtualna stvarnost na taj način postaje nešto što je svakodnevno prisutno u domovima, a doživljava se kao stvarni događaj (Malović 2007).

Mediji nisu samo puki čimbenik prijenosa informacija; oni aktivno sudjeluju u konstrukciji društvene, političke, ekonomske, kulturalne i svake druge realnosti. Oni ujedno i proizvode te stvarnosti. Akteri koji se pojavljuju u civilnom društvu su „mediji, vođe mnijenja, društveni pokreti, društvene mreže, nevladine udruge, aktivisti, interesne grupe, korporacije“ (Hendriks 2006:500 u Malović 2014). Društvo se danas, prema Maloviću (2014), može definirati kao sustav koji je sastavljen od svih doživljaja i radnji koji se prenose u komunikacijskom procesu, a pod masovnom komunikacijom podrazumijeva se to da komunikatoru masovni mediji služe kako bi mogao komunicirati s brojnijom publikom.

James Callaghan autor je teze o medijima koji su zrcalo društva¹ (Hromadžić 2014). Današnje se društvo naziva „masovnim“ prema karakteristikama publike: ona je mnogobrojna,

¹ Pod tim se misli da su „mediji dio društvene realnosti koji doprinose njezinim obrisima, logici i smjernicama njezina razvoja pomoću socijalno artikuliranog načina putem kojeg mediji oblikuju naše percepcije“ (Bennet 1982:286 u Hromadžić 2014).

obuhvaća gotovo sve pripadnike nekoga društva, istaknuta je anonimnost, dok je interakcija slaba. Jedna od značajki je i niska razina obrazovanja (Valković 2009).

Najutjecajniji medij današnjice svakako je internet. Kada se je pojavio na tržištu, nastupilo je razdoblje brojnih promjena. Tiskani mediji dobili su konkurenciju kojoj su, kako je vrijeme odmicalo, sve teže mogli parirati. McCesney tvrdi da je internet „oduzeo ekonomsku bazu komercijalnom novinarstvu“, a posebice se tu misli na novine. Oglašavanje kojim se financirala većina medija koji su prenosili informacije do šire javnosti, u internetu je dobilo snažnu konkurenciju, što se je očitovalo u padu uloženog novca na reklame u tisku. Nadalje, čitatelji koji su do pojave interneta morali platiti za tiskano izdanje novina, na internetu mogu besplatno doći do neusporedivo većeg broja informacija i to besplatno. Novine nisu jedini medij koji je ugrozila pojava interneta, već su svi ostali informativni mediji na nekom stupnju raspada (McCesney 2015:212). Mediji kakve smo poznavali svoj spas mogu pronaći u prelasku na internet i traženju načina kako opstati u *online* svijetu (Edmonds, Guskin, Rosenstiel 2011 u McCesney 2015).

Neupitna je važnost medija u izgradnji demokratskoga društva. Otvarajući prostor za javne rasprave mediji potiču izgradnju participativne demokracije. Mediji također imaju i izuzetno važnu ulogu u realizaciji prava na slobodu govora u društvu. Premda informacije neprestano kruže, tek u medijima se o njima raspravlja (McGonagle i Eijk 2014). Mediji se smatraju četvrtim stupom demokracije. Njihova je uloga od velike važnosti za oblikovanje demokratskoga društva, jer, osim što prenose nove informacije, oni detektiraju probleme koji se javljaju u društvu i tako indirektno potiču i one koji su na vlasti, kao i ostale pripadnike istoga društva na promišljanje o njima. Ono što se od medija očekuje jest da budu prisutni u svim segmentima društva i da se u okviru njihova djelovanja poštuju etički i profesionalni standardi (Kumar 2016).

2.2. Novi mediji

Krajem 20. stoljeća, uz tradicionalne, masovne medije, javljaju se i takozvani „novi mediji“ (Kolucki i Lemish 2013). Pojam novih medija nije jednostavno definirati; granica s tradicionalnim medijima još nije čvrsto postavljena. Novi su mediji, svojim karakterističnim obilježjima, utjecali na brojne segmente suvremenoga društva. S obzirom da se radi o relativno novoj pojavi, to područje još uvijek nije dovoljno istraženo (Labaš 2009). Medijska pedagogija i sociologija dale su nešto veći doprinos u istraživanju toga područja.

Novi mediji imaju važnu ulogu u komunikaciji suvremenoga čovjeka. Razvoj novih medija započeo je u posljednjem desetljeću dvadesetoga stoljeća, uz već postojeće masovne medije. Zbog posebnih obilježja naziva ih se „novim medijima“ ili *new media*. Još se uvijek ne može sa sigurnošću tvrditi gdje se nalazi granica između novih i starih medija, i kako ih definirati. Kompleksnost odgovora na pitanje kako definirati nove medije potvrđuje se i brojnim nazivljem, među kojima su i sljedeći pojmovi: virtualni mediji, *cybermedia*, hipermediji, interaktivni mediji... Uz nove se medije javljaju dva važna pitanja: Kako ih definirati te po čemu su oni i zašto su „novi“? Kada su se počeli otkrivati novi mediji, uočeno je da su mnoge karakteristike koje im se pripisuju već ranije postojale; jedan od primjera koji se često navodi svakako je lakoća uspostavljanja kontakata s osobama u cijelome svijetu. Ta se mogućnost najčešće pripisuje elektroničkoj pošti, a isto je bilo moguće putem telefona ili poštom. Uzimajući u obzir raznolikost perspektiva i tumačenja, sam naziv „novi mediji“ može se koristiti bez da se odrede stroge granice između starih i novih medija. Važnije je, dakako, izdvojiti važna obilježja novih medija, na osnovu kojih se može i promišljati o njihovu utjecaju na promjene u međuljudskoj komunikaciji (Labaš 2009).

Jedno od obilježja novih medija jest i digitalnost – podaci se obrađuju u digitalnom obliku. U teoriji, digitalizirati neku informaciju znači prikazati ju preko niza brojki – najčešće je riječ o binarnim brojkama, odnosno bitovima. Tako pretvorena informacija može se jednostavno prerađivati na različite načine. Multimedijalnost je drugo obilježje novih medija. Pod pojmom multimedijalnost podrazumijeva se raščlanjivanje sadržaja preko čujnih i izražajnih kanala (zvukova, grafike, slika, tekstova). Kao jedna od posebnih značajki multimedijalnosti izdvaja se integracija raznih kodova, što ukazuje na slobodu autora u načinu izražavanja, bez strogih tehničkih ograničenja. Treća značajka novih medija je interaktivnost. To je obilježje dvoznačno, posebice ako se dovodi u vezu sa sociološkim poimanjem pojma interakcije. Gotovo je nemoguće zamisliti da bi se interaktivnost novih medija mogla shvatiti na isti način kao i razgovor licem u lice dviju osoba. Interaktivnost kod novih medija može se definirati kao mogućnost medija da korisniku dopusti da utječe na sadržaj i/ili formu posredovane komunikacije (Labaš 2009).

Hipertekstualnost još je jedna značajka novih medija. „Hipertekstualni dokumenti su skupovi informacija izraženi u tekstualnom obliku čiji su dijelovi logički povezani s dijelovima nekih drugih takvih dokumenata pohranjenih u memoriji istog ili nekog drugog umreženog računala. Analogno tome, pod pojmom hipermedijskoga dokumenta podrazumijeva se skup srodnih informacija, iskazanih u tekstualnom, grafičkom, video i/ili zvučnom obliku, koje se

odnose na neki (složeni) objekt, a koje se također mogu po volji povezivati... World Wide Web se može smatrati hipermedijskim sustavom bez ikakvih ograničenja“ (Panian 2001:54-55 u Tkalec 2009).

2.3. Promjena ljudske komunikacije

Medijska se slika svijeta mijenja, a temelj te promijene jest digitalizacija koja je utjecala na nosače zapisa i njihovu distribuciju. Nadalje, zahvaljujući razvoju interneta, definiran je novi medijski prostor koji je svojom pojavom potaknuo stare medije na velike promjene. Sve te promjene utjecale su i na konzumente medija, koji više nisu samo pasivni primatelji ponuđenih sadržaja već svojom aktivnošću utječu na oblikovanje istih (Mučalo i Šop 2007).

Novi su mediji uveli nove modele komunikacije i tako stvorili modalitete interakcije koji se uvelike razlikuju od tradicionalne komunikacije. Isto tako, korištenje novih medija utjecalo je na promjenu odnosa između subjekta i informatičkih tehnologija; pojavom interneta osobno se računalo postupno integriralo prvo u različite medije (telefon, radio...), a potom i u naše okruženje. Ogledni primjer za to jest računalno posredovana komunikacija. Uporaba računalno posredovane komunikacije proširila se na brojna područja – posao, obrazovanje, ali i u rekreativne svrhe. Računalno posredovana komunikacija smatra se hibridnom. Preko računala može se na privatni način komunicirati i preko elektroničke pošte – ta se komunikacija naziva interpersonalnom. Osim nje, postoji i kolektivna višesmjerna komunikacija u kojoj se svi mogu obratiti većem broju sugovornika, za što kao primjer može poslužiti *online* formu (Labaš 2009).

Osamdesetih godina prošloga stoljeća započela su istraživanja računalno posredovane komunikacije i to na području socijalne psihologije. Ta su istraživanja bila usmjerena otkrivanju utjecaja računalno posredovane komunikacije na organizacijskom području; pronalaženje najprikladnije strategije za implementiranje komunikacijskih mreža u tvrtkama također je bio jedan od zadataka spomenutih istraživanja. Pozornost je bila usmjerena na računalno posredovanu komunikaciju s ciljem postizanja što boljih rezultata, povećanja proizvodnje dobara i usluga, ali i općenite organizacijske učinkovitosti. Jedno od glavnih pitanja koja su si postavili prvi istraživači računalno posredovane komunikacije bilo je – koji su najbolji učinci jednostavne i brze komunikacije? Drugo važno pitanje odnosilo se na neverbalne komunikacijske kodove: „Ne nosi li komunikacija koja se u potpunosti temelji na tekstu (i kojoj, dakle, nedostaju osmijesi, klimanje glavom, ton glasa, pogled i ostala neverbalna ponašanja) u sebi opasnost nedovoljne koordinacije onih koji u njoj sudjeluju?“.

Neki od neverbalnih komunikacijskih kodova koje računalno posredovana komunikacija filtrira oni su koji se odnose na informacije vezane sa statusom i prestižom; prema tomu, može li se reći da se u računalno posredovanoj komunikaciji manje primjećuje razlika moći? Osjećaju li se osobe anonimnijima jer nisu dostupne informacije o vlastitom tijelu ili identitetu? Može li se govoriti o postojanju normi koje bi dale društvenost online komunikaciji? Ako da, je li riječ o novim normama ili već postojećim, koje su preuzete iz komunikacijskih konteksta (Labaš 2009:22)?

Struja istraživanja *Reduced social cues*, koja predstavlja prvu generaciju istraživanja, tvrdi da je računalno posredovana komunikacija društveno siromašna. Pri tome se prvenstveno misli da je taj model komunikacije siromašan informacijama vezanim s društvenim kontekstom u kojem se ona odvija. Nadalje, u njoj se osjeća nedostatak prihvaćenih normi koje u pravilu usmjeravaju razvoj komunikacije. Zamijećen je i nedostatak *feedbacka*, što je vidljivo iz nemogućnosti razumijevanja poruke, dok komunikacijski stil postaje slobodniji i neosoban upravo zbog brzine elektroničkog medija i već spomenutog nedostatka normi. Anonimnost u računalno posredovanoj komunikaciji pojačava proces deindividualizacije i polarizacije skupine, što dovodi do antidruštvenih ponašanja. Računalno posredovana komunikacija učinkovita je kada se radi o prenošenju preciznih i točnih informacija, ali je, s druge strane, siromašna društvenim aspektima odnosa među sugovornicima. Aktualan problem unutar računalno posredovane komunikacije jest pojava agresivnog e-komuniciranja. Neki su tu pojavu pripisivali tehnološkom obilježju e-komuniciranja, kojeg karakterizira anonimnost s kojom se vezuje implikacija manje razine svijesti o prisutnosti drugih osoba u interakciji. Takav način komunikacije može odvesti u problematičan tip interakcije u kojem svaki sudionik opaža samo sebe, zaboravljajući na druge koji sudjeluju u komunikaciji. Računalno posredovane poruke zbog nejasnog konteksta u komunikaciji, ili zbog neusklađenosti ili nepoznavanja normi pošiljatelja i primatelja, smatraju se agresivnima. Na kraju, može se reći, razumijevanje računalno posredovane komunikacije u velikoj mjeri ovisi o korisnicima i njihovu razumijevanju što mogu očekivati od takvog načina komunikacije i što njome žele postići. Kao primjer mogu poslužiti forumi na kojima članovi komuniciraju bez uvreda ili neprimjerenih komentara, upravo zato što su tako odlučili (Labaš 2009).

2.4. Hrvatski medijski prostor

Hrvatski je medijski prostor kompleksno područje koje obuhvaća brojne medije i različite institucije, ali i one kojima je medijska poruka upućena – konzumente. Zahvaćen je procesima koje cijelo društvo prolazi u razdoblju (post)tranzicije i može se reći da još uvijek traga za

vlastitim identitetom. Kao što je slučaj u drugim srednjoeuropskim zemljama, tako je i u Hrvatskoj vidljivo to da se u medijskom prostoru isprepliću politička, tržišna i medijska sfera. U organizaciji medijskoga prostora sve veću važnost dobiva načelo supsidijarnosti (pripomoći). Ono polazi od osobe, naglasak stavlja na društvenosti i važnost hijerarhizacije u okviru društvenih odnosa (Valković 2009).

Dva su, prema Valkoviću (2009:113), temeljna problema u hrvatskom medijskom prostoru: „komercijalizacija medijskoga prostora“ i „stvaranje koncentracija kao opasnost pluralizmu te imperativ efikasnosti i profita kao stalna prijetnja autonomnosti novinara i njihove profesije“. U oblikovanju medijskoga prostora važna je uloga vlasnika medija i onih koji na bilo koji način utječu na oblikovanje medijske politike.

Crkva i mediji

3.1. Katolička Crkva i (nova) evangelizacija

Katolička Crkva (lat. *Ecclesia Catholica*) kršćanska je crkva koja nauk temelji na dvadeset i jednom ekumenskom koncilu. Obuhvaća Rimokatoličku Crkvu i s njom sjedinjene istočne katoličke crkve (18 crkava). Sjedište joj je u Rimu s vrhovnim poglavarom papom a vrhovno se upravno tijelo naziva Sveta stolica. Značajke po kojima se Katolička Crkva razlikuje od drugih kršćanskih vjeroispovijesti jesu priznavanje Papina primata, strogo hijerarhijsko i čvrsto juridičko uređenje, poštovanje predaje (a ne samo Svetoga pisma) kao vrela objave, apsolutna vjera u dogme, obveza prisustvovanja liturgiji i primanja sakramenata te celibat svećenika. Katolička Crkva svojim utemeljiteljem smatra Isusa Krista, a sebe drži izravnom nasljednicom prve crkve apostolskih vremena i prvih stoljeća, doba crkvenih otaca.²

Crkva je od samih početaka ispunjala svoju zadaću navještenja Radosne vijesti (evangelizirala), no sam pojam *evangelizacije* upotrebljava se tek od Drugog vatikanskog sabora. Riječ *evangelizacija* dolazi od grčkog glagola *euangelizo* koji znači *donijeti* ili *donositi Radosnu vijest*. Rijetko je tko prije sedamdesetak godina bio upoznat s tim pojmom. Anton Bozanić razloge vidi u ustaljenom statičkom poimanju kršćanstva na Zapadu (posebice nakon Tridentskog sabora), ali i u činjenici da se taj pojam vezuje uz protestantizam, i to poglavito uz evangeličke denominacije koje nisu bile prijateljski usmjerene prema katolicima. Na suvremeno promoviranje i otvorenost prema evangelizaciji velik su utjecaj imali naglašena sekularizacija posljednjih stoljeća i dekristijanizacija, kao i pluralističko shvaćanje stvarnosti. Drugi vatikanski sabor svojevrsna je prekretnica – javlja se novi stil i novi jezik evanđelja, što je važno za uspješnu evangelizaciju (Bozanić 1998).

Nakon promjena koje su nastupile Drugim vatikanskim saborom, evangelizacija je postala sinonimom za cjelokupnu zadaću, odnosno misiju Crkve. O tome koliko je evangelizacija u Crkvi ozbiljno shvaćena govori i podatak da je papa Pavao VI. za temu sinode biskupa 1974. godine izabrao „Evangelizaciju u suvremenom svijetu“. Na istoj su sinodi prikupljeni materijali za apostolsku pobudnicu *Evangelii nuntiandi* (dalje u tekstu *EN*), koja je postala temeljem današnjeg evangelizacijskog razmišljanja i djelovanja (Bozanić 1998). Papa je u evangelizaciji tako prepoznao najdublji identitet Crkve; ona, prema njemu, postoji isključivo kako bi evangelizirala (*EN* 14 prema Bozanić 1998). Nasljednik pape Pavla VI., Ivan Pavao

² *Katolička Crkva*. Dostupno na: <http://www.enciklopedija.hr/natuknica.aspx?id=30901> (Zadnje gledano 17. kolovoza 2019.)

II., nastavio je s onim što je njegov prethodnik započeo. Tako se od 1983., u vrijeme pontifikata Karola Wojtyły, počinje spominjati pojam „nove evangelizacije“. Zašto je bila potrebna nova evangelizacija? Jer je ona prva izgubila na svom intenzitetu (Shorter 1994 u Bozanić 1998). Papa je zahtijevao novi žar i novu energiju u evangelizaciji, ali i da se stilom i jezikom prilagodi suvremenom čovjeku (Dulles u Bozanić 1998).

Nova je evangelizacija, tako, prema Papinim riječima, trebala ući obitelj, kulturu, politiku, znanost tehnologiju, a tiče se i aktualnih pitanja na globalnoj razini, kao što su mir, odgoj, sloboda, ljudska prava, opće dobro... (Bozanić 1998). S obzirom da je evangelizacija zadaća svih kršćana, ne samo posvećenih osoba i da bi, prema riječima Ivana Pavla II., trebala ući u sva životna područja, mediji su jedan od učinkovitijih sredstava (s obzirom na njihove mogućnosti) u realizaciji ove važne zadaće Crkve.

U teološkim se je krugovima tek u novije vrijeme počelo govoriti o medijima i komunikaciji. Jedan od razloga smanjenog interesa Crkve za medije Valković vidi u tome što „mediji nastaju unutar društva koje je prema kršćanstvu bilo ravnodušno ili mu se otvoreno protivilo“. Da bi se mogao razumjeti odnos Crkve i medija, potrebno je sagledati širu sliku – s posebnim naglaskom na odnos Crkve i društva. U novije se vrijeme posviješćuje važna činjenica, posebno vidljiva u pastoralnoj smjernici *Aetatis novae*, a ta je da je i sama Crkva zahvaćena procesima komunikacije. Suživot Crkve i medija tako treba promatrati kao dinamičan proces, hod od „početnog nepovjerenja i suzdržanosti pred medijima preko isticanja njihove neutralnosti pa sve do poziva na suradnju“ (Valković 2017:418).

Ako se promotri utjecaj medija na Crkvu i vjernike, kao i utjecaj vjerskih medija na društvo, važno je naglasiti da svaki medij utječe na konzumente i njihovo ponašanje. Utemeljitelji raznih religija bili su dobri komunikatori, u načelu se može reći i dobri govornici, a služili su se medijima svoga vremena kako bi uspostavili komunikaciju. Komunikacija današnje Crkve trebala bi također biti dvosmjerna – prema van i prema unutra. Da bi se razvila komunikacija prema van, potrebno je da se razvije i ona unutar Crkve. Samo ako su obje komunikacije kvalitetne, glas Crkve moći će se čuti i izvan zidova institucije. Mediji nude Crkvi mogućnost da Radosnu vijest ponudi javno i tako privuče pozornost vjernika, ali i onih koji to još nisu. Također, na taj se način privlači pozornost i na druge dimenzije vjerskoga života. Nadalje, mediji mogu poslužiti i kao sredstvo za pripremanje i kreiranje neposrednoga kontakta i razmjenu informacija (Bogešić 2019).

Veća promjena u odnosu Crkve prema medijima nastupila je izumom tiska, što se je reflektiralo i na drugim razinama. Premda je Crkva tada reagirala cenzurom i bila posebno osjetljiva na invaziju slobodnog mišljenja, ona elektroničkim medijima pristupa s puno većom otvorenosću a jedan od razloga koji se navode jest taj da se na medije gledalo kao na tehnička sredstva koja služe za prenošenje poruke, ali ne utječu na nju. Analizirajući pristup³ Crkve prema medijima, izdvajaju se dva temeljna: prvi, koji se odnosi na njihovo pastoralno značenje u pastoralnom djelovanju, te drugi koji provjerava moralnost sadržaja (Valković 2017). No, da bi se mediji ispravno koristili, potreban je odgoj za njihovo korištenje.

Tek Drugim vatikanskim saborom otvorena je nova, optimističnija perspektiva pogleda na svijet medija; na tome se je saboru prvi puta raspravljalo o komunikaciji, a plod je, između ostaloga, bio i *Dekret o sredstvima društvenog priopćavanja*. Premda se u dokumentu mogu pronaći i naznake utjecaja medija na kulturu, dominantnije je bilo instrumentalno shvaćanje medija. U dekretu je potaknuta godišnja proslava Dana sredstava društvenih komunikacija, čije se je obilježavanje zadržalo do danas. Da bi se mogao bolje razumjeti odnos Crkve i medija, neizostavan je i pastoralni naputak *Communio et progressio* iz 1971. godine. Taj je dokument svojevrsni nastavak koncilskog dekreta *Inter Mirifica*, jer je već u njemu određeno da se donesu pastoralne smjernice o toj temi. U njemu su Crkva i mediji prikazani kao sugovornici pozvani na dijalog, koji se trebaju međusobno na taj način obogaćivati (Valković 2017). Nakon pojave elektroničkih medija i njihovim širenjem, do izražaja sve više dolazi formativno-edukativna uloga medija, što je u raskoraku s dotadašnjim instrumentalnim shvaćanjem istih (Valković 2011).

Vjerski bi mediji trebali informirati i formirati, odnosno poučiti, te pokušati okupiti korisnike istih. Zadatak svjetovnih medija nije da obogate ili unaprijede identitet vjerske zajednice, to je zadatak vjerskih medija. Peran kao jednu od slabosti vjerskih medija navodi to da nije riječ o velikim televizijskim, radijskim i novinskim kućama te da je, uz to, niska čitanost, gledanost i slušanost (Peran 2018). Stoga se, kada je riječ o ovim medijima, naglasak stavlja više na njihov doprinos i razvoj na stručnom i etičkom području, nego li na njihovu ne dominaciju u medijskom prostoru (Vigano 2018 u Peran 2018). Od novinara u vjerskim medijima, jednako kao i od crkvenih djelatnika, očekuje se da budu spremni na dijalog, da informacije budu dostupne, jasno izrečene stavove, transparentnost u djelovanju te suvremenost u medijskom

³ Da je riječ o instrumentalnom shvaćanju medija potvrđuje i govor pape Pija XI. prilikom otvaranja *Radio Vatikana*. Tadašnji poglavar Katoličke Crkve u radiju je prepoznao „sredstvo koje omogućuju prenošenje Radosne vijesti sve do najudaljenijih krajeva zemlje“ (ASS 1931:65-70 u Valković 2017:420).

govoru. Od njih se očekuje neprestana otvorenost prema medijima, čak i onda kada se može pretpostaviti da neće biti dobronamjerni prema Crkvi (Peran 2018).

3.3. Poziv na dijalog i novo shvaćanje medija

Uočljivo je da se odnos Crkve i medija može promatrati kao odnos dviju različitih kultura, pri čemu je prisutan poziv na dijalog. Da bi se moglo govoriti o autentičnom dijalogu, potrebno je uzeti u obzir „posebnosti kulture medija i kulture koju je Crkva oblikovala tijekom stoljeća: Gajenje sjećanja, koje je Crkvi vlastito, može bavljenje javnih glasila prolaznim vijestima spasiti od zaborava koje nagriza nadu; javna glasila mogu, pak, sa svoje strane pomoći Crkvi naviještati evanđelje u cijeloj njegovoj trajnoj svježini, u stvarnoj ljudskoj svakodnevnici. Gajenje mudrosti koje je Crkvi vlastito, može izbjeći da gajenje izvješćivanja urodi besmislenim gomilanjem činjenica; dok sredstva društvenog saobraćanja mogu pomoći crkvenoj mudrosti da bude pozorna pred uvijek novim spoznajama koje probijaju u naše doba. Crkveno gajenje radosti može kulturu rasonode što ju gaje javna glasila, spasiti da ne postane bezdušni bijeg od istine i odgovornosti; sredstva društvenog priopćavanja mogu Crkvi pomoći da bolje shvati kako privlačnije i ugodnije saobraćati s osobama. Eto samo nekih primjera kako tijesna suradnja u duhu prijateljstva i na dublje razine može pomoći i Crkvi i javnim glasilima služiti i muškarcima i ženama našega doba u traženju smisla i samoostvarivanja“ (Ivan Pavao II. 1999:3 u Valković 2017:424). Ivan Pavao II. složio se je da je sukobljavanje između crkvene kulture i kulture javnih glasila veliko, no da, isto tako, te razlike ne bi trebale onemogućavati prijateljstvo i dijalog.

Nasljednici Ivana Pavla II. nastavili su poticati na dijalog s medijima. Valković (2017:424) je uočio nekoliko stvari koje su bile konstanta u naučavanju trojice papa: „poziv na smjeli ulazak u svijet medija, opredjeljenje za dijalog s (medijskom) kulturom te nastojanje oko poznavanja temeljnih značajki medija“. Među pozivima ponajviše se je isticao poziv na ulazak u svijet interneta, u kojem se može susresti čovjeka i uključiti se u život društva u cjelini.

Sveti Ivan Pavao II. učinio je značajan korak ka novom shvaćanju medija. Tako je rekao: „Prvi areopag današnjeg vremena jest svijet komunikacije. (...) Uporabom društvenih sredstava komuniciranja ne želi se navještaj samo proširiti: riječ je o dubljoj činjenici da o njihovu utjecaju ovisi većim dijelom sama evangelizacija. Nije dakle dovoljno upotrebljavati ih za širenje kršćanske poruke i nauk crkvenog učiteljstva, nego samu poruku treba ugraditi u tu novu kulturu koju stvara suvremeno komuniciranje. To je složeno pitanje jer se ta nova

kultura rađa, prije negoli iz sadržaja, iz same činjenice da postoje novi načini priopćivanja novim jezicima, novim tehnikama i novim psihološkim ponašanjima“ (Ivan Pavao II. 1999. u Valković 2011:677). O važnosti komunikacije za Crkvu govori i činjenica da pismena komunikacija kojom je Crkva komunicirala u prošlosti, utjecala na oblikovanje načina razmišljanja i unutar nje same, ali i zapadne kulture. Medijska kultura predstavlja stvarnost čovjeka današnjice te je istovremeno i nezaobilazni izazov za pastoral vremena u kojem se nalazimo (HBK 2006). Osnovnim problemom Crkve u vremenu elektroničkih medija, Marshall McLuhan smatra brzu promjenu kulturnog temelja. To potvrđuje činjenica da je Crkva stoljećima svoj način prisutnosti i institucije oblikovala polazeći od kulturne matrice, koja je pak bila vezana uz pisanu komunikaciju (Valković 2011).

3.4. Medijski jezik i jezik navještaja (evangelizacije)

Nije jednostavno evangelizirati putem medija, ponajprije zbog razlika između medijskog jezika i jezika navještaja.

Jedna od specifičnosti evangelizacije jest osoban i direktan odnos među osobama, s naglaskom na vjernosti poruci evanđelja koja je shvaćena kao dar. Medijska poruka, za razliku od toga, nije toliko direktna s obzirom da se komunicira na daljinu. Takav je oblik komunikacije ujedno i više podložan manipulaciji. Nadalje, vjerodostojnost poruke koja se prenosi evangelizacijskim djelovanjem povezana je i nedjeljiva od svjedočanstva i autentičnosti osobe evangelizatora. Kada se govori o medijskoj poruci, situacija je drugačija; ona se prenosi preko osoba koje se ne poznaju, ili preko određenih modela (Valković 2011). Osim važnosti svjedočanstva i autentičnosti osobe navjestitelja, za evangelizacijski je navještaj vjere važna i osobna promjena i obraćenje, dok je medijski govor „neobvezujući i veoma često usmjeren prema zabavi“ (Zizola 1996:26 u Valković 2011). Najveća se razlika očituje u činjenici da je evangelizacija povezana sa slavljenjem sakramenata, djelovanjem milosti, što je nemoguće prenijeti putem medijske komunikacije jer se ne može ostvariti zajedništvo, kao ni sakramentalno komuniciranje.

U novije se je vrijeme Crkva usmjerila prema suvremenim načinima i karakteristikama komuniciranja, puno više nego li prema načinima i upotrebi određenih medija u pastoralnom djelovanju (Valković 2011). Novi načini komuniciranja, naime, dovode u upit dosadašnji način govora i prenošenja vjere (Carnicella 1997 u Valković 2011). Crkva je pred svijetom medija zauzela kritički stav, ne zatvarajući oči pred onim negativnim, ali, isto tako, prepoznajući i brojne vrijednosti koje mediji donose društvu. Da bi bila uspješna u svom

poslanju, Crkva treba usmjeravati više osoba i sredstava u tom pastoralnom djelovanju i poticati međusobnu suradnju; to podrazumijeva i odgoj stručnjaka koji razumiju novu medijsku kulturu, kako bi mogli sadržaj Radosne vijesti prenijeti u jezik medija, ali i njegovati odnose s javnošću (HBK 2006).

3.5. Slika Crkve u javnosti

Slika Crkve počela se je mijenjati djelovanjem masovnih medija; ona ne stvara samostalno sliku o sebi, već je njezina prezentacija u javnosti uvelike određena djelovanjem medija. Ipak, postoje i drugi načini na koje se ova institucija predstavlja u javnosti, kao što su karitativno djelovanje, različiti doprinosi u području kulture i slično. Pitanja koje se često postavljaju jesu – što medije zanima vezano uz Crkvu i postoje li kriteriji medijskog prikazivanja Crkve (Valković 2011)? Njemački je sociolog Luhmann rekao da „mediji imaju specifičnu ulogu smislenog povezivanja različitih podsistema društva“ (Luhman 1981 u Valković 2011:680). Mediji imaju tu sposobnost da javnosti usmjere pozornost prema određenim područjima ili temama; jedna od funkcija medijski oblikovane javnosti svakako je ta da društvu omogući promatranje sama sebe, uz jasno naglašene kriterije koji određuju koja će se tema pojaviti, a koja neće. Osnovni je kriterij selektiranja upravo to – prikazati, ili ne prikazati. Jasno je da će medijska pozornost biti usmjerena na sve ono što je novo, zanimljivo i konfliktno, a svakako se u obzir uzima i status i prestiž govornika (Valković 2011).

Spomenuti kriteriji vrijede i kada je riječ o prikazivanju Crkve i vjerske tematike u medijima, jer je Crkva dio društva. Medijima će po tome pitanju biti zanimljivo sve konfliktno, posebice ako se odnosi na hijerarhiju. Nadalje, medijima je zanimljivo i sve što je vezano s okultnim, odnosno sve što ne spada u kategoriju redovitog događanja. Stoga i nije čudo da će teme kao što su ozdravljenja i nadnaravne pojave općenito zauzimati udarne prostore. Ona najuža vjerska tematika medijima i nije toliko zanimljiva; vjeri će se najveća pozornost pridavati samo ako se u njoj pronalazi kulturni temelj, ili ako se smatra važnom odrednicom društva. U fokusu interesa medija stoga neće biti teme vezane uz svakodnevno življenje vjere, ili argumentirane rasprave o temama iz tog područja; no, isto tako, današnji medijski imperativ stalne prisutnosti za posljedicu ima površan pristup i nedovoljno produbljivanje, odnosno razrješavanje problematike u tom području. Područje u kojem je Crkva javnosti zanimljiva svodi se na socijalno područje religioznoga. U medijskim izvješćima vezanih uz vjerske teme, mogu se primijetiti predrasude prema onome što je vjersko. S tim se poteškoćama ne suočava samo Crkva već i drugi društveni podsustavi, kao što su umjetnost ili znanost. Neki su, poput politike, djelovanjem medija doživjeli svojevrstu transformaciju. Evangelizacijsko djelovanje

Crkve u društvu, kao i njezina komunikacija trebali bi prvenstveno ukazivati na važnost govora koji polazi od pojedinaca, udruga i skupine; naglasak bi trebao biti stavljen na otvaranje rasprava i pitanja, poticanju tema koje se smatraju potrebnima u javnom dijalogu. Tako bi se svi prijedlozi, smjernice i rješenja trebali predstavljati na argumentiran način, uz postojanje otvorenosti i za kritiku kako bi se pokazalo da je kršćanska poruka dana na koristi i dobro svim ljudima. Neke su teme, koje su snažno utjecale na rasprave u javnosti u nekim europskim zemljama, proizašle upravo iz crkvenog miljea; među njima su pitanje mira, pravednosti, ekumenska pitanja, briga za potrebite u siromašnim zemljama i slično. Sve prethodno navedeno ukazuje na to da je Crkva važan sudionik u javnosti i društvenom životu općenito. Ono što joj dodatno olakšava poslanje činjenica je da može komunicirati s različitim institucijama na različitim razinama (globalnoj, državnoj, lokalnoj, župnim). Za evangelizacijsko djelovanje ključno je znati kako doći do običnog čovjeka i susresti ga. U tome su kontekstu važni mediji koji pomažu doći do običnog čovjeka – župni listići, bilteni, aktivnost na lokalnim radijskim postajama (Valković 2011).

3.5. Crkva i novi mediji

Kada se govori o novim medijima, ne radi se samo o novim oblicima komuniciranja već i o novim i drugačijim odnosima i doživljavanjima temeljnih odrednica identiteta (vremena, prostora, međuljudskih odnosa, doživljavanja stvarnog i virtualnog svijeta...). Najveći se naglasak svakako treba staviti na promjenu odnosa između čovjeka i medija. Danas se tako prisutnost i život u virtualnom prostoru promatraju kao suživot, zbog snažne integracije virtualnog s ostalim životnim aspektima. Može se reći da se „od ideje dva svijeta - internetskog i realnog/stvarnog - prelazi na ideju jednoga svijeta i više konteksta djelovanja“ (Rivoltella 2001:57 u Valković 2011). Katolička je Crkva službeno zakoračila u svijet interneta 25. prosinca 1995. godine, objavom Papine božićne poruke na službenim vaticanskim stranicama (www.vatican.va). Nakon toga, pokrenuta je i vaticanska stranica namijenjena mladima (*Pope2you*), a u svibnju 2011. i vaticanski *Twitter* profil (*Twitter@PSSC_VA*) (Novak i dr. 2016).

Crkveno je učiteljstvo u nekoliko dokumenata pisalo o internetu (*Etika na internetu, Crkva i Internet*), a ne može se niti zanemariti prisutnost Crkve u virtualnom svijetu. Motivi za prisutnost Crkve na internetu su različiti; internet pruža mogućnost za evangelizaciju, reevangelizaciju, novu evangelizaciju, donošenje vijesti i raznih drugih informacija. Nadalje, uočene su i promjene koje donosi komunikacija putem novih medija, a logika weba postaje izazovom s obzirom da dolazi do drugačijeg shvaćanja i doživljavanja vjere (Valković 2011).

Prisutnost Crkve u *online* svijetu iznimno je važna s obzirom na broj korisnika društvenih mreža. Društvene mreže, kao što je primjerice Facebook, mogu biti izvrsne platforme za evangelizaciju, ali i informiranje o događanjima u Crkvi; mogu pomoći i razvoju odnosa među vjernicima, ali i svim zainteresiranim korisnicima (Časni 2019).

3.5.1. Vjera u virtualnom prostoru

Suvremeni čovjek u virtualnom prostoru, na internetu, traži odgovore na različita pitanja. Može se reći da je postao jednim od osnovnih izvora za dolazak do potrebnih informacija. Da bi se moglo govoriti o doživljavanju vjerskih pitanja i tema u virtualnom prostoru, važno je razumjeti kontekst. Za komunikacijske je prostore karakteristična „koegzistencija sadržaja koji su kontradiktorni jer se lijepo nalazi uz bok ružnom a dobro onome što je štetno. U tom prostoru doživljava se medijski relativizam koji nije filozofski ili teorijski, već eminentno praktični. Uslijed konfuzije različitih glasova, blogova i foruma osjeća se kakofoničnost medija i kriza autentične komunikacije“. To sve upućuje na pogrešku izjednačavanja informiranja i komuniciranja, koja je karakteristična za suvremenog čovjeka. I vjerski su sadržaji, kao i svi drugi, dostupni u bilo kojem trenutku (Valković 2011:686).

Važno je za uočiti da je shvaćanje vjere u virtualnom prostoru izmijenjeno. Pojedinaac koji se susreće s velikim brojem informacija, ima za zadatak „dekodirati“. S obzirom da se nudi velik broj odgovora na različita pitanja, suvremeni je čovjek pozvan na razlučivanje. Poziv na razlučivanje urodio je zahtjevom za razvijanjem „kulture pitanja“ u medijskom svijetu. Budući da je današnji čovjek dio virtualnoga svijeta, ono što je bilo teološko pitanje sada postaje pitanjem tehnologije; promišljanje o tom pitanju dovelo je do oblikovanja pojma *cyberteologije*⁴ (Valković 2011).

Kategorija svjedočenja pokazala se je odlučujućom za djelovanje Crkve. Pojedinci, posebno mladi, traže na društvenim mrežama mišljenja koja se mogu ubrojiti upravo u tu kategoriju. Uporaba novih medija i nije toliko izazovna za Crkvu, prije svega potrebno je biti prisutan u tom svijetu, kako bi se mogla utjeloviti vizija čovjeka prema evanđelju (Valković 2011). Papa *emeritus* pisao je o profilu vjerničke prisutnosti u virtualnom prostoru: „Postoji neki kršćanski način prisutnosti također u digitalnom svijetu: on poprima svoj oblik u komunikaciji koja je čestita i otvorena, odgovorna i poštuje drugoga. Naviještati evanđelje putem novih medija

⁴ Susan George (2006: 687 u Valković 2011), koja je pokušala objasniti pojam, govori o četiri moguća teološka kutka promatranja *cyberteologije*: „teologija znakova društvene komunikacije u vrijeme interneta; pastoralno promišljanje o načinu i mogućnostima komuniciranja evanđelja unutar weba; pregled, svojevrsna mapa, onoga što se, od vjerskoga sadržaja, nalazi na internetu; web kao okruženje u kojem se oblikuje duhovni život.“ *Cyberteologija* želi istražiti kako se sveto predstavlja i doživljava u virtualnom prostoru.

znači ne samo unositi izričito vjerske sadržaje na razne medijske platforme, već također svjedočiti dosljedno, u vlastitom digitalnom profilu i načinu komuniciranja, opredjeljenja, prioritete, prosudbe koji su duboko povezani s evanđeljem, i onda kada se o njemu ne govori na izričit način“ (Benedikt XVI. 2011 u Valković 2011:693).

3.5.2. Digitalna religija

Govoreći o religiji na Internetu, Burilović i Tanjić (2012) navode pojmove „religije online“ ili „digitalne religije“. Pitanja poput: Što se podrazumijeva pod *obredom* na Internetu?, Što je religiozna zajednica na Internetu? te Može li se reći da na Internetu postoji *sveto*?, slabe postojeće tradicionalne definicije religije kada se primjene u području interneta. Internet je definiran kao „svjetski sustav međusobno povezanih računalnih mreža. Razmjena informacija među računalima različitih sustava i tehnoloških rješenja najvećim je dijelom omogućena normizacijom protoka podataka te zajedničkim sustavom adresiranja“. Upravo zahvaljujući neprestanom razvoju informacijske i komunikacijske tehnologije, postao je osnovom suvremene elektroničke komunikacije, a može ga se definirati i kao vodeći komunikacijski medij u današnjem svijetu.⁵

Sintagma „religija online“ označava ništa drugo doli otvorenost religije prema jednom novom sredstvu komunikacije. Tako se je to novo komunikacijsko sredstvo, mreža, počelo percipirati kao pomoć u poslanju, odnosno prenošenju poruka iz područja religije. „Online religijom“ naziva se nova religiozna pojava koja upravo na internetu pronalazi temeljnu sastavnicu vlastite biti, i kao takav lakše se povezuje s razvojem novih religioznih pokreta. Kao primjer mogu se izdvojiti: *The House of Netjer*, *The Church of Virus*, *Digitalism*, *Jediism*... Primjeri virtualnih religioznih okruženja mogu postojati i u okviru tradicionalnih religija, posebice kada je riječ o slučajevima marginalnih i kritičkih stvarnosti prema središnjoj instituciji; kao primjer može se izdvojiti slučaj virtualne biskupije Partenije francuskog prelata Jacquesa Gaillota (Burilović i Tanjić 2012).

Pitanje vjere u virtualnom svijetu doživljava se na drugačiji način. Internet uvelike utječe na predodžbu Boga u očima pojedinca i oblikuje ju. Bolz u digitalnim ustrojima primjećuje ne samo nadomjestak za čovjeka nego i za ono Božansko: „Mediji nude zamjenske oblike sveukupnog znanja i svega postojećega. Na mjesto religiozne komunikacije danas nastupa komunikacija kao religija. Potpunu umreženost, upletanje u elektronsku mrežu, nedužan će pogled prepoznati kao profanu inačicu *religije* – što to spajanje upravo i znači. Umreženošću

⁵ *Internet*. Dostupno na: <http://www.enciklopedija.hr/natuknica.aspx?ID=27653> (Zadnje gledano 12.8.2019.)

do integralnog medijskog sjedinjenja dospjeli smo do stalnog zaposjednuća transcendencije. Boštvo je danas mreža. A religija djeluje kao beskrajna traka.“ Slično je govorio i Paul Virgilije: „Kršćanin sam, i kad već govorimo o metafizici, a ne o religiji, moram ipak reći kako se *cyberspace* ponaša kao Bog, te da ima nešto s idejom o Bogu koji je sve, koji sve vidi i čuje“ (Bohmish 97 u Burilović i Tanjić 2012:98).

Cyberspace može postati problemom, u kontekstu evangelizacije, ako bi postao nadomjestak stvarnoj sakramentalnoj Kristovoj prisutnosti, kao i stvarnoj interakciji s drugim vjernicima. Sakramenti ne postoje na internetu, a sama vjerska iskustva koja su ondje moguća nisu dovoljna ako su odvojena od stvarne interakcije s drugim vjernicima. No *cyberspace* može pomoći ljudima da dožive potpunije iskustvo vjere te obogatiti njihov duhovni život. Hoće li korištenje interneta biti korisno ili štetno uvelike ovisi o samom pristupu (Burilović i Tanjić 2012).

3.6. Papa Franjo i otvorenost prema svijetu medija

Kada je 13. ožujka 2013. godine iz dimnjaka Sikstinske kapele počeo izlaziti bijeli dim, bilo je jasno da je izabran novi poglavar Katoličke Crkve, nakon odstupanja Benedikta XVI. Za novog čelnika Crkve imenovan je Jorge Mario Bergoglio, kardinal Buenos Airesa. Tada 76-godišnji isusovac iz Argentine, odabrao je ime Franjo, ime asiškoga sveca, što je bio znak promjene, svojevrсна najava onoga što će u nadolazećim godinama svog pontifikata činiti (Tornielli 2013).

Već šest godina papa Franjo obnaša službu vrhovnog poglavara Katoličke Crkve. U tom razdoblju stekao je brojne pristaše, one koji su oduševljeno prihvatili ono što je činio i govorio, ali i brojne protivnike, one koji su ga kritizirali i koji nisu mogli prihvatiti poruke koje je argentinski Papa upućivao vjernicima. Valković (2015) smatra da se činjenica da se je jedan papa (Benedikt XVI.), u čijem su pontifikatu neki vidjeli prvenstveno povratak tradiciji, odrekao svoje službe i tako donio jednu od najradikalnijih odluka u povijesti iste, bila uzrokom da se papi Franji od samoga početka pridala velika medijska pozornost.

I papa *emeritus* Benedikt XVI. tijekom svoje službe naglašavao je izazov pojave društvenih mreža na kojima bi vjernici trebali participirati i prenositi Isusovo učenje i vrijednosti ljudskog dostojanstva. Prema njemu⁶, digitalno okruženje nije samo virtualni paralelni svijet

⁶ Parafrazirano prema *Social Networks: portals of truth and faith; new spaces for evangelization*. Dostupno na: http://w2.vatican.va/content/benedict-xvi/en/messages/communications/documents/hf_ben-xvi_mes_20130124_47th-world-communications-day.html (Zadnje gledano 15. kolovoza 2019.)

nego je ono mjesto gdje mnogi mladi stječu iskustva i ulaze u interakciju jedni s drugima, a sve je to posljedica ljudske interakcije.

Medijsku odjek komuniciranja pape Franje vidljiv je u tome da ga je već tijekom prve godine pontifikata magazin *Times* proglasio „osobom godine“. Novinarka Radhika Jones Papinu popularnost objasnila je time što je u svojim govorima nastojao skretati pažnju javnosti prema siromašnima i onima kojima je potrebna pomoć. *Institut Treće tisućljeće* europskog parlamenta iste je godine Svetoga Oca proglasio „Komunikatorom godine“, dok je u Kini bio jedna od 10 osoba koje su obilježile tu, 2013., godinu. Dosta je pozornosti usmjereno na Papinu prisutnost u virtualnom svijetu i njegov način komunikacije (Valković 2015).

3.6.1. Značajke komunikacije pape Franje

U komunikaciji pape Franje središnje mjesto zauzima slika, za razliku od njegova prethodnika koji je bio komunikator riječi. Slika u komunikaciji Svetoga Oca Franje postaje porukom, a oni kojima je upućena trebaju otkriti njezino značenje. Nadalje, odlike Papine komunikacije jesu i neposrednost i spontanost; moglo bi se reći da se njegova komunikacija svodi na „budi što jesi“. Poznato je da papa Franjo zna kršiti protokole, upućivati neočekivane telefonske pozive i davati intervjue. U njegovu pontifikatu značajno mjesto ima propovijed, jer je svjestan važnosti jednostavnog govora u evangelizaciji. Može se izdvojiti 30 riječi/pojmova⁷ koji su povezani s naučavanjem pape Franje: „vlast, mir, mladi, twitter, obitelj, posao, politika, djeca, društvo, pravednost, rat, kršćani, brak, siromaštvo, Sirija, nasilje, glad, korupcija, Facebook, škola, abortus, Internet, odgoj, ekonomija, gay, zaštita prirode, seksualnost, trgovina oružja, ljudska prava, mediji“.

Još jedna odlika govora pape Franje jest narativnost, i takav je govor razumljiv i prihvatljiv medijima. On kreće od akcije i gesti, a potom slijedi njegov govor i poruka. Valković je to zorno ilustrirao usporedivši naraciju Ivana Pavla II., koji je više inzistirao na intenzitetu i snazi izričaja, i onu pape Franje. Ivan Pavao II. u obraćanju mafijašima na Siciliji 1993. godine, rekao je: „Obratite se!“⁸ Papa Franjo u sličnoj situaciji također upućuje poziv na molitvenom bdijenju za žrtve mafije, ali na drugačiji način: „Molim vas, promijenite život, obratite se, zaustavite se, prestanite činiti zlo! I mi za vas molimo. Obratite se, molim na koljenima. To je za vaše dobro. Život koji sada živite ne će vam donijeti mir, ne će vam dati radost, ne će vam dati sreću. Moć i novac koji sada imate od mnogih prljavih poslova, od

⁷ *Internet loves Pope Francis*, str. 34. u Valković 2015.

⁸ Ivan Pavao II, *Propovijed. Pastoralni pohod Siciliji* (9. svibnja 1993.). Dostupno na: https://w2.vatican.va/content/john-paul-ii/it/homilies/1993/documents/hf_jp-ii_hom_19930509_agrigento.html (Zadnje gledano 17. kolovoza 2019.)

mnogih mafijaških zločina, krvavi je novac, krvava je moć i ne ćete ih ponijeti u drugi život. Obratite se, još uvijek ima vremena, da ne završite u paklu.“⁹

Papa Franjo pod komunikacijom ne podrazumijeva samo prenošenje ili slanje poruka već je ona prigoda da se ostvari „komunikacijski događaj“. Papa želi privući, zainteresirati slušatelja, tako da postane aktivnim sudionikom u komunikaciji. Tako on komunikaciju ostvaruje postavljanjem pitanja ili retoričkih pitanja, zahtijevanjem vjernika da ponavljaju određene riječi za njim; ponekad bi, kada nešto želi naglasiti, pojedine pojmove izgovarao ističući slogove. Jednostavnost i neposrednost u komunikaciji važni su u ostvarivanju blizine između sugovornika. Sveti se Otac tako ne doživljava kao komunikator koji šalje poruke, već prije kao sudionik komunikacije (Valković 2015).

Papa Franjo nerijetko govori i o ulozi medija. Kao i njegovi prethodnici, redovito upućuje poruke za Svjetski dan sredstava društvenih komunikacija. Na samom početku pontifikata Sveti je Otac govorio o značenju novinarske profesije, ističući da bi novinari trebali „pratiti događanja i otkrivati nastojanja današnjega čovjeka“ (Franjo 2013 prema Valković 2015:32). Smatra da novinari, da bi mogli profesionalno izvještavati o životu Crkve, trebaju poznavati narav Crkve koja ima i duhovnu dimenziju. To se, prema njemu, postiže tako da se posebna pažnja posveti hermeneutici, tj. načinu na koji se interpretira život Crkve, njezina narav i specifičnost poslanja. Kao dvije važne karakteristike novinara, sadašnji je Papa izdvojio sposobnost za dijalog, te praćenje i izvješćivanje o katkada teškim i konfliktnim situacijama (Franjo 2013 u Valković 2015).

O internetu je Sveti Otac prvi puta progovorio u prosincu 2013. godine, na zaključnom plenumu Papinskog vijeća za laike. Internet je okarakterizirao kao životni ambijent suvremenoga čovjeka. Smatra da je upravo u tom kontekstu moguće doživjeti izazov odnosa vjere i suvremene kulture; riječ je, prema njemu, o izazovu ulaska u nove kulturalne prostore. Povezivanje putem mreže otvara mogućnost za doživljavanje novih iskustava, a iskustvo susreta u tome zauzima posebno mjesto. Sve navedeno potvrđuje da je papa Franjo, kao poglavar Katoličke Crkve, otvoren za nove medije. Internet je prepoznao kao dar od Boga, koji pomaže u ostvarivanju jedinstva među ljudima (Valković 2015). „Trebamo pomiriti međusobne različitosti oblicima dijaloga koji nam pomažu rasti u razumijevanju i poštivanju. Kultura susreta zahtijeva da budemo spremni ne samo davati već i primati od drugih. Mediji nam mogu uvelike u tome pomoći, pogotovo danas, kada su mreže komunikacije dostigle

⁹ Franjo. 2013. *Govor na molitvenom bdijenju za žrtve mafije* u Valković 2015.

neslućeni napredak. Internet, na poseban način, pruža goleme mogućnosti susreta i solidarnosti među svima. To je zaista dobro, to je Božji dar“ (Franjo 2014 u Valković 2015:34).

Vjerski mediji u hrvatskom medijskom prostoru

4.1. Laudato televizija

Laudato televizija prva je i trenutno jedina hrvatska obiteljska televizija koja promiče kršćanske vrijednosti. Osnovana je 2015. godine sa središtem u Zagrebu. Osnivačica *Laudato televizije* je Ksenija Abramović, vlasnica informatičke tvrtke *Etna*. U lipnju 2019. godine otvoren je i splitski televizijski centar.

Većinu programa *Laudato televizije* čine sadržaji domaće produkcije, čime je naglasak stavljen na važnost domaćeg proizvoda, riječi i kulture. Program obuhvaća aktualnosti s naglaskom na pozitivne vijesti, kako iz života Crkve tako i svijeta; područja sporta, komedije, kulinarstva, zdravstva, dječjeg i animiranog programa, književnosti i duhovne glazbe. *Laudato televizija* prepoznatljiva je i po proizvodnji vlastitih dokumentarnih filmova. S početnih 12, *Laudato televizija* danas ima 27 emisija u vlastitoj produkciji. Strategija *Laudato televizije* temelji se na polaganu rastu, razvoju sadržaja i kanala distribucije sukladno poslovnom planu.¹⁰

4.1.1. Izdavač i financiranje

Izdavač *Laudato televizije* je udruga *U ime dobrote* sa središtem u Zagrebu. Televizija se najvećih dijelom financira donacijama i oglasima. Jedan od poznatijih donatora *Laudato televizije* je *Zaklada Rhema* koja je osnovana s ciljem podržavanja kršćanskih udruga i medija. Svake se godine organizira i koncert „Progledaj srcem“ čiji su prihodi namijenjeni radu televizije. Projekt se financira i donacijama gledatelja koji su članovi Kluba prijatelja. Podršku projektu pružila je i Hrvatska biskupska konferencija, čime su povećane šanse za dobivanje donacija inozemnih ustanova koje pomažu medijske potrebe zemalja na jugoistoku Europe.

4.1.2. Djelatnici

Na *Laudato televiziji* trenutno je 27 zaposlenika (od toga petero na stručnom osposobljavanju) i 76 volontera. Svi zaposlenici *Laudato televizije* laici su i vjernici, a među brojnim vanjskim suradnicima su i svećenici, redovnici, redovnice i nekoliko teologa laika.

4.1.3. Emisije i program

Emisije koje se trenutno emitiraju na *Laudato televiziji* jesu *Božanstvena komedija*, *Blagoslovljen tek*, *Čujte i počujte*, *Dudo i prijatelji*, *In Familia Dei*, *Izdvojeno*, *Jeste li znali?*,

¹⁰ Izvor: <https://laudato.tv/faq/>

Katolički kalendar, Kuhinja sv. Hildegarde, Mali katekizam, Mali veliki, Minute za tebe, Moja Hrvatska, More milosrđa, Novo srce, Otvori spomenar, Papa s nama, Prosudbe, Prozor svetog Josipa, Radost ljubavi u braku, Razlog nade, Što nam kaže Sveto pismo, Susret u Riječi, Svijet očima Vatikana, Svjedočanstva, Tjedni vrtuljak, Zlatni savjeti, Život i zdravlje, Angelus, Hrvatsko nadzemlje, Adonai, Naši stariji susjedi, Radosna priča, Umjetnost slavi Gospodina, Uvjereno, ZUM – Zajedno u mladosti, Uvjereno.

a) Informativni program

Čujte i počujte - emisija donosi aktualne priče i događaje vezane uz Crkvu u Hrvatskoj.

Izdvojeno - političko-informativni magazin koji svakoga dana, u kratkom prilogu, donosi najvažnije aktualnosti.

Prosudbe - informativna emisija koja obrađuje aktualna zbivanja, socioekonomske probleme i društvena pitanja koja izazivaju polemike i zahtijevaju promišljanje. Gosti emisije su ugledni novinari, intelektualci i stručnjaci iz različitih područja.

Svijet očima Vatikana - emisija donosi tjedni pregled najvažnijih događaja vezanih uz Papu, Vatikan i Katoličku Crkvu, a nastala je u produkciji *Rome reportsa*; gledatelji imaju priliku gledati najzanimljivije priče etičkog, kulturnog, humanitarnog i religijskog sadržaja.

b) Program za djecu i mlade

ZUM – Zajedno u mladosti - emisija je zabavno-informativnog karaktera koju uređuju i vode mladi novinari; cilj je emisije odabirom gostiju i tema gledatelje educirati i zabaviti.

Mali veliki - učenici osnovne škole u emisiji odgovaraju na pitanja o kršćanskim blagdanima, svecima, vrlinama...

Tjedni vrtuljak emisija je koju vode djeca; oni određenu temu predstavljaju na originalan i sebi svojstven način. Emisija se emitira subotom u poslijepodnevnom terminu.

Radosna priča serijal je od 12 epizoda s ilustriranim bajkama i basnama nadahnutima važnim događajima iz Evandjelja, kao i Isusovim prisposodobama. Namjera je na taj način približiti Radosnu vijest najmlađima. Priče Tomislava Barana pripovijedaju Robert Kurbaša i Ana Baran.

Hrvatsko nadzemlje, po kojem je i nazvana još jedna emisija u programu Laudato televizije, sačinjava skupina mladih katolika iz Splita koji na humorističan način obrađuju teme iz života i vjere. Od 2018. godine može ih se gledati i na LTV-u.

c) Religijski program

Božanstvena komedija - emisija je u kojoj se na humorističan način obrađuju i prikazuju različite teme i pitanja vezana uz Crkvu, ali i društvo općenito. Opisana je kao „ultrapozitivan *talk-show* začinjen skečevima, vedrim prilozima i drugim kreativnim dodacima“¹¹. Emisija je nazvana Božanstvenom komedijom jer „po uzoru na kapitalno djelo velikoga Dantea, ova uspješnica postavlja temelj i udara pravac novoj vrsti kreativne slobode u ustajaloj atmosferi domaćeg televizijskog programa“¹². Voditelji emisije su Marin Periš, Matej Sunara i Stanko Stojić. Emisija se emitira ponedjeljkom u večernjem terminu.

More milosrđa - prva je kontakt emisija Laudato televizije u kojoj gledatelji mogu tražiti savjet za svoje probleme od svećenika. Voditelj emisije je novinar „Večernjeg lista“ Darko Pavičić.

Novo srce – emisija je osmišljena kako bi gledateljima približila iskustvo vjere različitih osoba koje su u svom životu otkrili ljepotu i radost susreta sa živim Bogom. Emisiju uređuje i vodi fra Ivan Matić, voditelj *Kuće susreta Tabor* u Samoboru.

Otvori spomenar - emisija je koja spaja prošlost i sadašnjost; gosti emisije osobe su iz javnoga života koje govore o uspomena iz svoga života.

Papa s nama - emisija donosi Papine kateheze uživo na hrvatskom jeziku. Gledatelji emisije imaju priliku čuti odgovore na pitanja „Kako biti autentičan kršćanin?“ i „Kako produbiti odnos s Bogom?“

Angelus – u emisiji se svake nedjelje prenosi Angelus Svetoga Oca iz Vatikana.

Minuta za tebe emisija je koja je osmišljena s ciljem da se gledateljima pruži prilika da svaki novi dan započnu Božjom riječju te da iz te Riječi crpe snagu i osvježenje za svakodnevni život. Voditelj emisije mladi je franjevac Zvonimir Pavičić.

¹¹ Facebook stranica *Božanstvena komedija*. Dostupno na: https://web.facebook.com/pg/bzkomedija/about/?ref=page_internal (Zadnje gledano 18. srpnja 2019.)

¹² Isto.

Prozor svetog Josipa edukativni je serijal na Laudato televiziji kojeg uređuje i vodi mons. Antun Sente, ml., upravitelj Nacionalnog svetišta svetog Josipa. Serijal je pokrenut kako bi se popularizirao zaštitnik Republike Hrvatske – sv. Josip, ali i Nacionalno svetište svetog Josipa u Karlovcu. Gosti emisije s gledateljima dijele svjedočanstva vjere. Emisija se emitira srijedom u jutarnjem terminu.

Radost ljubavi u braku još je jedna kontakt emisija Laudato televizije koja pokušava odgovoriti na razna pitanja i probleme koji se javljaju među bračnim partnerima.

Razlog nade - emisija je pokrenuta s ciljem da se gledatelja pripremiti na bit i sažetak nedjeljnog Evanđelja, kako bi preko Božje riječi dobio utjehu i nadu. Emisiju uređuje i vodi fr. Ivan M. Tomić, OP.

Svjedočanstva - emisija, kako i sam naziv kaže, donosi svjedočanstva osoba iz javnog života, ali i javnosti nepoznatih, koji svjedoče o svome životu i hodu u vjeri.

Uvjereno – emisija je koja se bavi prirodom čovjeka kroz perspektivu vjere. Posvećena je temama koje govore o odnosu čovjeka sa samim sobom, drugima i Bogom.

d) Obrazovni program

Jeste li znali?- emisija je koja se na Laudato televiziji emitira jednom mjesečno. Gosti emisije eminentni su stručnjaci iz različitih područja, koji govore o aktualnim pitanjima vezanima uz ista.

Katolički kalendar - emisija je informativno-edukativnog karaktera koja je pokrenuta s ciljem da se gledateljima kroz riječ i sliku približe sveci i blaženici Katoličke Crkve te određeni blagdani i liturgijsko vrijeme.

Mali katekizam - emisija je koja donosi odgovore na važna pitanja vezana uz katoličanstvo. Odgovori na pitanja pojednostavljeni su u crtežu i govoru. Emitira se od ponedjeljka do subote, a *Tjedni mali katekizam* nedjeljom.

Što nam kaže Sveto pismo - emisija je posvećena je stručnom čitanju biblijskih tekstova. U emisiji se znanstveno i odgovorno, poštujući izvorni biblijski jezik, otkrivaju teme koje su aktualne i važne i danas. Emisiju uređuje i vodi doc. dr. sc. p. Niko Bilić, SJ.

Zlatni savjeti - emisiju uređuje i vodi franjevac Jure Marčinković, koji se više od 50 godina bavi ljekovitim biljem i gledatelje savjetuje o kuhanju, hrani, zdravom mršavljenju, ljekovitim biljkama, pripremljanju preparata za njegu tijela... Autor je i nekoliko knjiga u kojima piše o spomenutoj tematici.

Život i zdravlje emisija je koja govori o nastanku i vrijednosti života te o važnosti zdravlja koje predstavlja fizičku, psihičku i duhovnu ravnotežu ljudskog organizma. Gledatelji imaju priliku čuti ugledne znanstvenike koji se trude približiti im suvremene spoznaje iz područja medicine i njihov utjecaj na kvalitetu života. Emisiju vodi pedijatrica prof. dr. sc. Neda Aberle, prim. dr. med.

e) Socijalna tematika

In Familia Dei - emisija je posvećena braku i obiteljskom životu. Gosti emisije bračni su parovi koji svjedoče o tome kako su se upoznali, predbračnom hodu, djeci i izazovima bračnoga i obiteljskoga života.

Moja Hrvatska - emisija je posvećenima pitanjima vezanima uz Republiku Hrvatsku; gledatelji tako imaju priliku čuti različite goste koji govore o pitanjima iz svakodnevice hrvatskih građana (problem nezaposlenosti, braniteljska pitanja...) i iz hrvatske povijesti (Domovinski rat, kanonizacija bl. Stepinca i sl.).

Naši stari susjedi - emisija je posvećena osobama treće životne dobi i onima koji rade i/ili žive s njima.

f) Zabavni program

Blagoslovljen tek - kulinarska je emisija na Laudato televiziji. Gosti u emisiji pripremaju tradicionalna hrvatska jela i za to vrijeme iznose svoje svjedočanstvo o vjeri. Na taj se način evangelizira kroz zabavu. Voditelj emisije je glazbenik Rafael Dropulić Rafo, a gosti su najčešće javnosti nepoznati pojedinci, ili cijele obitelji.

Dudo i prijatelji - emisija je koju vodi bivši hrvatski vaterpolist Dubravko Šimenc Dudo. Šimenc u emisiji ugošćuje nova imena hrvatskoga sporta koji s gledateljima dijele svoje sportske priče. Emisija se emitira nedjeljom u poslijepodnevnom satima.

Kuhinja sv. Hildegarde - emisija je na Laudato televiziji koja se emitira nedjeljom, utorkom i četvrtkom. Voditeljica emisije je Karmela Vukov Colić koja kuha zdrava i ukusna jela, koja se temelje na medicinskim i kulinarskim savjetima svete Hildegarde, prema knjizi „Sveta Hildegarda i hrana kao lijek“ autora Wigharda Strehlowa.

g) Umjetnost i kultura

Susret u Riječi - emisija je Laudato televizije koja otkriva suvremenu književnost u Hrvatskoj, te donosi svjedočanstva vjere osoba koje su doživjele Boga i promijenile svoj život. Na taj se način, kao i u drugim emisijama, evangelizira kroz zabavu.

Umjetnost slavi Gospodina - emisija je posvećena kulturnim događanjima na duhovnoj sceni.

g) Glazbeni program

Adonai prva je glazbena emisija na Laudato televiziji a gosti emisije poznata su imena duhovne glazbene scene. Emisiju uređuje i vodi Saša Maček.

Laudato televizija surađuje s poznatom Američkom katoličkom televizijom *EWTN (Eternal Word Television Network)* i centrom *Telesivo Vaticano*. Zbog suradnje s EWTN-om dostupni su dokumentarni filmovi, dramski serijali, kontakt-emisije te igrani i animirani filmovi u njihovoj produkciji. Laudato TV član je međunarodne institucije SIGNIS, koja im pomaže u posredovanju na tzv. *free marketu* kako bi došli do „slobodnog programa“, za koji se ne plaćaju autorska prava.

Kvaliteta slike i zvuka je izrazito visoka; potrebnu tehničku opremu Laudato televizija nabavila je uz pomoć sredstava Američke biskupske konferencije (USCCB) i međunarodne organizacije *Kirche in Not*.

4.1.4. Molitveni sadržaji

Na *Laudato televiziji* svakoga se dana emitira emisija „Minuta za tebe“, moli se „Anđeo Gospodnji“, prenosi se molitva Krunice, a nedjeljom se prenosi i Sveta Misa. Petkom se prenosi molitva Križnoga puta (u razdoblju Korizme) i krunice Božjega Milosrđa. Nedjeljom se donose i komentari evanđelja kako bi se gledateljima pomoglo u duhovnom rastu.

4.1.5. Vijesti iz Vatikana i HBK

Emisije „Papa s nama“, „Svijet očima Vatikana“, „Angelus“ emisije su posvećene vijestima iz Vatikana, odnosno porukama Svetoga Oca. Nema niti jedne emisije koja bi bila posvećena vijestima Hrvatske biskupske konferencije, već se sve ostale vijesti vezane uz Katoličku Crkvu donose u ostalim informativnim emisijama.

4.1.6. Dodatni sadržaji

Program se svakoga dana u ponoć prekida hrvatskom himnom. Dokumentarni filmovi najavljuju se uoči premijere na televiziji i većinom nisu stalni sadržaj programa. Neki se dokumentarni filmovi emitiraju u nastavcima a program je obogaćen i glazbenim dijelom (*glazbeni predah*).

4.2. Portal Book.hr

Portal *Book.hr* osnovan je 2017. godine. U oblikovanju naziva portala korištena je engleska riječ *book* koja znači *knjiga*, ali koja je također desetljećima korištena i kao sinonim za *Bibliju*. Odabir naziva portala povezan je s njegovom misijom. Prvotna misija portala doći je do svih ljudi, posebno mladih, koji su iz bilo kojeg razloga odustali od Crkve, odnosno Boga, to jest evangelizirati nekrštene, reevangelizirati posustale kršćane te podržati vjerne kršćane. Cilj je ponuditi svakom korisniku medija Božju riječ na način na koji će ju moći shvatiti i prihvatiti.

Portal *Book.hr* ekumenskog je karaktera; na njemu se objavljuju i članci autora drugih kršćanskih denominacija, s ciljem promicanja kršćanskih vrijednosti: ljubavi, uvažavanja, poštovanja, zajedništva, mira, obraćenja... Zbog običnih ljudi, vjernika laikâ, na razumljiv se način piše o povezanosti svakodnevnih životnih situacija s osobnim odnosom s Bogom. Posebnosti portala *Book.hr* jesu jedinstveni sadržaji (ulomci iz knjiga, velik broj svjedočanstava čitatelja, komentari dnevnih misnih čitanja, audio ulomcima iz knjiga...) i tematika, grafički izgled i kombinacija boja (ljubičasta i bijela).

Na portalu se nalazi i kategorija *Newsletter* gdje se čitatelji mogu prijaviti za primanje tjednog *newslettera* s najzanimljivijim tekstovima s portala.

4.2.1. Izdavač i financiranje

Izdavač je portala *Book.hr* *Biblioteka Figulus* - izdavačka kuća u vlasništvu *Ustanove Kristofori*. *Ustanova Kristofori* osnovana je s ciljem promicanja kršćanskih vrednota a njezino je sjedište u Koprivnici.

Portal se većim dijelom financira prihodima od izdavaštva, a nešto manje oglašavanjem. Portal je član obitelji *Zaklade Rhema* koja podržava kršćanske udruge i medije.

4.2.2. Djelatnici

Uredništvo portala čine dvoje novinara, jedan grafičar i veći broj vanjskih suradnika među kojima je jedna liječnica, nekoliko teologa, evangelizatora i laika. Neki od njih imaju kolumnu na portalu, neki surađuju povremeno pišući autorske tekstove, a neki su uključeni u pripremu vijesti i lektoriranje.

4.2.3. Struktura portala

Portal se sastoji od devet glavnih rubrika koje se dijele na podrubrike. Glavne su rubrike: Vijesti, Liturgija, Kolumne, Duhovnost, Obitelj, Osobni razvoj, Zanimljivosti, Narudžba i O nama. Sve rubrike, osim Duhovnosti i Osobnog razvoja, imaju svoje podrubrike.

Podrubrike Vijesti jesu Aktualnosti i Najave; u Aktualnostima se objavljuju vijesti iz Crkve u Hrvatskoj i svijetu, te one koje su povezane s vjerskim životom općenito, dok se u Najavama objavljuju informacije o događajima poput duhovnih obnova, hodočašća, raznih predavanja... Rubrika Liturgija ima šest podrubrika: Dnevna misna čitanja, Svetac dana, Svetkovine, Sveta misa, Razmišljamo o evanđelju i Katekizam Katoličke Crkve.

U Kolumne se ubraja pet podrubrika, koje su nazvane prema nazivima kolumni stalnih kolumnista (Ništa nevažno, Razmišljanja, Promišljanja teologa, Bez cenzure i Strpljen-spašen). Rubrika Obitelj ima tri podrubrike: Brak i odnosi, Mladi i Roditelji i djeca. Nadalje, rubrika Zanimljivosti ima najviše podrubrika što ju čini i najkompleksnijom; njene su podrubrike Mudrost dana, Svjedočanstva, Poučne priče, Duhovna glazba, Foto i video, Audio, Intervju, Vjera i znanost, Kršćanska amaterska poezija, Humor, Želim da živiš i Razno.

Rubrika Narudžbe ima pet podrubrika, a na portalu se nalazi jer je vlasnik portala izdavačka kuća Figulus; tako korisnici preko portala mogu doći do web knjižare. Podrubrike su E-knjige, Časopis Book, Knjige/CD-i, Web knjižara, Web knjižara (inozemstvo). Zadnja je rubrika O nama, a njene su podrubrike Kontakt, Tko smo, Impressum, Newsletter, Ljubav i poštovanje i Evangelizacija.

Najzastupljeniji su sadržaji iz rubrika Duhovnost, Liturgija i Svjedočanstva. Upravo se po zastupljenosti tih kategorija razlikuje od drugih vjerskih portala. Na portalu Book.hr svakog se dana objavljuju dnevna misna čitanja uz komentar (rubrika Liturgija); gotovo svakog dana

objavljuje se jedno svjedočanstvo običnih ljudi, to jest životna priča te nekoliko tekstova za rast u duhovnosti.

Dio portala namijenjen je oglasnom prostoru izdavačke kuće *Figulus* i *Ustanove Kristofori*. Portal ima dvije verzije – računalnu i mobilnu koje se razlikuju po rasporedu elemenata, no sadržaji koji se objavljuju su isti.

4.2.4. Molitveni sadržaji

Na portalu *Book.hr* svakodnevno se objavljuju tekstovi dnevnih misnih čitanja s komentarom i molitvom. Tekstovi se objavljuju u ponoć s istekom objave od 24 sata. Povremeno se na portalu mogu pronaći i druge molitve na određenu molitvenu nakanu.

Veća zastupljenost molitvenog sadržaja može objasniti aktivnostima vlasnika, jer je *Ustanova Kristofori* osnovana s ciljem promicanja kršćanskih vrijednosti, stoga molitva ima važno mjesto i u kreiranju sadržaja na portalu. *Ustanova Kristofori* organizira i tečaj *Školu molitve*.

4.2.5. Vijesti iz Vatikana i HBK

Većina vjerskih portala u hrvatskom medijskom prostoru prenosi vijesti iz Vatikana i poruke Svetoga Oca. Najdosljednija u tome je *Katolička informativna agencija* koja je i izvor većini ostalih portala, uz portal *Vatican News*; nekolicina poseže za engleskim ili talijanskim izvorima.

Poruke Pape Franje i vijesti iz Vatikana na portalu *Book.hr* zastupljeni su u manjoj mjeri. Prenose se one poruke pape Franje koje uredništvo procjeni zanimljivima čitateljskoj publici, a od vijesti se prenose samo one koje su od velikog značaja za Katoličku Crkvu.

Poruke biskupa i vijesti vezane uz Hrvatsku biskupsku konferenciju također su slabije zastupljene. Ta se činjenica može objasniti misijom portala *Book.hr* i time da se nije, poput portala *Bitno.net*, profilirao kao informativni vjerski medij, već kao medij na kojem dominiraju svjedočanstva i duhovni sadržaji (evangelizacija).

4.2.6. Dodatni sadržaji

Osim tekstovima, na portalu se evangelizira i putem glazbe, fotografije, filma i knjiga. Članci na portalu oblikuju se od određene pjesme uz koju se naglašava temeljna poruka; fotografija (najčešće je riječ o galeriji) – iz života svetaca, prirode (biljaka i životinja), crkvenih građevina koje su po nečemu posebne i slično; filma – filmovi dostupni na *YouTubeu* koji nose određene poruke i promiču kršćanske vrijednosti također se objavljuju u člancima s

poveznicom na original. Na portalu se može pronaći i nekoliko knjiga, ili dijelova knjiga za čitanje.

4.3. Portal Bitno.net

Portal *Bitno.net* kulturno je vjerski portal čiji je osnivač neprofitna udruga *Centar za cjeloviti razvoj* iz Splita. Portal je pokrenut s ciljem da pruži aktualne informacije, značajne teme i zanimljive priloge. Ishodište portala nalazi se u kršćanskom nadahnuću i pozivu Ivana Pavla II. i Benedikta XVI. na novu evangelizaciju. Cilj portala ponuditi je raznolik sadržaj za cjeloviti razvoj osobe; naglasak je stavljen na područja vjere, kulture, obitelji, roditeljstva i odgoja, te na društvene i znanstvene teme.¹³

4.3.1. Izdavač i financiranje

Izdavač portala *Bitno.net* neprofitna je udruga *Centar za cjeloviti razvoj* iz Splita. Portal se najvećim dijelom financira donacijama *Zaklade Rhema*, zatim prihodima od oglašavanja i donacijama Kluba prijatelja portala.

4.3.2. Djelatnici

Uredništvo portala *Bitno.net* uz glavnog i izvršnog urednika čini još četvero novinara i dvojica svećenika. Jedan je svećenik urednik teoloških tema. Svi zaposlenici portala *Bitno.net* laici su i vjernici. U rad portala uključeni su i vanjski suradnici.

4.3.3. Struktura portala

Portal *Bitno.net* ima deset glavnih rubrika. Glavne su rubrike na portalu: Vijesti, Vjera, Obitelj, Kultura, Academicus, Video, Kolumne, Misna čitanja, Velike teme i Molitveni zid.

Rubrika Vijesti ima podrubrika Hrvatska, Svijet i Vatikan. Nadalje, rubrika Vjera ima 10 podrubrika: Izvori vjere, Aktualnosti, Duhovnost, Formacija, Duhovne priče, Svjedočanstva, Pitajte svećenika, Osobni razvoj, Svetac dana, Duhovni velikani hrvatskoga naroda. Podrubrika Izvori vjere podijeljena je na Ispit savjesti, Temeljene molitve, Temeljne vjerske istine, Molitve i Devetnice. Rubrika Obitelj ima četiri podrubrike: Brak i partnerstvo, Roditeljstvo, Mladi, veze, samci i Spolnost. Rubrika Kultura ima pet podrubrika: Knjige, Film i TV, Kazalište, Glazba i Likovna umjetnost. Nadalje, rubrika Academicus ima sljedeće podrubrike: Teologija, Filozofija, Znanost. Zadnja rubrika koja ima svoje podrubrike jest rubrika Kolumne. Ona se dijeli na podrubrike Ogledalo duše, Makrobiotika, Kristom nadahnuti, Pretežno vedro, #NoFilter i Albion u Hrvatskoj.

¹³ Izvor: <https://www.bitno.net/o-nama/>

Iz naziva nekih rubrika (Kultura, Academicus, Velike teme, Kolumne) može se iščitati usmjerenje na obrazovaniju publiku. Isto potvrđuju i sadržaji u kojima se prepoznaje sklonost detaljnijim analizama i filozofskoj pozadini.

Najzastupljeniji sadržaji na portalu *Bitno.net* jesu vijesti (aktualnosti) iz Crkve i vijesti iz svijeta koje su na određeni način povezane s Crkvom. Portal *Bitno.net* u hrvatskom se je medijskom prostoru profilirao kao informativni vjerski medij, što je vidljivo i iz gesla portala - „Sve bitno na jednom mjestu“.

Nakon aktualnosti, među zastupljenijim sadržajima portala jesu svjedočanstva (najčešće prijevodi, nešto rjeđe vlastiti tekstovi), sadržaji namijenjeni rastu u duhovnosti (među kojima su česti ulomci iz knjiga), te sadržaji vezani uz kulturu (recenzije knjiga, filmova, pjesama, predstava).

4.3.4. Molitveni sadržaji

Molitve se na portalu *Bitno.net* pojavljuju znatno rjeđe u usporedbi s portalom *Book.hr*. Najčešće se objavljuju uz spomendan određenih svetaca za čiji zagovor se moli, a na konkretne molitvene nakane puno rjeđe. Molitveni su sadržaji nadopuna sadržaju portala.

4.3.5. Vijesti iz Vatikana i HBK

Portal *Bitno.net* jedan je od vodećih portala kada je riječ o zastupljenosti sadržaja vezanih za papu Franju, Vatikan i Hrvatsku biskupsku konferenciju. Na portalu se redovito prenose dnevne propovijedi pape Franje, nedjeljni Angelus, vijesti iz Vatikana, poruke biskupa, priopćenja Hrvatske biskupske konferencije i ostale vijesti vezane uz iste.

4.3.6. Dodatni sadržaji

Na portalu se, osim tekstova, evangelizira i putem glazbe, fotografije, filma. Čitateljima se tako povremeno ponudi neka pjesma, fotografija/je, filmovi koji su dostupni na Internetu, ili prijedlozi za pogledati u kinu. Nerijetko se na portalu održavaju i premijere novih duhovnih pjesama, recenzije kazališnih predstava i slično.

4.4. Radio Marija

Radio Marija nastala je kao odgovor na poziv koji je pokojni papa Ivan Pavao II. uputio 1987. godine. On je, naime, pozvao vjernike da se uključe u kreiranje projekta „Nove evangelizacije“. *Radio Marija* nastala je kao jedna od inicijativa laika i svećenika koji su na taj način odgovorili na molbu Svetog Oca.

Radio Marija pokrenuta je 1983. godine u gradu Arcellasco d'Erba u Milanskoj biskupiji. Radio je služio kako bi vijesti iz župe, molitve, svete mise i krunice svakoga dana dolazili do slušatelja. Tako je bilo do 1987. godine, kada je osnovana „Udruga Radio Marija“, s ciljem da se radio osamostali i da se program podigne na višu razinu. Od 1990. godine *Radio Marija* Italije smatra se radijskom postajom s nacionalnim pokrivanjem. Te iste godine počele su se i u drugim dijelovima svijeta osnivati Radio Marije, a kao posljedica širenja projekta bio i osnutak „Svjetske obitelji Radio Marije“ (*The World Family of Radio Maria – WFRM*) 1998. godine, kao nevladine neprofitne organizacije. Cilj ove organizacije bio je preuzimanje skrbi za osnutak *Radio Marija* diljem svijeta – i to u administrativnom, tehničkom, financijskom i ustrojbenom smislu. Uz to, poseban joj je zadatak budno pratiti duh misije i evangelizacije, kako bi ista karizma povezivala sve *Radio Marije* u svijetu. WFRM danas ima projekte u 57 zemalja svijeta, na sva četiri kontinenta.¹⁴ Premda projekt ima zajedničke elemente po kojima je prepoznatljiv svugdje u svijetu, istodobno je prilagođen svakoj naciji i podneblju u kojem djeluje. Zbog očuvanja vlastita identiteta, nemaju reklama ni promidžbenoga programa u eteru.¹⁵

4.4.1. Izdavač i financiranje

Izdavač Radio Marije je „Udruga Radio Marija“. Radio se financira donacijama; podupiratelji ovoga projekta nositelji su svih projekata Udruge. Udruga vodi evidenciju svojih članova zbog bolje povezanosti i komunikacije, a članovi Udruge su pojedinci i cijele obitelji. Članovi su ugrađeni i u Statut Udruge.

Dragovoljna materijalna pomoć ključna je za neovisnost Radija i jamstvo da će program biti usmjeren na formaciju, bez ikakvog promidžbenog programa.

4.4.2. Djelatnici

Uz glavnog urednika i zamjenika, na Radiju su zaposleni glazbena urednica, tajnica i producentica, dežurna urednica i voditeljica, te dežurni urednik i voditelj. Program *Radija Marije* kreira glavni urednik koji izrađuje godišnjih plan i shemu programa, odabire suradnike i voditelje i odgovoran je za rad Radija.

U kreiranju programa veliku ulogu imaju i volonteri a takva je suradnja povremena.

¹⁴ Izvor:

http://radiomarija.rs/?page_id=4&fbclid=IwAR3gAbLkYhOmQ6izB9v2WkaXqEuq1zlN8cwsXiLhEb6F7j3-A_CsmLoMdx8 (Zadnje gledano 28. srpnja 2019.)

¹⁵ Izvor: http://www.radiomarija.hr/Udruga/Svjetska-obitelj-Radio-Marije.aspx?fbclid=IwAR3sl6XzAkT4rkeDNru1CBFPB6Ue_qwyW-CVrK6U3o57achqw26axRntqro (Zadnje gledano 28. srpnja 2019.)

4.4.3. Program

Program *Radija Marije* može se podijeliti na informativni program, obrazovni program, program za djecu i mlade, umjetnost i kulturu, te vjerski i glazbeni program.

h) Informativni program

Vijesti - kratka informativna emisija koja se emitira dva puta dnevno. Osim važnih vjerskih zbivanja, donose se kratke vijesti i aktualna događanja iz domovine i svijeta. U jutarnjem terminu donose se informacije minolog, a u večernjem terminu protekloga dana.

Obavijesti i najave - u emisiji se objavljuju događanja iz Crkve i svijeta, kao što su hodočašća, duhovne obnove i pripreve za blagdane, promocije knjiga, koncerti, tribine s aktualnim temama i druga kulturna događanja. Obavijesti dostavljaju župne zajednice, udruge, pokreti i javne institucije. Suradnja sa župnim zajednicama rezultira velikim brojem aktualnih obavijesti. Sve obavijesti nisu komercijalnog karaktera.

Vijesti dana - središnja informativna emisija koja se emitira u 16 i 30 sati, u trajanju od 15-tak minuta. U emisiji se donose vijesti o najvažnijim događanjima u zemlji i svijetu. Od crkvenih vijesti posebno se prate Papini govori i poruke, kao i poruke kardinala i biskupa HBK. Emisija se ne reprizira.

Vijesti hrvatskog programa Radio Vatikana - emisija uživo koju Radio Marija preuzima od hrvatske redakcije službene postaje Svete Stolice. Vijesti traju 20 minuta a vezane su uz aktivnosti Svetoga Oca i drugih ustanova u Vatikanu, Hrvatskoj i diljem svijeta. Cilj je ove informativne emisije promovirati ekumenizam i suživot među ljudima različitih svjetonazora. S obzirom da je Radio Vatikan službena radijska postaja Svete Stolice, prate se nagovori, kateheze pape Franje koji je svojim porukama blizak današnjem čovjeku.

Glas iz Glasa Koncila – cilj emisije je slušatelje izvijestiti o aktualnim događanjima u Crkvi i svijetu. Urednici i voditelji ove informativne, tjedne 15-minutne emisije novinari su katoličkog tjednika Glas Koncila. Emisija se ne reprizira. Slušatelje se upoznaje i s važnijim zbivanjima u nekatoličkim vjerskim zajednicama koje žive na ovom području.

Kronika tjedna - 15-minutna je informativna emisija koja se emitira subotom. Emisija se ne reprizira. Donosi se pregled najznačajnijih događanja protekloga tjedna u domovini i svijetu.

Da život imaju - emisija koja prati događanja u Crkvi u zagrebačkoj nadbiskupiji. Emitira se jednom mjesečno, a uređuju je djelatnici tiskovnog ureda Zagrebačke nadbiskupije. U emisijama se, osim što prate događanja u nadbiskupiji, predstavlja i rad pojedinih Ureda u

Zagrebu. Emisija se emitira uživo. Kontakt sa slušateljima nerijetko rezultira novim idejama i projektima.

Iz srca Europe – cilj je ove emisije slušatelje upoznati s najvažnijim vijestima, događanjima i obrađivanim temama u Europskom parlamentu. Emisiju priprema Alen Legović. U emisijama hrvatski europarlamentarci upoznaju slušatelje s radom Europskog parlamenta i donesenim odlukama koje na osobit način imaju utjecaj na život hrvatskih građana.

Ostale informativne emisije jesu *Vijesti iz Riječke nadbiskupije*, *Vijesti iz Zagrebačke nadbiskupije*, *Vijesti iz Marije Bistrice*, *Vijesti iz Sisačke biskupije*, *Vijesti iz nacionalnog svetišta sv. Josipa*, *Vijesti iz Splitsko-makarske nadbiskupije*, *Splitska panorama*, *Vijesti iz Požeške biskupije*, *Virovitička panorama* i *Vijesti iz Đakovačko-osječke nadbiskupije*.

i) Obrazovni program

Sadržaj obrazovnoga programa Radija Marije podijeljen je prema područjima.

U prvu skupinu ubrajaju se područja povijesti, astronomije, jezikoslovlja, ekonomije, politike i gospodarstva, te kulture i znanosti.

Emisije koje se bave temama iz spomenutih područja jesu *Znanjem do spoznaja*, *Hrvatski martirologij XX. stoljeća*, *Škrinjica-čuvarica* i *Hrvatski pleter*.

Znanjem do spoznaja - ovaj je ciklus emisija obrazovnog karaktera. U emisijama često sudjeluju stručnjaci s područja koje se obrađuje. Emisije se emitiraju u redovitim terminima, dva puta tjedno, u različitim vremenima tijekom dana. U ovom ciklusu emisija obrađuju se područja jezikoslovlja i književnosti, astronomije, teme s područja povijesti, ekonomije, gospodarstva, politike, odgoja te brojne aktualne teme.

Hrvatski martirologij XX. stoljeća – 10-minutna je dnevna emisija. U ovoj emisiji iznosi se kronološki prikaz biskupa, svećenika, bogoslova, sjemeništara, redovnika i redovnica Crkve u Hrvata koji su život završili mučeničkom smrću.

Škrinjica-čuvarica - cilj ove mjesečne emisije je upoznati bogatstvo i različitost naše pisane baštine, usmene predaje i zaslužne ljude koji su znanstvenim djelima obogatili, promicali i sačuvali svekoliko kulturno bogatstvo našega naroda. U ovoj se emisiji predstavljaju i nacionalne manjine u RH. Cilj je upoznati slušatelje s njihovim običajima, kulturom i poviješću.

Hrvatski pleter - emisija posvećena životu Hrvata u iseljeništvu.

U drugu skupinu ubrajaju se područja medicine, stomatologije, defektologije i etike.

Nadom nošeni – emisija je koja se emitira dva puta tjedno i redovito reprizira. Emisiju uređuju i vode stručnjaci iz područja medicine (liječnik opće i obiteljske medicine, psihijatar, psiholog, pulmolog, defektolog, stomatolog, radni terapeut), a pokrenuta je s ciljem promicanja zdravlja i obrazovanja slušatelja (kako očuvati zdravlje, suočiti se s bolešću i liječenjem), kao i senzibilizacije javnosti za što pozitivniji i humaniji suživot s osobama s teškoćama u razvoju.

Izazovi – ova emisija za cilj ima doprinijeti unapređivanju pravne i socijalne države te civilnog društva u kojem stariji i nemoćni svakim danom bivaju stavljeni na margine, ili prepušteni sami sebi. Gosti u emisiji jesu stručnjaci palijativne skrbi i djelatnici u hospicijima, zbog sve izražajnije potrebe za edukacijom slušatelja o potrebama starijih, teško bolesnih i umirućih s namjerom da bi im bila pružena što kvalitetnija skrb i dostojanstven završetak života.

Treće je područje vezano za branitelje i Domovinski rat, a tim se pitanjima bave u emisiji *Snaga Hrvatske*.

Snaga Hrvatske – emisija je posvećena braniteljima Domovinskog rata. Redoviti su gosti u emisiji branitelji, članovi njihovih obitelji, članovi brojnih udruga nastalih nakon Domovinskog rata ili osobe koje su na različite načine doprinijeli stvaranju Hrvatske. Cilj je ove emisije upoznati slušatelje s povijesnim činjenicama nastanka slobodne demokratske RH. U emisiji se pokušava odgovoriti na sljedeća pitanja: „Kako je nastala naša Domovina? Kakvu smo Hrvatsku željeli? Za što su živote i zdravlje dali naši branitelji i civili? Gdje se nalazimo danas i što možemo učiniti?“.

Zadnje se područje odnosi na socijalnu tematiku.

Stranac bijah i primiste me - emisija predstavlja službu za izbjeglice Družbe Isusove baveći se potrebama i problemima migranata, tražitelja azila i izbjeglica u Hrvatskoj.

j) Program za djecu i mlade

Program za djecu i mlade obuhvaća područja odgoja, obrazovanja, medijske pismenosti, ovisnosti i socijalizacije.

Iz tame u svjetlo – emisija u kojoj o temama vezanim uz probleme raznih ovisnosti govore roditelji ovisnika i bivši ovisnici, koji su svoj put izbavljenja pronašli u zajednici *Cenacolo*. Oni svjedoče o poteškoćama s kojima se susreću želeći prekinuti sve veze s društvom u kojem su bili prije ulaska u Zajednicu i tadašnjim načinom života, jer uvijek postoji opasnost povratka u ovisnost.

Zašto baš ja? – emisija je koja se emitira jedno mjesečno, a vode ju bogoslovi Katoličkog bogoslovnog fakulteta Sveučilišta u Rijeci. Svećenički kandidati u emisijama govore o iskustvu poziva kojega su osjetili, objašnjavaju kada i kako su ga prepoznali i kako su na njega odgovorili.

Sedma u Duhu i s duhom - zagrebački gimnazijalci sa svojom profesoricom obrađuju, raspravljaju o brojnim pitanjima i problemima koje zanimaju mlade. Odnose se na teme o odgoju, obrazovanju, politici, društvenim zbivanjima, vjeri, svjetonazoru, kulturi... Cilj je emisije upoznati mlade, njihove načine razmišljanja, probleme i radosti s kojima se susreću na svom putu odrastanja.

Hodaj uza me i budi mi prijatelj – emisija je u kojoj mladi govore o aktivnostima mladih u župnim zajednicama. Emisija je često obogaćena brojnim priložima snimljenima na terenu.

Ignacijevim putovima - emisija je isusovačkih bogoslova koja se emitira jednom mjesečno, a u njoj se govori o bogatstvu i doprinosu isusovačkog reda u školstvu, odgoju i obrazovanju u svijetu, a napose doprinos isusovaca u osnivanju školstva na tlu Hrvatske.

Semper magis – emisija je koju, uz pomoć svoga magistra, uređuju i vode novaci Družbe Isusove u Splitu. U emisiji obrađuju teme koje zaokupljaju mlade koji se nalaze na putu ka ostvarenju duhovnog poziva.

Glas sa Šalate - emisija je koju uz pomoć svoga magistra, uređuju i vode sjemeništarci Međubiskupijskog sjemeništa na Šalati u Zagrebu. Sjemeništarci govore o načinu života u sjemeništu te svjedoče o tome kako su se oni odvažili krenuti ovim putem.

k) Umjetnost i kultura

Radio knjižara – emisija je u kojoj se predstavljaju nova izdanja knjiga i časopisa (tjednika i mjesečnika) vjerskih izdavačkih kuća. Emitira se jednom tjedno.

Čitamo knjigu – emisija je u kojoj se čitaju ulomci štiva koja su često i predstavljena u redovitim emisijama „Radio knjižara“. Emisija se emitira svakoga dana (osim nedjelje), u trajanju od 30 minuta, a potom se u redovitom noćnom terminu reprizira.

Kazalište bez maske – u ciklusu emisija *Bogatstvo u različitosti* obrađuju se teme iz područja umjetnosti i kulture, s posebnim naglaskom na književnost i kazalište. Predstavljaju se književna djela brojnih hrvatskih i stranih autora, čija se djela mogu često pogledati u kazalištima u izvedbi hrvatskih i stranih umjetnika i režiji poznatih režisera. Teatrologinja, profesorica na Akademiji za umjetnost i kulturu u Osijeku, kritički se osvrće na kazališne predstave.

Razgovor o književnom djelu – emisija je u kojoj profesorica hrvatskoga jezika i književnosti analizira književna djela.

Poticaji Stjepana Kranjčića - emisija je Udruge dr. Stjepan Kranjčić koja se bavi promicanjem znamenitih Križevčana, organizira brojne susrete kojima potiče stvaranje suvremenih duhovnih književnih (poezija, proza, igrokazi) i likovnih radova odraslih i djece, protkanih kršćanskim vrednotama.

Spomenica – u ovoj se emisiji slušatelje potiče da se i oni pridruže sakupljanju podataka o važnijim događanjima i osobama kako bi bili uvedeni u spomenice njihovih gradova i župa, i tako ostali trajni spomen budućim generacijama.

Hrvatske vrednote - projekt obuhvaća kulturno-obrazovne manifestacije koje se održavaju na područjima koncesije *Radio Marije*, kao što su „Pasijska baština“, „Dani kršćanske kulture“, „Međunarodna smotra folklora“, „Đakovački vezovi“, „Vinkovačke jeseni“...

l) Vjerski program

Vjerski program na Radiju Marija podijeljen je u 11 područja: duhovnost, Sveto Pismo, socijalnu tematiku, pastoralnu teologiju, katehetiku, liturgiku, mariologiju, moralnu teologiju, povijest Crkve, Socijalni nauk Crkve, te udruge, pokrete, zajednice – katoličke laičke udruge.

- Duhovnost

Molitveni program - na Radiju Marija svakodnevno se prenosi sveta misa, mole molitveni časovi Božanskog časoslova (četiri puta dnevno), Anđeo Gospodnji/ Kraljice Neba, četiri otajstva Gospine krunice (radosna otajstva, otajstva svjetla, žalosna i slavna otajstva), litanije i druge prigodne pobožnosti, ovisno o razdoblju crkvene godine. Svake prve subote u mjesecu prenosi se Cenakul - molitveni susret u čast blažene Djevice Marije. Svake druge subote na programu je susret članova „Vojske Bezgrješne”.

Riječ o Riječi - svakodnevna je petominutna emisija, duhovni poticaj temeljen na evanđelju dana.

Svetac dana - emisija je koja se emitira šest puta tjedno, a cilj je emisije slušatelje upoznati sa životima svetaca i blaženika.

Pozdravi, čestitke i preporuke - emisija je prožeta glazbom, a cilj joj je međusobno povezivanje slušatelja kako bi se mogli međusobno savjetovati, tješiti, pomagati...

Put k Suncu – emisija je postulare za kanonizaciju bl. Ivana Merza a pokrenuta je s ciljem promicanja štovanja bl. Ivana Merza, zaštitnika mladih.

Da svi budu jedno – urednik je ove emisije nacionalni tajnik „Apostolata molitve“ u Hrvatskoj. U svakoj emisiji, koja se emitira jednom mjesečno, urednik tumači nakane toga mjeseca i upoznaje slušatelje s važnošću odabranih nakana.

Oči u oči - emisija je koja se emitira dva puta mjesečno. Urednik emisije tumači biblijsku poruku s praktičnom primjenom u konkretnom životu.

Živjeti ljubav - urednica i voditeljica sa svojim gostima obrađuje aktualna događanja iz društvenog i vjerskog života.

Živimo zajedno – emisija je u kojoj gosti (mladi, obitelji, članovi župnih vijeća, svećenici, redovnici, redovnice) svjedoče o svojim životnim teškoćama i putevima; djelovanju i pomaganju – unutar crkvenog, socijalnog i karitativnog djelovanja.

Proničeš me svega i poznaješ - urednica, dipl. katehistica, u ovoj emisiji ugošćuje osobe iz javnog, političkog, crkvenog, znanstvenog svijeta, kao i svijeta umjetnosti i kulture, koji svjedoče o življenju kršćanstva. Često je riječ o potresnim svjedočanstvima.

Dominik, propovjednik milosti – ovom se emisijom slušatelje upoznaje s bogatom kulturnom, znanstveno-filozofskom baštinom dominikanskog reda.

Sveti u svijetu - urednica i voditeljica emisije sa svojim gostima u svakoj emisiji predstavlja jednu „posebnu“, a sasvim „običnu“ osobu. Cilj je ove emisije tražiti svijetle primjere i uzore u svakodnevicu.

Poruka vedrine – emisija je pokrenuta s ciljem da se slušatelje obavijesti o događanjima u kanonskom postupku za uzdizanje službenice Božje Marice Stanković na čast oltara. U emisiji se prikazuju život i djelovanje službenice Božje i aktivnosti Postulature za beatifikaciju.

Na najvišem valu – emisija je u kojoj kroz glazbu i riječ (duhovne poticaje brojnih svetaca), urednik, svećenik-franjevac, slušateljima daje poticaje i ponudu za duhovnu izgradnju. Glazbom i riječju prati bogati sadržaj liturgijske godine.

- Sveto Pismo

Upoznajmo Bibliju - svakog se jutra čitaju odabrani ulomci iz Biblije. Cilj je emisije slušateljima, a osobito slijepima i slabovidnima, omogućiti upoznati biblijsku poruku.

Riječ Gospodnja – 15-minutna je emisija, homilija koju svećenik iznosi na temelju nedjeljnih čitanja.

U ovo vrijeme – emisija je koja nastoji temeljem Riječi Božje poticati slušatelje na očuvanje vjere, na dobro i razumijevanje među ljudima. Nedjeljna čitanja tumače se u svjetlu današnjice.

- Socijalna tematika

Kap dobrote - emisija je volonterske udruge u kojoj sudjeluju članovi Udruge, volonteri koji svojim djelovanjem pokušavaju ublažiti nevolje i nedaće starijih, bolesnih i napuštenih osoba. Prezentira se rad Udruge, donose izvješća s terena, ističe se broj potrebitih (pad ili porast),

beskućnika, zanemarenih, osoba koje se nalaze na marginama društva te potiče slušatelje na aktivnije zalaganje u svojim sredinama i župama.

Caritas - srce i ruke Crkve – emisija je koju uređuje i vodi djelatnik zagrebačkog Caritasa. Emisija se emitira jednom mjesečno a pokrenuta je s ciljem da se što veći broj ljudi upozna s radom Caritasa Zagrebačke nadbiskupije, potrebama njegovih korisnika i rezultatima različitih akcija u njegovoj organizaciji.

Misije svjetlo svijeta - emisiju uređuje djelatnica Misijskog ureda. Ugošćujući misionare, upoznaje slušatelje s njihovim radom diljem svijeta. Slušatelji imaju priliku čuti brojna iskustva misionara, upoznati se s projektima pokrenutim s ciljem pomaganja i poboljšanja kvalitete života u siromašnim zemljama diljem svijeta.

Biskup Lang - prijatelj siromašnih - emisija je Zaklade biskup Josip Lang, po uzoru na svog osnivatelja biskupa Langa, koji je imao osjećaj za potrebe siromašnih, želi pridobiti pažnju slušatelja za potrebe socijalne svijesti i pomoći sve većem broju potrebitih u društvu. Razvijati socijalnu osjetljivost prema ugroženima, ostavljenima, zaboravljenima, mladima koji se zbog različitih problema ne mogu školovati, danas je od sve većeg značaja.

- Pastoralna teologija

Župna kateheza – emisija je koju vode aktivni i angažirani laici pod vodstvom župnika. Obrađuju se različite aktualne teme iz obiteljskog života: Kako sačuvati harmoničan obiteljski život? Što učiniti kad dođu poteškoće i kako ih rješavati? Važnost dijaloga i komunikacije među bračnim drugovima. Kako odgajati djecu; karitativna djelatnost; organiziranje pomoći siromašnim obiteljima...

Zajedno s Kristom - emisiju uređuje i vodi svećenik, dugogodišnji župnik u nekoliko župa zagrebačke nadbiskupije. U emisiji se obrađuju teme vezane uz rad župe, apostolata, kao i problemi s kojima se susreću vjernici-laici, a i župnici.

- Katehetika

Katehete - urednik i voditelj je svećenik, kateheta, koji kroz emisiju, služeći se konkretnim primjerima, predstavlja slušateljima temeljne istine kršćanstva.

Moj život u vjeri - dio je vjerskog programa sa željom da se slušatelje što bolje upozna s Katekizmom Katoličke Crkve, dokumentima, pobudnicama, enciklikama i ostalim dokumentima koji utječu na izgradnju vjerskog života svakog pojedinca i čitave zajednice.

Poticaji pape Franje - emisiju uređuje i vodi svećenik-karmelićanin koji redovito prati poruke, poslanice, dokumente, svakodnevne aktivnosti pape Franje te ih uz teološka objašnjenja prenosi slušateljima na jednostavan način.

- Liturgika

Iz baštine grkokatolika - cilj je emisije slušatelje upoznati s bogatom liturgijskom, kulturnom i povijesnom baštinom katolika istočnog obreda (grkokatolika). U emisiji se obrađuju i aktualne teme iz života grkokatolika na tlu Hrvatske i susjednih zemalja.

- Mariologija

Marija odgajateljica - emisiju koja obrađuje teme s područja mariologije uređuje i vodi svećenik salezijanac. Cilj je upoznati slušatelje s ulogom BDM, kako u prvim vremenima života Crkve, tako i danas. Marija je bila nadahnuće brojnim slikarima, kiparima, glazbenicima, književnicima... u povijesti, stoga se urednik često osvrće i na značajnu ulogu BDM u razvoju umjetnosti i kulture čovječanstva.

- Moralna teologija

Sjaj Istine - u emisiji se obrađuju aktualne teme s naglaskom na ostvarivanje pravednijeg društva, uljuđenih međusobnih odnosa i pravilno vrednovanje savjesti u postavljanju vrednota.

- Povijest Crkve

Kroz stoljeća Crkve - ovom emisijom želi se upoznati slušatelje Radio Marije s postankom, razvojem i životom Crkve kroz povijest, njezinim unutarnjim ustrojem, liturgijom, znanostu i

umjetnošću, vanjskim djelatnostima, kao i utjecajem na svjetska zbivanja te na poseban način usmjeriti ih na razumijevanje Crkve u povijesti.

- **Socijalni nauk Crkve**

Solidarnost kao put - ova se emisija ostvaruje u suradnji s Katedrom socijalnog nauka Crkve Katoličkog bogoslovnog fakulteta Sveučilišta u Zagrebu. Emisijom se želi omogućiti slušateljima Radio Marije dublje poznavanje sadržaja socijalnog nauka Crkve u odnosu na život vjernika laika.

- **Udruge, pokreti, zajednice – katoličke laičke udruge**

1. Zajednica Molitva i riječ
2. Zajednica kršćanskog života
3. Marijina legija
4. Duhovno pomoći čovjeku
5. Križari
6. Schönstatt - to sam ja
7. Milosti puna – emisija Vojske Bezgrješne
8. Poziv u svijetu
9. Krv Kristova izvor Božje ljubavi

m) **Glazbeni program**

Pjesma moga grada

Mali koncert - tjedna emisija klasične glazbe.

Pjesmom kroz Hrvatsku - cilj je emisije upoznati slušatelje s bogatstvom glazbene baštine različitih krajeva Hrvatske. U emisijama gosti, umjetnici - glazbenici iz pojedinih krajeva

naše domovine, predstavljaju autohtonu glazbu krajeva iz kojih dolaze, kao i vlastito stvaralaštvo.

Nedjeljni koncert - tjedna emisija klasične glazbe.

Kraljica instrumenata - orgulje su jedno od najsloženijih glazbala s tipkama, nazvane i kraljicom instrumenata. Upravo iz tog razloga jedna je emisija u glazbenom dijelu programa posvećena orguljama. Cilj je emisije upoznati slušatelje s graditeljstvom, umjetničkom vrijednošću i glazbeno-melodijskim mogućnostima tog instrumenta.

Pjevajmo Gospodinu pjesmu novu - edukativno-glazbena emisija koju uređuje i vodi priznati hrvatski skladatelj, dirigent i urednik brojnih glazbenih zbirki, Josip degl'IVellio.

Jubilate Deo – emisija je pokrenuta s ciljem da se slušatelje upozna s ne toliko poznatom koralnom glazbom.

4.4.4. Molitveni sadržaji

Na *Radiju Marija* u sklopu Vjerskoga programa svakodnevno se prenosi sveta misa, mole molitveni časovi Božanskog časoslova (četiri puta dnevno), Anđeo Gospodnji/ Kraljice Neba, četiri otajstva Gospine krunice (radosna otajstva, otajstva svjetla, žalosna i slavna otajstva), litanije i druge prigodne pobožnosti, ovisno o razdoblju crkvene godine. Svake prve subote u mjesecu prenosi se Cenakul - molitveni susret u čast blažene Djevice Marije. Svake druge subote na programu je susret članova „Vojske Bezgrješne”.

Dio programa posvećen je upoznavanju i razmatranju Svetoga pisma.

4.4.5. Vijesti iz Vatikana i HBK

U sklopu informativnog programa *Radija Marije*, u emisiji *Vijesti hrvatskog programa Radio Vatikana*, donose se vijesti vezane uz aktivnosti Svetoga Oca te drugih ustanova u Vatikanu. S obzirom da je *Radio Vatikan* službena radijska postaja Svete Stolice, posebno se prate nagovori, kateheze pape Franje.

U središnjoj informativnoj emisiji *Vijesti dana* također se donose Papini govori i njegove poruke, a uz to donose se i one kardinala i hrvatskih biskupa. U programu *Radija Marije* redovito se donose vijesti iz biskupija i nadbiskupija u Hrvatskoj.

4.4.6. Dodatni sadržaji

Uz navedene emisije iz redovitoga programa, na Radiju se nedjeljom u jutarnjem terminu emitira emisija *Čestitamo rođendane*, a svakim danom (osim nedjelje) *Pozdravi, čestitke i preporuke*. Svakoga dana redovito se najavljuje program sljedećega dana.

4.5. Glas Koncila

Glas Koncila katolički je tjednik koji je počeo izlaziti 4. listopada 1962. godine, prema odluci zagrebačkog nadbiskupa Franje Šepera. Počeo je izlaziti kao ciklostilom umnažan bilten koji je izvješćivao o događanju Drugoga vatikanskog koncila. Njegovo je ime bilo *Glas s Koncila*, a odgovorni je urednik bio ravnatelj Nadbiskupskoga duhovnog stola u Zagrebu. Umnažali su ga i dijelili franjevci iz samostana na Kaptolu u Zagrebu te sestre iz Družbe Naše Gospe iz Primorske ulice. Kako je potražnja za biltenom toliko porasla da se ciklostilom više nije moglo zadovoljiti potrebe, pokrenule su se crkvene novine pod imenom *Glas Koncila* s motom: „Novo lice Crkve“. Te su novine službeno počele izlaziti 29. rujna 1963. godine. Izdavač Glasa Koncila bio je Nadbiskupski duhovni stol u Zagrebu a odgovorni urednik ravnatelj te ustanove. Do kraja 1984. godine list je izlazio dva puta tjedno, a od 1. siječnja 1985. izlazi jednom tjedno, a zajedno su ga izdavale Zagrebačka, Splitska, Sarajevska, Riječka i Zadarska nadbiskupija. Od 1987. do 1991. godine izdavač *Glasa Koncila* bila je i Beogradska nadbiskupija. List dodjeljuje nagrade „Zlatna uljanica“ za promicanje etičke i moralne vrijednosti u hrvatskoj filmskoj produkciji.¹⁶

4.5.1. Izdavač i financiranje

Izdavač tjednika *Glas Koncila* Nadbiskupski je duhovni stol u Zagrebu. Od pokretanja lista do danas *Glas Koncila* pojavljuje se i kao izdavačka kuća s do sada izdanih preko 600 naslova. List se financira pretplatama čitatelja i prodajom. U listu se objavljuju i oglasi i reklame, ali u manjem broju. Veći reklamni prostor namijenjen je izdanjima izdavačke kuće „Glas Koncila“.

4.5.2. Djelatnici

Uređivački kolegij uz glavnog urednika i njegova zamjenika čine lektor i osam novinara. List ima svoja dopisništva iz Splita, Rijeke, Đakova, Zadra, Varaždina i Šibenika; svako dopisništvo čini jedan novinar. Splitsko dopisništvo čine i troje suradnika – iz Kotora, Hvara i Dubrovnika.

¹⁶ Izvor: <https://www.glas-koncila.hr/o-nama/>

4.5.3. Sadržaj lista

Kao katoličke novine, *Glas Koncila* izvještava o događajima u Crkvi hrvatskog jezika i općoj Crkvi, te s vjerničkoga stajališta promatra i druge važne događaje, ponajprije u svjetlu etike, kršćanskoga morala i katoličkog društvenog nauka. U listu se nastoji popularizirati vjerske sadržaje i aktualizirati nedjeljne biblijske poruke te se promiče koncilaska obnova. List također prenosi službene stavove vodstva Katoličke Crkve u Hrvatskoj a donosi i neslužbene komentare, potaknute evanđeoskim i crkveno-povijesnim nadahnućima, tekućih pitanja iz crkvenog, nacionalnog i društvenog života. *Glas Koncila* također prati i zbivanja u nekatoličkim vjerskim zajednicama u Hrvatskoj; prate važnija kulturna zbivanja i promiču ljudsku i kršćansku solidarnost. Posebna se pozornost daje priložima za vjersku formaciju odraslih.¹⁷

Stalne su rubrike u listu: *Sedam dana u svijetu*, *Propisi-pravo-pravda*, *(Pri)govor znanosti*, *Nedjeljna biblijska poruka*, *Meditacija*, *Sedam dana u Hrvatskoj*, *Naši razgovori*, *U službi bližnjega*, *Čujem, vidim... pa se stidim*, *Uvod u duhovni život i Crkve i kapele*.

Sedam dana u svijetu – rubrika je u kojoj se kronološki bilježe najvažnija događanja u svijetu, koji su se dogodili u određenom tjednu.

Propisi-pravo-pravda – rubrika je koju uređuje diplomirani pravnik. U rubrici se donose analize društvenih pojava koje utječu na živote ljudi (mirovinski problemi, socijalna nepravda, inicijativa „67 je previše“, socijalna sigurnost...). Naglasak je stavljen na socijalnu pravednost.

(Pri)govor znanosti – u ovoj se rubrici piše o temama vezanim uz okoliš, njegovu zaštitu i načine na koje se uništava. Među temama se tako pojavljuju hormonski otrovi, pravo zdrav okoliš, uporaba umjetnih bojila i slično.

Nedjeljna biblijska poruka – ova je rubrika posvećena komentaru nedjeljnih biblijski čitanja, kako bi se njihova poruka približila čitateljima. Autor komentara je poznati hrvatski bibličar fra Darko Tepert.

Meditacija – autorica u ovoj rubrici iznosi vlastita promišljanja o određenoj temi; nekada je to neki događaj, nekada neka misao/citat, postavljeno pitanje i slično.

Sedam dana u Hrvatskoj – u ovoj se rubrici donosi kronološki pregled najvažnijih događaja u Hrvatskoj.

¹⁷ Izvor: <https://www.glas-koncila.hr/o-nama/>

Naši razgovori – rubrika je posvećena pitanjima čitatelja na koja uredništvo nudi odgovore. Pitanja se najčešće odnose na nedoumice iz življenja vjere, ponajprije na područje morala – što je katoliku dopušteno, što nije i zašto; postavljaju se i pitanja vezana za različite pojave kao što su ukazanja Djevice Marije i njihove poruke, Božja obećanja i slično.

U službi bližnjega – u ovoj se rubrici predstavljaju hrvatske udruge koje na različite načine pružaju pomoć ugroženima na bilo koji način. Među predstavljenim udrugama bile su, primjerice, humanitarna udruga „Fra Mladen Hrkać“, udruga „Hrvatska budućnost“, Udruga za sindrom Down – Zagreb, udruga „Lukjernica“ Dubrovnik... U svakom se broju predstavlja jedna udruga.

Čujem, vidim... pa se stidim – rubrika je u kojoj autor donosi pomalo ironične osvrtne na aktualne pojave u društvu (referendum o mirovini, eutanaziji, raznim moralnim pitanjima...). Osvrti su pisani u obliku dijaloga.

Uvod u duhovni život – u ovoj se rubrici govori o vjerski pojavama koje su oduvijek bile misterij vjernicima; riječ je o ukazanjima Blažene Djevice Marije i ukazanjima općenito, privatnim objavama, izvanrednim pojavama, karizmatičkim fenomenima i slično.

Crkve i kapele – rubrika je u kojoj se predstavljaju javnosti manje poznate crkve i kapelice u Hrvatskoj.

4.5.4. Molitveni sadržaji

U listu se objavljuju sadržaji koji mogu pomoći rastu u duhovnom životu, kao što su komentari nedjeljnih misnih čitanja, no konkretan molitveni sadržaj nije prisutan.

4.5.5. Vijesti iz Vatikana i HBK

Glas Koncila donosi vijesti iz Vatikana, dijelove apostolskih pobudnica Svetoga Oca, njegove poruke... Također, prenose se poruke i propovijedi hrvatskih biskupa. Upravo je naslovnica lista najčešće posvećena sadržaju vezanom uz hrvatske biskupe.

4.5.6. Dodatni sadržaji

Na kraju lista nalazi se oglasni prostor za komercijalne oglase.

4.6. Mali koncil – MAK

Mali koncil (MAK)¹⁸ dječji je mjesečni list koji je započeo izlaziti u ožujku 1966. godine. Pokrenut je s ciljem da se djeci pomogne kako bi bolje upoznala Boga i svoju vjeru, da ih se

¹⁸ Krilatica je *Maloga koncila*: „Cvijet molitve, znanja, igre i prijateljstva“.

upozna s aktivnostima Crkve u Hrvatskoj i svijetu. U časopisu se pojavljuju poučne, ali i rubrike za razbibrigu. Ovaj je dječji časopis poseban i po tome što velik dio sadržaja nastaje u suradnji s mladim čitateljima i njihovim vjeroučiteljima i katehetama.¹⁹

4.6.1. Izdavač i financiranje

Izdavač mjesečnika za djecu *Mali koncil* Nadbiskupski je duhovni stol u Zagrebu. Izdavanje časopisa financira se pretplatama i zaradom od prodaje pojedinačnih brojeva. U časopisu nema oglasnoga prostora.

4.6.2. Djelatnici

Uredništvo časopisa *Mali koncil* čine glavni urednik i v. d. glavnoga urednika, dvoje medijskih dizajnera, grafičarka i lektorica.

4.6.3. Sadržaj časopisa

Na prvoj stranici svakoga broja *Maloga koncila* nalazi se strip „Klara“, dok se na sljedećoj stranici nalazi kratka poruka urednikâ časopisa i sadržaj broja. Na zadnjoj stranici časopisa nalazi se stranica s igrom. Časopis je bogat ilustracijama i fotografijama.

Redosljed rubrika se mijenja u svakom broju. Stalne rubrike koje se javljaju u MAK-u jesu *Makovci javljaju*, *Veliki labirint*, *Dramolet*, *Nedjelja s Isusom*, *Radosni prvopričesnici*, *Priča*, *Geomak*, *Zoomak*, *Saznajemo za vas*, *Proletuše*, *Iz vjeroučiteljeve bilježnice*, *Psihotest*, *Zagonetke*, *Blaževa pošta*, *Šale*, *Mjesec u molitvi*, *Pisma iz misija*, *Pišemo-rišemo*, *Bojim srcem svojim*, *Slikopriča*, *Vjerni vrtić*, *Znam sam*, *Nagradna igra* i *Osmosmjerka*.

Makovci javljaju – rubrika je u kojoj se objavljuju vijesti o vjerskim događanjima u kojima sudjeluju čitatelji MAK-a. Na kraju svake vijesti naznačeno je ime osobe koja je vijest poslala. To je jedan od načina na koji se uredništvo povezuje s čitateljima.

Veliki labirint – rubrika je u kojoj čitatelji upoznaju biblijske likove; zamišljena je tako da se ime biblijske osobe treba spojiti s njenim kratkim životopisom, prolazeći kroz labirint isprepletenih crta. Na taj se način mladi čitatelji kroz igru upoznaju s biblijskim likovima i njihovim pričama.

Dramolet – rubrika je u kojoj objavljuje dramski tekst igrokaza koji su izveli učenici osnovne škole. Ispod teksta se redovito navodi ime autora.

¹⁹ Izvor: <https://mak.glas-koncila.hr/o-nama/>

Nedjelja s Isusom – u ovoj se rubrici donose biblijski tekstovi dviju nedjelja u mjesecu, nakon kojega slijede pitanja koja pomažu čitateljima da provjere koliko su razumjeli i zapamtili, i zadatak. Na kraju je navedena kratka molitva.

Radosni prvopričesnici – rubrika je posvećena prvopričesnicima. Rubrika se sastoji od jednog teksta iz evanđelja, pitanja za prvopričesnike povezana s vjerom i/ili njihovim odnosom prema Bogu, te prostor za bojanje ili crtanje.

Priča – u svakom broju MAK-a objavljuje se jedna priča za djecu iste autorice.

Geomak – rubrika je posvećena temama iz geografije. U svakom broju obrađuje se nova tema, a do sada se je pisalo o „Kopernikanskom obratu“, prvim ljudima na Mjesecu i slično.

Zoomak – rubrika je u kojoj se čitatelje upoznaje s različitim životinjama i njihovim načinom života te zanimljivim pojavama vezanima uz njih.

Saznajemo za vas – u ovoj rubrici čitatelje se informira o novim knjigama, CD-ima, igrama, igračkama, nagradama u području umjetnosti. Sadržaji su prilagođeni uzrastu čitatelja.

Proletuše – rubrika je u kojoj se donose zanimljivosti iz Hrvatske i svijeta.

Iz vjeroučiteljeve bilježnice – rubrika je u kojoj se objavljuje razmišljanje vjeroučiteljice i redovnice o određenoj temi.

Psihotest, Zagonetke, Šale – rubrike su namijenjene zabavi i razbibrizi čitatelja.

Blaževa pošta – rubrika je u kojoj „Blaž“ (osoba skrivena identiteta), odgovara na pitanje čitatelja Maloga koncila. Odgovori su popraćeni humorističnim sadržajem, pisani su jednostavnim stilom i jezičnim izričajem.

Mjesec u molitvi – u ovoj se rubrici donose molitve i tekstovi vezani uz određenu pobožnost; primjerice, u svibnju je riječ bila o marijanskog pobožnosti, dok je lipanj posvećen Srcu Isusovu pa su u skladu s tim objavljeni tekstovi i molitve.

Pisma iz misija – rubrika je u kojoj se objavljuju pisma svećenika, redovnika i redovnica koji djeluju u misijskim zemljama. Misionari pišu o aktualnostima vezanima uz Crkvu iz zemlje u kojoj djeluju te na taj način čitatelje upoznaju s djelovanjem Katoličke Crkve u različitim dijelovima svijeta.

Pišemo-rišemo... – rubrika je u kojoj se objavljuju crteži i pjesme ili kraći prozni tekstovi čitatelja MAK-a. Radove koji će biti objavljeni odabire uredništvo.

Bojim srcem svojim – u ovoj rubrici nalazi se ilustracija za bojanje uz koju se nalazi i nekoliko zadataka. Na taj način čitatelji uče kroz zabavu.

Slikopriča – rubrika je u kojoj se donosi priča u kojoj su dijelovi teksta zamijenjeni sličicama, kako bi djeci bilo zanimljivije čitati.

Vjerin vrtić – rubrika je u kojoj se objavljuju jezične dosjetke vezane uz religijske pojmove ili osobe. Nadopunjavajući slova koja nedostaju ili slažući riječi od ponuđenih slogova, čitatelji upoznaju nove pojmove i osobe iz područja vjere.

Znam sam – u ovoj se rubrici objavljuju kreativni zadaci za čitatelje. Slijedeći upute mogu napraviti zanimljive predmete.

Martin dnevnik – rubrika je u kojoj se objavljuju ulomci iz dnevnika djevojčice Marte.

4.6.4. Molitveni sadržaji

U časopisu se mogu pronaći molitve svecima (onima kojima je posvećen određeni mjesec), molitve Isus u rubrici „Nedjelja s Isusom“, te molitve čitatelja. U MAK-u se donose i tumačenja određenih molitava, odnosno objašnjenja kako se mole.

4.6.5. Vijesti iz Vatikana i HBK

U časopisu nema prostora određenog za vijesti iz Vatikana niti za one koje se odnose na Hrvatsku biskupsku konferenciju. Jedine vijesti koje se objavljuju u časopisu jesu one iz hrvatskih župa koje šalju čitatelji.

4.6.6. Dodatni sadržaji

U svakom broju MAK-a čitatelji dobiju dodatne sadržaje; najčešće su to materijali za rezanje i bojanje, nagradni zadaci, kraći stripovi...

5. Rezultati ankete

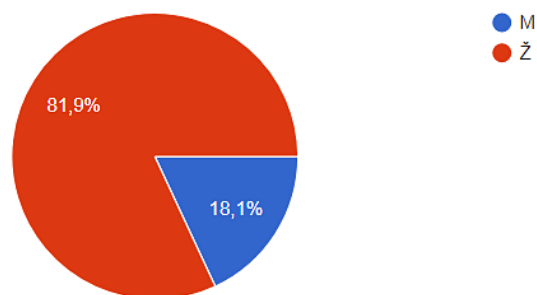
S obzirom na sve veću zastupljenost vjerskih medija u hrvatskom medijskom prostoru, istraživanjem se pokušalo utvrditi kako ih percipiraju konzumenti, te što smatraju kao prednosti i nedostatke istih. Istraživanje je provedeno preko *Facebooka*, jer je on trenutno vodeća platforma za objavu medijskih sadržaja.

U istraživanju je sudjelovalo 859 ispitanika.

Prema rezultatima ankete, većina onih koji prate vjerske portale jesu žene (81,9%), dok je muških čitatelja svega 18,1%.

Spol

847 odgovora

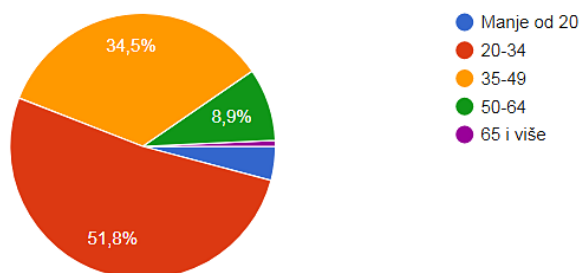


Graf 1. Čitatelji vjerskih portala prema spolu

Što se tiče dobi čitatelja, najviše je onih između 20 i 34 godine te 35 i 49 godina. Najmanje čitatelja je u dobi od 65 i više godina.

Dob

846 odgovora

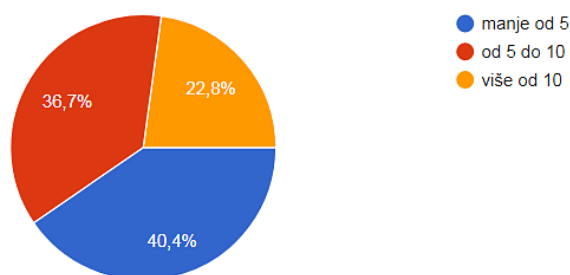


Graf 2. Čitatelji vjerskih portala prema životnoj dobi

Više od 70 posto ispitanika izjasnilo se je da *Facebook* pridonosi njihovom vjerskom životu a vjerske stranice prati više od 80 posto ispitanika. Više od 40 posto istih ima manje od pet vjerskih portala kao prijatelja na *Facebooku* (prati stranice), oko 37 posto prati između pet i 10 vjerskih stranica, dok njih oko 23 posto i više od 10.

Koliki broj vjerskih portala su vaši Facebook prijatelji?

841 odgovor



Graf 3. Broj vjerskih stranica koje ispitanici imaju kao prijatelja na Facebooku

Većina ispitanika vjerske stranice posjećuje dva do pet puta dnevno (33,7%), rjeđe od jednom tjedno posjećuje 21,8%, njih 17,8% vjerske stranice posjećuje jednom dnevno; nešto manje

ispitanika (14, 2%) spomenute stranice posjećuje šest i više puta dnevno, dok najmanji postotak – 12,5% vjerske stranice posjećuje nekoliko puta tjedno.

Kao razlog posjećivanja vjerskih stranica većina je ispitanika navela da im pomažu u duhovnom rastu, da na njima pronalaze sadržaje koji im pomažu u konkretnim životnim situacijama te da imaju priliku čitajući sadržaje i učiti o svojoj vjeri. Velik dio ispitanika stranice, između ostaloga, prati i zbog aktualnosti, zanimljivih sadržaja te zbog toga što ondje mogu pronaći molitvene sadržaje. Neke na stranicama nalaze odgovore jer nemaju na raspolaganju svećenika za razgovor o određenim temama koje ih zanimaju. Dio ispitanika izrazio je negativan stav prema vjerskim stranicama; doživljavaju ih kao „bajke za lakovjerne ljude“, smatraju da ne pridonose formiranju kritičkoga stava te vjeruju da „šire netrepeljivost, mržnju, ksenofobiju, homofobiju, protivne su humanizmu, znanosti, logici“. Percipiraju ih kao sredstvo koje se koristi za manipulaciju ljudima koji nemaju formirane vlastite stavove i kritičko mišljenje.

Hrvatski medijski prostor obiluje vjerskim stranicama; među brojnim, kao one koje najčešće prate/smatraju najboljima ispitanici su naveli portale *Bitno.net*, *Book.hr*, *Medjugorje-info.com*, *Žena vrsna*, *Laudato.hr*, *Živo vrelo*, *Duhovnost.net*, *E-duhovne vježbe*, *Pod smokvom*, *Kršćansku web čitaonicu*; zatim web stranicu *Hrvatskog katoličkog radija*, *Rastimo u Gospodinu*, *Progressus ad infinitum*, *Karmelićani Split*, *stranicu posvećenu pok. svećeniku Tomislavu Ivančiću*, *Putem Ljubavi*, *Hrvatsku katoličku mrežu*, *Nova Eva*, *Biblioteka Figulus*, *Chance for walk*, *Vjera i mladi*. Dio ispitanika izjasnio se je da ne prati vjerske stranice.

Kao prednosti vjerski stranica ispitanici su naveli laku dostupnost informacija, jednostavnost, otvorenost, motivaciju i poticaj na veći angažman u društvu i crkvi te mogućnost rasta u duhovnosti; smatraju da „nisu senzacionalističke“, da su tekstovi na tim stranicama „korisni za život i spasenje“, da su „objektivni i nisu politički obojeni“. Izbjegavanje *clickbatea* i kvaliteta istih također su navedeni kao prednost. Nadalje, ispitanici su kao prednost naveli i brzu reakciju na aktualna zbivanja, mogućnost dijeljenja iskustava, priliku za edukacijom, a prepoznali su ih i kao sredstvo evangelizacije („Netko tko ne ide u crkvu, može slučajno naići na neki članak koji bi ga mogao potaknuti na obraćenje.“); „donose drugu stranu zbivanja u svijetu i ono što se ne može pročitati u ostalim medijima“. Neki od odgovora jesu da „mladom čovjeku daju polet, nadu i entuzijazam da ne odustaje od svojih vrijednosti“ te da nema vijesti iz crne kronike. Vjerske stranice korisne su čitateljima koji žive u inozemstvu gdje nemaju priliku često sudjelovati na Misi.

Neki su ispitanici naveli da nema prednosti jer uglavnom „vjernici vrijeđaju jedni druge“. Dio ispitanika smatra da je „vjeri mjesto u crkvi“.

Svega 23,4% ispitanika uključuje se u komentiranje sadržaja vjerskih medija.

Kao nedostaci vjerskih stranica navedeni su neobjektivnost, premalo svjedočanstava i molitvenih sadržaja, nereálnost i nedostatak jednostavnosti te premalo aktualnosti; premalo interakcije s čitateljima također je navedeno kao nedostatak. Neki ispitanici smatraju da na vjerskim stranicama nedostaje „savjeta za svakodnevni život“, promoviranja mladih nada (glazbenika i slično), tumačenja vjerskih sadržaja i iznošenja stavova Crkve o konkretnim pitanjima (posebice onim intimnije prirode); nadalje, ispitanici smatraju da nedostaje izvještaja o vjerskim aktivnostima u župama i sadržaja za mlade, izražavanja osobnoga mišljenja, više sadržaja i veći broj svećenika koji se uključuju u kreiranje sadržaja. Među istaknutim nedostacima je i to da se ne prihvaća činjenica da ne moraju svi dijeliti iste stavove, „diskriminacija u svim segmentima po pitanju neistomišljenika“ te nedostatak „racionalnog i kritičkog osvrta na svijet“. Neki smatraju da bi dobro da ima više vjerskoga sadržaja, izvještaja s terena i razgovora o aktualnim temama te jasnoće u sadržajima.

Većina ispitanika (77,6%) smatra da nije previše vjerskih sadržaja/stranica na *Facebooku*.

6. Zaključak

Mediji nisu samo puki čimbenik prijenosa informacija; oni aktivno sudjeluju u konstrukciji društvene, političke, ekonomske, kulturalne i svake druge realnosti. Mediji, odnosno komunikacija, važan su čimbenik i kada je riječ o evangelizaciji – temeljnoj zadaći Katoličke Crkve. O medijima se je tek u novije vrijeme počelo govoriti u teološkim krugovima, a razlog zatvorenosti Crkve prema medijima može se pronaći u tome što su se oblikovali u društvu koje je prema kršćanstvu bilo ravnodušno ili mu se je otvoreno protivilo. Prvi korak ka promjeni učinio je Papa Pio XI. koji je u medijima prepoznao sredstvo koje može pomoći tome da se Evanđelje proširi po cijelom svijetu. U koncilskom dekretu *Inter Mirifica* Crkva i mediji prikazani su kao sugovornici pozvani na dijalog i na taj bi se trebali i međusobno obogaćivati.

Zadaća je vjerskih medija informirati i formirati te ponuditi kvalitetne sadržaje za duhovnu izgradnju. Od novinara u vjerskim medijima očekuje se da budu spremni na dijalog, da informacije budu dostupne, jasno izrečene stavove, transparentnost u djelovanju te suvremenost u medijskom govoru. Od njih se očekuje neprestana otvorenost prema medijima, čak i onda kada se može pretpostaviti da neće biti dobronamjerni prema Crkvi. Kada je riječ o Crkvi, medijima je u izvještavanju zanimljivo sve konfliktno, posebice ako je vezano uz hijerarhiju te sve ono vezano s okultnim, odnosno sve ono što ne spada u kategoriju redovitih događanja. Za evangelizacijsko djelovanje ključno je znati kako doći do običnog čovjeka. Zato je izrazito važno danas, kada je u društvu uočena dominacija digitalnih medija, da Crkva prati promjene i uključuje se u evangelizaciju i na taj način.

Analizom vjerskih medija (*Laudato televizije*, portala *Bitno.net-a* i *Book.hr-a*, *Glasa koncila*, *Maloga koncila*, te *Radija Marije*), utvrđeno je da se razlikuju po svojoj misiji, broju zaposlenih, načinu financiranja te oblikovanju sadržaja. Svaki je vjerski medij organiziran ovisno o kojoj je vrsti medija riječ, a zajedničko većini njih je da pokušavaju ponuditi sadržaje koji bi obuhvatili sva životna područja, ne samo duhovnost i sadržaje vezane uz Crkvu. Analizirani se mediji razlikuju i po količini molitvenoga sadržaja te prisutnosti vijesti iz Vatikana i HBK. Dok su kod nekih medija (*Glas koncila*, *Laudato televizija*, *Radio Marija* i portal *Bitno.net*) gotovo pa dominantne, na ostalim medijima su slabije zastupljene što se može opravdati misijom istih. Dodatnim sadržajima, koji u većini primjera nisu isti, „razbijena“ je klasična struktura što daje dodatnu dinamičnost i čini medij privlačnijim konzumentima.

Nadalje, provedenim istraživanjem utvrđeno je da su korisnici medijskih sadržaja većinom žene, a većina ispitanika vjerske stranice posjećuje dva do pet puta dnevno. Kao najčešći razlozi za posjećivanje tih stranica navedeni su rast u duhovnom životu, sadržaji koji pomažu u konkretnim životnim situacijama, te prilika za učenje o vjeri. Dio ispitanika izrazio je negativan stav prema vjerskim stranicama. Percipiraju ih kao sredstvo koje se koristi za manipulaciju ljudi koji nemaju formirane vlastite stavove i kritičko mišljenje. Kao prednosti vjerski stranica ispitanici su naveli laku dostupnost informacija, jednostavnost, otvorenost, motivaciju i poticaj na veći angažman u društvu i crkvi, te mogućnost rasta u duhovnosti. Neki ispitanici su naveli da nema prednosti jer uglavnom „vjernici vrijeđaju jedni druge“. Dio ispitanika smatra da je „vjeri mjesto u crkvi“. Kao nedostaci vjerskih stranica navedeni su neobjektivnost, premalo svjedočanstava i molitvenih sadržaja, nerealnost i nedostatak jednostavnosti te premalo aktualnosti. Većina ispitanika smatra da nije previše vjerskih sadržaja/stranica na *Facebooku*.

Značajna prisutnost vjerskih medija u hrvatskom medijskom prostoru govori o njihovoj važnosti i ulozi. Samim time to je područje postalo izrazito zanimljivo i za medijska istraživanja, ponajprije zbog sve većeg interesa korisnika.

U Koprivnici, listopada 2019.

Literatura

Knjige:

Hromadžić, Hajrudin. 2014. *Medijska konstrukcija društvene zbilje*. AGM.

Hrvatska biskupska konferencija. 2006. *Crkva i mediji. Pastoralne smjernice*. Glas Koncila. Zagreb.

Labaš, Danijel. 2008. Međuljudska komunikacija, novi mediji i etika. *Zbornik radova Okrugloga stola s međunarodnim sudjelovanjem*. Ur. Danijel Labaš. Zagreb.

Malović, Stjepan. 2005. *Osnove novinarstva*. Golden Marketing – Tehnička knjiga. Zagreb.

Malović, Stjepan. 2007. *Mediji i društvo*. Sveučilišna knjižara. Zagreb.

McCesney, Robert Waterman. 2015. *Digitalna isključenost: kako kapitalizam okreće internet protiv demokracije*. Biblioteka Basic. Zagreb.

McGonagle, Tarlach; Van Eijk, Nico. 2014. *The role of regional media as a tool for building participatory democracy*. University of Amsterdam.

Tornielli, Andrea. 2013. *Papa Franjo: Jorge Mario Bergoglio: cjelovita biografija - život, ideje i poruke*. Verbum, Split.

Časopisi:

Bogešić, Robert. 2019. Crkva i mediji – evangelizacija ili manipulacija. *Kairos: Evanđeoski teološki časopis 1*. 97-109.

Bozanić, Anton. 1998. Evangelizacija i sadašnja nova evangelizacija. *Obnovljeni život: časopis za filozofiju i religijske znanosti 2*. 141-150.

Burilović, Silvana; Tanjić, Željko. 2013. Kršćanstvo i internet – izazov za teologiju? *Crkva u svijetu: Crkva u svijetu 1*. 88-106.

Časni, Danijel. 2019. Potreba i mogućnost evangelizacije putem interneta. *Kairos: Evanđeoski teološki časopis 1*. 83-95.

Mučalo, Martina; Šop, Silvio. 2008. Nova publika novih medija. *Informatologia 1*. 51-55.

Novak, Krunoslav i dr. 2016. Religija i Internet – novi izazovi življenja vjere. *Obnovljeni život* 3. 389-403.

Peran, Suzana. 2018. Vjerski mediji u službi unutarcrkvenog dijaloga. Medijska komunikacija Crkve u Hrvatskoj na tragu smjernica HBK Crkva i mediji. *Bogoslovska smotra* 3. 853-871.

Tkalec, Gordana. 2009. U hipermarketu hiperteksta : književni tekst na internetu. *Nova Croatica : časopis za hrvatsku književnost i kulturu* 3. 51-60.

Valković, Jerko. 2017. Crkva i mediji – izazov za teološko-pastoralno promišljanje i djelovanje. *Crkva u svijetu: Crkva u svijetu* 3. 417-433.

Valković, Jerko. 2011. Evangelizacija u eri medija: mogućnosti i problemi komuniciranja. *Bogoslovska smotra* 3. 675-696.

Valković, Jerko. 2015. Papa Franjo i novi oblici komunikacije u naviještanju radosti evanđelja. *Riječki teološki časopis* 1. 19-42.

Valković, Jerko. 2009. Supsidijarnost u hrvatskom medijskom prostoru. Problemi i mogućnosti djelovanja. *Bogoslovska smotra* 1. 113-146.

Internetski izvori:

Bitno.net. O nama. Dostupno na: <https://www.bitno.net/o-nama/> (Zadnje gledano 17. kolovoza 2019.)

Internet. Dostupno na: <http://www.enciklopedija.hr/natuknica.aspx?ID=27653> (Zadnje gledano 12.8.2019.)

Ivan Pavao II. 1993. *Propovijed. Pastoralni pohod Siciliji.* Dostupno na: https://w2.vatican.va/content/john-paul-ii/it/homilies/1993/documents/hf_jp-ii_hom_19930509_agrigento.html (Zadnje gledano 17. kolovoza 2019.)

Glas Koncila. O nama. Dostupno na: <https://www.glas-koncila.hr/o-nama/> (Zadnje gledano 5. kolovoza 2019.)

Katolička Crkva. Dostupno na: <http://www.enciklopedija.hr/natuknica.aspx?id=30901> (Zadnje gledano 17. kolovoza 2019.)

Kolucki, Barbara; Lemish, Dafna. *Kako komunicirati s djecom.* Dostupno na:

http://www.unicef.hr/wp-content/uploads/2015/09/Prirucnik_Kako_komunic_HR_web__1_.pdf

Kumar, Manoj. 2018. *India drops plan to punish journalists for "fake news" following outcry*. Dostupno na:

<https://www.reuters.com/article/us-india-fakenews/india-drops-plan-to-punish-journalists-for-fake-news-following-outcry-idUSKCN1HA0MI> (Zadnje gledano 12. srpnja 2019.)

Laudato televizija. Info. Dostupno na: <https://laudato.tv/faq/> (Zadnje gledano 19. kolovoza 2019).

Mali koncil. O nama. Dostupno na: <https://mak.glas-koncila.hr/o-nama/> (Zadnje gledano 16. kolovoza 2019.)

Social Networks: portals of truth and faith; new spaces for evangelization. Dostupno na: http://w2.vatican.va/content/benedict-xvi/en/messages/communications/documents/hf_ben-xvi_mes_20130124_47th-world-communications-day.html (Zadnje gledano 15. kolovoza 2019.)