

# Prisutnost župa Splitsko-makarske nadbiskupije u virtualnom prostoru u vrijeme lockdowna

---

Jeličić, Ana; Bitanga, Kristina

Source / Izvornik: **Služba Božja : liturgijsko-pastoralna revija, 2022, 62, 5 - 47**

Journal article, Published version

Rad u časopisu, Objavljena verzija rada (izdavačev PDF)

<https://doi.org/10.34075/sb.62.1.1>

Permanent link / Trajna poveznica: <https://urn.nsk.hr/urn:nbn:hr:227:715155>

Rights / Prava: [Attribution 4.0 International](#)/[Imenovanje 4.0 međunarodna](#)

Download date / Datum preuzimanja: **2024-11-24**

SVEUČILIŠTE  
U  
SPLITU



SVEUČILIŠNI  
ODJEL ZA  
FORENZIČNE  
ZNANOSTI

Repository / Repozitorij:

[Repository of University Department for Forensic Sciences](#)



UNIVERSITY OF SPLIT

  
dabar  
DIGITALNI AKADEMSKI ARHIVI I REPOZITORIJI

Ana Jeličić – Kristina Bitanga  
PRISUTNOST ŽUPA SPLITSKO-MAKARSKE NADBISKUPIJE U  
VIRTUALNOM PROSTORU U VRIJEME LOCKDOWNA  
*Presence of parishes of the Split-Makarska Archdiocese  
in the virtual space during the lockdown*

UDK: 27-772(497.583):004.087]:616-036.21“1919/1921”  
27-774:004.087]:616-036.21“1919/1921”

Izvorni znanstveni rad  
Original scientific paper  
Primljeno 1/2022

### Sažetak

*Svako novo komunikacijsko sredstvo oblikuje novu komunikacijsku paradigmu zbog čega Katolička Crkva otvoreno, ali s oprezom, prihvaća svako „čudesno iznašašće tehnike” i iskoristava njegovu snagu i potencijale kako bi vršila, jačala i unaprjeđivala svoje apostolsko djelovanje. Danas, u vrijeme epidemije koronavirusa ona je mnoga obavijesna sredstva pretvorila u „suvremene propovjedaonice”. Ovaj rad donosi rezultate istraživanja i odgovor na pitanje kako su reagirale pojedine župe u Splitsko-makarskoj nadbiskupiji u vrijeme mjere lockdowna, odnosno jesu li župnici otvorili crkvu u virtualnom prostoru. Osim toga, pregledom odabranih povijesnih dokumenata i kratkom analizom pokušalo se pokazati da su oni svakako imali dobro uporište i razlog da se otvore novim komunikacijskim tehnologijama u vrijeme epidemije. Naime, brojni crkveni dokumenti, oni koji datiraju od II. vatikanskog koncila pa do najnovije poruke pape Franje povodom Svjetskog dana društvenih komunikacija, zaređene osobe i vjernike laike medijski su opismenjivali i kontinuirano poticali da iskoriste to „divno oruđe” za novo iskustvo zajedništva, dijeljenja, slavlja i evangelizacije. Za istraživanje su korištene metode analize sadržaja i komparacije. Podatci su preuzeti iz Tiskovnog ureda Splitsko-makarske nadbiskupije te s internetskih stranica i društvenih mreža svake od župa Nadbiskupije. Potom su sumirani i analizirani te se komparacijskom metodom došlo do traženih rezultata.*

*Ključne riječi: komunikacija, masovni mediji, društvene mreže, internet, evangelizacija, medijska pismenost, lockdown.*

## UVOD

Komunikacija je složen proces koji omogućuje sazrijevanje i rast čovjeka u čovječnosti, ali i dinamičnu aktivnost preko koje se ljudi povezuju i socijaliziraju, te tako oblikuju čitavu kulturu i grade zajedničku budućnost. Forme kojima su se ljudi dominantno služili u određenom vremenu kako bi izmjenjivali misli, ideje, želje, osjećaje i snove, oblikovale su povijesne epohe, pa tako teoretičari i povjesničari ljudske komunikacije govore o četirima velikim kulturama: usmenoj, pismenoj, tiskarskoj i elektroničkoj kulturi. Danas smo dionici i sukreatori takozvane digitalne ili informacijske kulture.

Komunikacija nije samo ljudska sposobnost. Sva živa bića međusobno komuniciraju, međutim, ljudska komunikacija predstavlja proces koji se u značajnoj mjeri neprestano razvija, oblikuje i transformira. Zbog kompleksnosti ljudske komunikacije ona se od 30-ih godina prošlog stoljeća znanstveno, kontinuirano i sustavno proučava. Komunikologija se relativno brzo ugnijezdila u znanstvenu zajednicu, a zbog svoga interdisciplinarnog karaktera ostvaruje dijalog s brojnim i raznorodnim znanstvenim i inim područjima ljudske djelatnosti, tako, među ostalima, i s teologijom.

Praktična teologija nezamisliva je bez komunikacije. Da je tomu tako, pokazat će nam kratki povijesni pregled i analiza odnosa Katoličke Crkve prema masovnim medijima i komunikacijskim tehnologijama, od njihovih ranih početaka u tridesetim godinama prošlog stoljeća pa sve do danas.

Temeljno je poslanje Crkve prenositi, naviještati, propovijedati i tumačiti sadržaj vjere kako bi se vjernici upoznali s Božjom riječju i spasenjskom porukom, te nadasve kako bi povjerovali u Radosnu vijest i svoju vjeru širili. Prvo komunikacijsko sredstvo, ujedno i sredstvo kojim se Crkva u naviještanju najduže služila, jest riječ. Usmenu predaju obogatila je pisana riječ, a otkada su se rukopisi počeli tiskati i kako je rasla pismenost među ljudima, tako je rasla i ponuda u mogućim načinima, pristupima i metodama naviještanja i evangelizacije. Masovni mediji koji su preplavili kućanstva u drugoj polovici prošlog stoljeća, od radija preko televizijskog uređaja pa sve do interneta na početku 21. stoljeća, crkveni poglavari i Učiteljstvo prihvaćali su masovne medije i njima se koristili kako su dolazili na medijsku scenu, ali uvijek s mjerom opreza.

Puno prije ekspanzije medijske produkcije i distribucije, te eksplozije tehnologije u prostoru ljudske komunikacije, Crkva je prepoznala snagu i potencijal masovnih medija, s pomoću kojih može još uspješnije propovijedati na krovovima na što je od samih početaka poziva evanđelist Matej, a što Crkva opetovano ponavlja (usp. Mt 10, 27).

*Crkva bi se osjećala krivom pred Gospodinom kad ne bi upotrijebila ta moćna sredstva koja ljudski um svakodnevno čini još savršenijim. Pomoću njih ona poruku koju čuva 'propovijeda na krovovima'. U tim sredstvima ona nalazi uspješni oblik suvremene propovijedaonice. Zahvaljujući njima, ona je u stanju govoriti masama. Upotreba sredstava društvenog priopćivanja uza sve to za evangelizaciju predstavlja trajni izazov: evanđeoska poruka bi preko tih sredstava morala doprijeti do ljudskih mnoštava, ali opet tako da bude kadra taknuti savjest svakoga pojedinca, ući u srce svakoga kao da je on jedini, sa svime što kao pojedinac ima najosobnije te polučiti pristanak i posve osobno zalaganje (EN 46).*

Povijesno i kronološki gledano, prethodno navedenim riječima iz apostolske pobudnice pape Pavla VI. *Evangelii nuntiandi*<sup>1</sup> prethodio je II. vatikanski sabor koji je dao „zeleno” svjetlo otvaranju Crkve prema sredstvima društvenog priopćivanja u konstituciji *Gaudium et spes*<sup>2</sup> te dekretu *Inter mirifica*<sup>3</sup>. Iako su ovi dokumenti možda glasnije odjeknuli u javnosti, bilo bi nepošteno u ovom kontekstu izostaviti enciklike pape Pija XI. o filmu iz 1936. godine, *Vigilanti cura*<sup>4</sup>, te encikliku *Miranda prorsus*<sup>5</sup> njegova nasljednika, Pija XII., iz 1957. godine, o radiju i televiziji. Ove poslanice stigle su do javnosti vjerojatno prije nego što su u većinu kućanstva ušli prvi uređaji masovne komunikacije.

Nakon koncilskih dokumenata uslijedili su tijekom godina brojni drugi napatci, dokumenti i smjernice Crkve, kao reakcija na nova sredstva društvenog priopćivanja kako su se ona

<sup>1</sup> Papa Pavao VI., *Evangelii nuntiandi*, Kršćanska sadašnjost, Zagreb, 2000.

<sup>2</sup> Drugi vatikanski koncil, *Gaudium et spes*, u: Dokumenti, Kršćanska sadašnjost, Zagreb, 2008.

<sup>3</sup> Drugi vatikanski koncil, *Inter mirifica*, u: Dokumenti, Kršćanska sadašnjost, Zagreb, 2008.

<sup>4</sup> Papa Pio XI., *Vigilanti cura*. Dokument nije preveden na hrvatski jezik. Dostupan na: [http://w2.vatican.va/content/pius-xi/en/encyclicals/documents/hf\\_p-xi\\_enc\\_29061936\\_vigilanti-cura.html](http://w2.vatican.va/content/pius-xi/en/encyclicals/documents/hf_p-xi_enc_29061936_vigilanti-cura.html).

<sup>5</sup> Papa Pio XII., *Miranda prorsus*. Dokument dostupan na: [https://www.vatican.va/content/pius-xii/en/encyclicals/documents/hf\\_p-xii\\_enc\\_08091957\\_miranda-prorsus.html](https://www.vatican.va/content/pius-xii/en/encyclicals/documents/hf_p-xii_enc_08091957_miranda-prorsus.html).

pojavljivala na tržištu i ulazila u svagdanju uporabu. *Communio et progressio*<sup>6</sup> (1971.) i *Aetatis novae*<sup>7</sup> (1992.) prethodili su pojava i masovnoj upotrebi interneta, a nakon umrežavanja čitavog svijeta internetom, uslijedile su brojne pastoralne upute o ophođenju s masovnim medijima.<sup>8</sup> Crkva je prebacivala fokus i interes od informiranja vjernika o novim sredstvima komunikacije, preko „uputa” za njihovu upotrebu, pa do etičke refleksije glede masovne komunikacije i nove tehnologije. Na taj način ona je informirala, ali i senzibilizirala javnost, posebice vjernike, o ulozi i snazi masovnih medija te posljedicama koje medijski sadržaji mogu imati na pojedince i na obitelj.

Osim ovim dokumentima, Crkva iskazuje trajnu i kontinuiranu brigu glede odnosa prema medijima kroz *Svjetski dan sredstava društvene komunikacije* koji se slavi u nedjelju nakon Uzašašća već pedeset pet godina, otkada ga je ustanovio Papa Pavao VI. 1967. godine.

Zalaganja crkvenog učiteljstva u tom pogledu postupno su izgrađivala odnos Crkve prema medijima, a plodovi te otvorenosti i suradnje došli su do izražaja u vrijeme epidemije virusa SARS-CoV-2 koja je zahvatila svijet početkom 2020. godine. Kada je uslijedila najstroža mjera *lockdowna* u svrhu suzbijanja epidemije, Katolička je Crkva morala kao i sve druge institucije zatvoriti vrata svojih građevina, ali i brzo pronaći načine kako ostati uz vjernike, nastaviti s dušobrižništvom i bdjeti nad duhovnim potrebama ljudi koji su se našli zatvoreni u svojim domovima.

U ovom ćemo radu pokazati je li zaživjela „virtualna Crkva” u Splitsko-makarskoj nadbiskupiji u vrijeme i nakon zdravstvene mjere *lockdowna*, no prije toga nužno se barem ukratko osvrnuti na odnos i stav Crkve prema sredstvima društvenog priopćivanja općenito, a posebice na području Splitsko-makarske nadbiskupije.

---

<sup>6</sup> Papinsko vijeće za sredstva društvenog priopćivanja, *Communio et progressio*, Kršćanska sadašnjost, Zagreb, 2002.

<sup>7</sup> Papinsko vijeće za sredstva društvenog priopćivanja, *Nadolaskom novoga doba Aetatis novae*, Kršćanska sadašnjost, Zagreb, 1998.

<sup>8</sup> Izdvajamo sljedeće: *Pornografija i nasilje u sredstvima društvenog priopćivanja* (1985.), *Kriteriji za ekumensku i međureligijsku suradnju na području sredstava društvenog priopćivanja* (1989.), *Upute za odgoj budućih svećenika u odnosu na sredstva društvenog priopćivanja* (1986.), *Stotinu godina kina* (1995–1996.), *Etika u oglašavanju* (1997.), *Etika u sredstvima društvenog priopćivanja* (2000.), *Etika na internetu* (2002.), *Crkva i internet* (2002.) te apostolsko pismo pape Ivana Pavla II. *Brzi razvoj* (2005.).

## 1. STAV KATOLIČKE CRKVE PREMA NOVIM KOMUNIKACIJSKIM TEHNOLOGIJAMA I KOMUNIKACIJSKOJ PARADIGMI

Prodor tehnologije u sferu međuljudske komunikacije promijenio je način međuljudske komunikacije. Tehnološki napredak manifestirao se u obliku sve sofisticiranijih komunikacijskih uređaja, električnih, potom elektroničkih i, naposljetku, digitalnih. Takav napredak iznjedrilo je neprocjenjive instrumente za evangelizaciju, pastoral i katehezu. Stoga je razumljivo da ih Crkva otpočетка smatra „čudesnim iznašaćem tehnike“<sup>9</sup> koji stoje u funkciji „evanđeoskog kvasca“.<sup>10</sup>

Iako se nerijetko, čak i danas, smatra kako Crkva ima negativan stav prema modernim sredstvima društvenog priopćivanja te da od njih zazire, da ih izbjegava i podcjenjuje, istina je sasvim suprotna. U prvim crkvenim dokumentima, dekretima i naptcima koji se bave problematikom masovnih medija, Crkva govori o snazi i potencijalu sredstava društvene komunikacije.

Naime, kako stoji u dokumentu *Communio et progressio*, napredak ljudskog roda ostvaruje se kroz zajedništvo, zbližavanje ljudi i povezivanje koje omogućuju upravo medijska sredstva. Crkva je prepoznala njihovu ulogu u razvoju odgojnih djelatnosti i dijaloga te se uvjerila kako se s njima može boriti protiv zaostalosti u raznim sferama života, ali i svijeta, kroz kvalitetne odgojne i zabavne sadržaje.<sup>11</sup> Crkva je odmah uvidjela sociološki, ali i kulturni potencijal masovnih medija. No, trebalo je vremena da se njihovo značenje otkrije i na području teologije, pastorala i kateheze, odnosno da se oni implementiraju u život Crkve i u njezine redovite oblike kateheze i evangelizacije.

Na teoretskoj razini stav Crkve u vezi s tim pitanjem jasno je izrečen već u dekretu II. vatikanskog sabora, *Inter mirifica* gdje se Učiteljstvo izjasnilo o prednostima i opasnostima novih sredstava društvenog priopćivanja. Vidjeli su ih kao „efikasnu pomoć čovječanstvu“ (IM 2), sredstva koja mogu zahvatiti mnoštva ljudi i kultura na način koji je prije njihova nastanka i uporabe bio nezamisliv. Masovni mediji mogu doprinijeti odmoru i naobrazbi te širenju i učvršćivanju Božjeg kraljevstva, zbog čega Crkva

<sup>9</sup> Usp. Papinsko vijeće za sredstva društvenog priopćivanja, *Communio et progressio*, Kršćanska sadašnjost, Zagreb, br. 7.

<sup>10</sup> Vidi više u: Antolović, Josip, *Pastoralna instrukcija »Communio et progressio«*, *Obnovljeni život*, vol. 27, br. 4, 1972, str. 393–402.

<sup>11</sup> Usp. *Communio et progressio*, Kršćanska sadašnjost, Zagreb, 2002., 45–100.

ima naravno pravo upotrebljavati i posjedovati ta sredstva, ali i zadaću bdjeti nad njima. U dekretu koji je svjetlo dana ugledao davne 1963. godine Učiteljstvo je pozvalo sinove Crkve da novu tehnologiju „bez oklijevanja i s najvećim marom prema potrebama vremena i prilika djelotvorno upotrijebe u mnogim djelima apostolata” (IM 13).

Vrlo konkretno, Sveti Sabor odredio je i zapovjedio da se „posvuda ustanove i svim sredstvima potpomognu nacionalni uredi za štampu, film, radio i televiziju” (IM 21) sa zadaćom da produciraju sadržaje od vrijednosti za obitelj, promicanje dostojanstva čovjeka, one koji pridonose čudorednosti i čovječnosti, istinskoj kulturi, moralu i krepostima, one koji ne idu na štetu savjesti vjernika te koji prožimaju korisnike religioznim istinama i tako doprinose kršćanskom oblikovanju ljudskog društva (IM 14–17).

Svjesna mogućih štetnih utjecaja masovnih medija Crkva je pozvala i na budnost te zahtijevala, ne samo od poglavara mjesnih Crkava već i od vjernika laika koji rade u službi kršćanskog odgoja i naviještanja Riječi Božje, što veću zauzetost i odgovornost glede masovnih medija. Taj zadatak dobio je na težini s pojavom i uporabom interneta.

### 1.1. *Potencijal interneta u evangelizaciji*

*Communio et progressio* istaknuo je kako nova tehnološka iznašašća, a pogotovo u području obavijesnih sredstava, pružaju nove načine susreta s evanđeoskom istinom (CP 128). Među njima je danas upravo internet najveće tehnološko komunikacijsko iznašašće, odnosno najveći *areopag* današnjeg vremena,<sup>12</sup> po riječima pape Ivana Pavla II.

Internet je promijenio način na koji ljudi međusobno komuniciraju i na koji tumače svoj vlastiti život i stječu iskustva, ali je izvršio i veliki utjecaj na religiju i Katoličku Crkvu u cijelosti, stoji u dokumentu Papinskog vijeća za sredstva društvenog priopćivanja *Crkva i internet*<sup>13</sup> objavljenom 2002. godine. Srušivši geografske i vremenske barijere koje ograničavaju komunikaciju,

---

<sup>12</sup> Papa Ivan Pavao II., *Redemptoris missio. Enciklika o trajnoj vrijednosti misijske naredbe*, Kršćanska sadašnjost, br. 37.

<sup>13</sup> Papinsko vijeće za sredstva društvenog priopćivanja, *Crkva i internet*, Informativna katolička agencija, 2002. Dokument dostupan na: <https://ika.hkm.hr/novosti/crkva-i-internet/>.



internetom se Radosna vijest, kao i sve ostale vijesti, mogu čuti i dijeliti diljem svijeta i to nepojmljivom brzinom.

Pontifikat pape Ivana Pavla II. preklapa sa dotad neviđenim razvojem tehnologije u prostoru komunikacije, stoga ne čudi njegov interes za društveno obavijesna sredstva, a posebice internet koji je u trećem tisućljeću umrežio svijet u globalno selo.

Iste godine kad i *Crkva i internet* objavljen je i dokument *Etika u obavijesnim sredstvima*<sup>14</sup> kojim se upozoravalo na moralna načela i odgovornost na internetu, ali se svratila pozornost i na njegove prednosti ako se njime služi u evangelizacijske svrhe.<sup>15</sup> Istodobno je papa Ivan Pavao II., obilježavajući *Svjetski dan sredstava društvene komunikacije*, 2002. poslao javnosti poruku: „Internet novi forum za navještaj Evanđelja.” Tom prigodom Papa je internet nazvao „divnim oruđem” te je izrazio vjeru u Crkvu koja oboružana Kristovim evanđeljem može internetom promicati kulturu dijaloga, sudjelovanja, solidarnosti i pomirenja te omogućiti Knezu mira da uđe na taj „forum”.<sup>16</sup>

Godinu dana prije, njegova poruka prilikom spomenute manifestacije glasila je poput zapovijedi: „Propovijedajte po krovovima: Evanđelje u doba globalne komunikacije.” Papa je tada poručio: „Neka katolici zauzeti u svijetu društvenih obavijesnih sredstava još radosnije i još hrabrije naviještaju s krovova Isusovu istinu tako da svi muškarci i sve žene mogu upoznati ljubav koja je središte Božje objave samoga sebe u Isusu Kristu, koji je isti jučer i danas i uvijek” (usp. Heb 13, 8).<sup>17</sup>

Dvadeset godina poslije, u doba globalne krize uzrokovane epidemijom koronavirusa, vjernici se su više nego ikada prije u povijesti trebali uhvatiti upravo tog zadatka. To su mahom i činili svugdje po svijetu, u nemogućnosti da drugačije pastoralno djeluju. Podatke o tome kako i u kojoj su mjeri reagirali svećeni-

<sup>14</sup> Papinsko vijeće za sredstva društvenog priopćivanja, *Etika u obavijesnim sredstvima*, Informativna katolička agencija, 2002. Dokument dostupan na: <https://ika.hkm.hr/novosti/etika-na-internetu/>.

<sup>15</sup> Takav jedan pozitivan primjer mogućnost je sudjelovanje u bogoslužju osoba koje ne mogu pohoditi crkve, što nova tehnologija i internet s lakoćom omogućuju.

<sup>16</sup> Papa Ivan Pavao II., Poruka za 36. svjetski dan društvenih obavijesnih sredstava, 12. svibnja 2002., *Internet novi forum za navještaj Evanđelja*. Dostupno na: <https://ika.hkm.hr/novosti/internet-novi-forum-za-navijestanje-evanđelja/>.

<sup>17</sup> Papa Ivan Pavao II., Poruka za 35. svjetski dan društvenih obavijesnih sredstava, 27. svibnja 2001., *Propovijedajte po krovovima: Evanđelje u doba globalne komunikacije*. Dostupno na: <https://ika.hkm.hr/novosti/propovijedajte-na-krovovima-evanđelje-u-doba-globalne-komunikacije/>.



ci u Splitsko-makarskoj nadbiskupiji donosimo u trećem dijelu ovog rada.

No, prije toga, potrebno se osvrnuti na još jedno iznašašće suvremene tehnologije, a to su društvene mreže koje su također odigrale ključnu ulogu u evangelizaciji u dobu korone, a na koje se Crkva znatno ranije osvrnula.

### 1.2. Društvene mreže kao novo iskustvo zajedništva

Papa Benedikt XVI. za 47. svjetski dan sredstava društvene komunikacije poslao je vjernicima poruku: „Društvene mreže: vrata istine i vjere; novi prostori evangelizacije.” Kako stoji u naslovu poruke, Papa je istaknuo pozitivan stav glede društvenih mreža. One imaju veliki potencijal za evangelizaciju, dapače, digitalna stvarnost nije manje važna u odnosu na fizičku. Mreže olakšavaju dijeljenje duhovnih i liturgijskih bogatstava, pružaju čovjeku prigodu za molitvu, meditaciju ili dijeljenje Božje riječi.<sup>18</sup> One jednostavno pružaju iskustvo zajedništva, poručio je Papa 2013. godine. Točnost tih riječi obistinila se upravo u vrijeme korona-krize kada su ljudi različite vidike svoje vjere živjeli upravo na digitalnim komunikacijskim mrežama. Facebook, Instagram, Twitter, TikTok, tijekom 2019. i 2020. godine, a pogotovo za vrijeme strožeg *lockdowna*, postali su jedina mjesta okupljanja vjernika. Bez njih, ono bi bilo nemoguće. Društvenim medijima tada su se okrenule i neke župe Splitsko-makarske nadbiskupije i time nedvojbeno pomogle vjerskom i duhovnom životu svojih župljana i šire.<sup>19</sup> Nemamo podataka u kojoj su mjeri tomu doprinijeli vjernici laici za vrijeme pandemije koronavirusa, međutim, njih Crkva već dugo vremena poziva i ohrabruje što se svakako očitivalo u služenoj medijskoj komunikaciji i djelatnostima u okrilju Tiskovnog ureda Splitsko-makarske nadbiskupije, o čemu ćemo dalje govoriti.

U vrijeme *lockdowna* nesagledivost mogućnosti koje se kriju u virtualnom prostoru došle su do svog punog izražaja. J. Strujić, referirajući se na F. Pasqualettija i C. Nannija, piše kako je obilježje virtualne stvarnosti što ona „jedinствено i funkcio-

---

<sup>18</sup> Papa Benedikt XVI., Poruka za Svjetski dan sredstava društvene komunikacije 2013., *Društvene mreže: vrata istine i vjere; novi prostori evangelizacije*, Dostupno na: <https://ika.hkm.hr/dokumenti/drustvene-mreze-vrata-istine-i-vjere-novi-prostori-evangelizacije-2/>.

<sup>19</sup> Točne podatke donosimo u trećem dijelu ovog rada.

nalno ujedinjuje sva komunikacijska svojstva mreže: suradnju, bespodručnost, komunikacijsku aktivnost, navigaciju, interaktivnost i trodimenzijalnost, rezultirajući iskorakom iz korisnosti komunikacijskog alata u dinamičnost životnog prostora<sup>20</sup>. Velika je prednost virtualnog prostora što ima mjesta za sve, dakle čitavu vjersku zajednicu koja se može s lakoćom uključiti u novu dinamiku evangelizacije i kateheze.<sup>21</sup>

Internet i sav potencijal koji se u njemu još djelomično krije, a koji je rezerviran za buduća vremena i generacije, već se sada može naslutiti. Čovjek se njime služi u svojoj svagdašnjici tako što upravo na *mreži* zadovoljava osnovne potrebe, u koje pripadaju komunikacija, uspostavljanje poznanstava i njihovo daljnje razvijanje u odnos. Snaga interneta i tehnologije upravo je u tome što olakšavaju čovjeku ispunjenje tih najdubljih i vječitih čežnji za drugim bićem. *Mreža* je zapravo ljudski prostor, mjesto kamo čovjek zalazi kako bi bio s drugim ljudima, kako bi očuvao kontakt sa starim prijateljima, kako bi se informirao, kupio knjigu, organizirao putovanje, podijelio interese ili ideje i to unutar svoje svagdašnjice, smatra A. Spadaro. Za ovog isusovca *mreža* nije instrument komunikacije već je ona evolvirala u kulturni ambijent koji određuje način mišljenja, stvara nove prostore za nove edukacijske modele, stimulira i učvršćuje veze. Najvažnija je činjenica da je taj ambijent integralni dio ljudske svagdašnjice. Dva svijeta o kojima govorimo, realni i virtualni, nisu više dva zasebna svijeta, niti su više dva paralelna svijeta. To

<sup>20</sup> Jure Strujić, *Evangelizacijsko poslanje Crkve i novi oblici komunikacije*, Katolički bogoslovni fakultet Split, Split, 2015., str. 23.

<sup>21</sup> Nemali broj znanstvenih radova hrvatskih autora bavi se utjecajem interneta na evangelizaciju i katehezu. Nažalost, nemoguće ih je u ovom radu sve obuhvatiti i analizirati. Ipak, neki od njih mogu pomoći u boljem razumijevanju uloge interneta u teološkopastoralnom radu pa ih navodimo: Jerko Valković, *Evangelizacija u eri medija: mogućnosti i problemi komuniciranja*, Bogoslovska smotra, Vol. 81 No. 3, 2011.; Krunoslav Novak, Jerko Valković, *Religija i internet – novi izazovi življenja vjere*, Obnovljeni život, vol. 71., br. 3, 2016., str. 389–402; Marijo Volarević, Mihael Prović, *Važnost korištenja novijih sredstava komunikacije u katehizaciji i odgoju mladih za etiku komunikacije*, Crkva u svijetu, vol. 52, br. 3, 2017., str. 501–522; Jure Strujić, *Internet i evangelizacija – izazovi i mogućnosti*, Crkva u svijetu, vol. 52, br. 3, 2017., str. 475–500; Danijel Labaš, *Komunikacija (u) novim medijima. Facebook – nova (župna) zajednica?*, Mediji i nova evangelizacija (Medien und neue Evangelisierung), Danije Labaš, Adolf Polegubić (ur.), Hrvatski dušebrižnički ured, Frankfurt am Main, 2021., str. 59–82; Jure Strujić, *Evangelizacijsko poslanje Crkve i novi oblici komunikacije*, Katolički bogoslovni fakultet Split, Split 2015.; Jure Strujić, *Društvene mreže, evangelizacija i kateheza*, Bogoslovska smotra, vol. 86, br. 2, 2016., str. 441–462.

su dva svijeta koja se prožimaju u jedan jedini svijet, jedan prostor u kojem čovjek svakodnevno istodobno prebiva.<sup>22</sup> Danas se ljudi mahom socijaliziraju i informiraju preko društvenih mreža, makar one svojim korisnicima pružaju brojne druge usluge. Tako primjerice, Facebook profil ima svog kreatora, nekoga tko stoji iza određenog profila; svaki profil ima publiku, promatrače i pratitelje; sadržaj koji se objavljuje na Facebooku (kao i drugim društvenim mrežama) komentira se, diskutira i raspravlja u društvu te tako zapravo od korisnika pretvara novi sadržaj te oblikuje međuljudske odnose. Društvene mreže stoga nisu samo društveni fenomen već su i kulturni, smatra F. Colombo, te u tom smislu imaju moć utjecaja na pojedince, na načine komuniciranja i socijaliziranja te na očekivanja ljudi jedni od drugih, ali i od okoline.<sup>23</sup> Imajući u vidu da je *mreža* integralni dio našeg svijeta, mjesto naših svagdanjih aktivnosti i kulturni ambijent onda Crkva, ako želi biti uz čovjeka, želi mu se obratiti, ili mu pomoći, mora biti prisutna u tom svijetu.

Jedna od odlika društvenih mreža jest demokratičnost, stoga Crkva koja želi doći do vjernika ovim suvremenim putovima u digitalnoj areni mora biti ravnopravna sa svojim sugovornicima. Kako piše J. Krzewicki, „nova sredstva komunikacije ne prihvaćaju samo predavaonice, propovjedaonice, nego nadasve ognjišta, s interaktivnim sudjelovanjem u kojem je svatko protagonist, gdje je svatko pojedinačno u središtu pozornosti drugih”.<sup>24</sup> Zbog toga Crkva ne smije govoriti „svisoka”, niti nuditi konačne odgovore, niti bombardirati digitalni ambijent dogmatskim porukama. Digitalni prostor, posebice prostor društvenih mreža, mjesto je za dijalog u kojem Crkva može oslušivati potrebe, strahove i najdublje čežnje vjernika koji su danas naučeni izražavati se upravo u tom prostoru, možda i više nego u crkvenom.

Stoga, Crkva nije pozvana samo ponuditi religiozne i duhovne sadržaje na internetu, već ima zadaću i snagu da virtualni prostor humanizira i da od *mreže* učini zajednicu ljudi. Claudio M. Celli piše: „Dio izazova za Crkvu u području digitalnih

---

<sup>22</sup> Usp. Antonio Spadaro, *Cyberteologia. Pensare il cristianesimo al tempo della rete*, Vita e Pensiero, Milano, 2013., str. 16–17.

<sup>23</sup> Usp. Fausto Colombo, *Ecologia dei media. Manifesto per una comunicazione gentile*, Vita e Pensiero, Milano, 2020., str. 24.

<sup>24</sup> Usp. Jarosław Krzewicki, *Masovni mediji kao predmet evangelizacije u teološkoj perspektivi apostolske pobudnice Evangelii Gaudium*, Crkva u svijetu 52, br. 3, 2017., str. 398.

medija je uspostaviti kapilarno umreženu prisutnost koja će se moći učinkovito suočiti s raspravama, polemikama i dijalozima koje društveni mediji pospješuju, a koji potiču izravne, osobne i argumentirane odgovore koji nisu ostvarivi u centraliziranim institucijama.”<sup>25</sup> Kao veliku prednost društvenih mreža F. Mazza izdvaja bogatstvo načina i modela koje *mreža* nudi čovjeku (vjerniku) kako bi on uspostavio i održavao kontakte, prijateljstva, suradnju, ili jednostavno, kako bi bio „prisutan uz drugoga” bez obzira na to poznaje li toga drugog ili ne.<sup>26</sup>

Osim toga, vjernik u virtualnom prostoru dobiva priliku za novo religiozno iskustvo. Tako, primjerice, Carlo Meneghetti u digitalnim komunikacijskim uređajima i društvenim mrežama vidi humanizirane alate koji u rukama vjernika mogu postati značajni instrumenti ljudskog iskustva koji obuhvaća i iskustvo odnosa čovjeka s Bogom, što na koncu održava ljudsku svagdašnjicu zdravom i kršćanskom.<sup>27</sup> „Ako Boga smatramo čvorom unutar mreže, veće grupe bi mogle biti povezane ne samo zajedničkom idejom nego i posebnom društvenom vezom sa svim ostalim vjernicima. (...) Ljudi koji osjećaju povezanost s Bogom mogli bi se na određen način osjećati povezani s ostalima, jer je preko Boga svatko „prijatelj svog prijatelja”, smatra D. Labaš.<sup>28</sup> Papa Franjo prigodom 50. Svjetskog dana sredstava društvene komunikacije (2016. godine) poručio je: „Komunikacija, njezina mjesta i njezina oruđa pomogli su mnogima da prošire svoje obzore. To je Božji dar i ujedno velika odgovornost. Sviđa mi se definirati tu moć komunikacije kao ‘bliskost’. Susret između komunikacije i milosrđa je plodan u mjeri u kojoj rađa bliskost koja pokazuje brigu, tješi, ozdravlja, prati i slavi. U podijeljenom, rascjepkanom i polariziranom svijetu komunicirati s milosrđem znači pridonijeti dobroj, slobodnoj i solidarnoj bliskosti između Božje djece i braće u čovječstvu.”<sup>29</sup> Tri godine poslije, još u vremenu prije pandemije,

<sup>25</sup> Claudio M. Celli, *Rastuća prisutnost Crkve u digitalnom svijetu*, Crkva u svijetu 52, br. 3, 2017., str. 387.

<sup>26</sup> Usp. Franco Mazza, *Nove tehnologije u službi evangelizacije*, Kateheza 24, br. 2, 2002., str. 129.

<sup>27</sup> Carlo Meneghetti, *Elementi di teologia della comunicazione. Un percorso tra etica e religione*, Libreriauniversitaria.it edizione, Padova, 2105., str. 239.

<sup>28</sup> Danijel Labaš, *Komunikacija (u) novim medijima. Facebook – nova (župna) zajednica?*, u: *Mediji i nova evangelizacija. Medien und neue Evangelisierung*, Frankfurt am Main, 2012., str. 71.

<sup>29</sup> Papa Franjo, *Poruka za 50. svjetski dan sredstava društvene komunikacije* 24. siječnja 2016. Dostupno na: <https://www.vatican.va/content/francesco/hr/>

papa se Franjo istom tom prigodom (53. svjetski dan sredstava društvene komunikacije), govoreći o komunikaciji i virtualnim zajednicama, pozvao na sliku jednog tijela i udova te je rekao: „Slika tijela i udova podsjeća nas da je korištenje društvene mreže dopuna stvarnom i opipljivom susretu koji oživljava kroz tijelo, srce, oči, pogled, dah drugoga čovjeka. (...) Metafora tijela i udova navodi nas na razmišljanje o našem identitetu, koji se temelji na zajedništvu i drugosti. Kao kršćani svi se prepoznavamo kao udovi jednog tijela čija je glava Krist.”<sup>30</sup>

Ostati na okupu i u zajedništvu u vrijeme epidemije virusa Covid-19, a posebice za trajanja strože mjere *lockdowna* bilo je nemoguće jer su sve sigurnosne smjernice i odluke nacionalnih stožera za zaštitu zdravlja i života pozivale čovjeka da se izolira i da se udalji od svojih bližnjih. U tome povijesnom trenutku, internet i društvene mreže nisu više bile produžetak žive komunikacije, već jedini način ostvarivanja zajedništva. Tako papa Franjo 2021. godine u svojoj poruci za Svjetski dan sredstava društvene komunikacije „Dođi i vidi’ (Iv 1, 46). Komunicirati susrećući osobe tamo gdje jesu i kakve jesu” za internet tvrdi da sa svojim nebrojenim oblicima izražavanja na društvenim medijima može povećati mogućnost pripovijedanja i dijeljenja s drugima, omogućiti mnogo više očiju uperenih prema svijetu neprestanog protoka slika i svjedočanstava. „Potencijalno svi možemo postati svjedoci događaja o kojima bi inače tradicionalni mediji propustili izvješćivati, dati svoj doprinos kao građani, otkriti više, također pozitivnih, priča. Zahvaljujući internetu imamo priliku pripovijedati o onome što vidimo, što se odigrava pred našim očima i dijeliti svjedočanstva s drugima.”<sup>31</sup> Dok je te godine razmišljao o nužnosti »doći i vidjeti« kako bismo otkrili stvarnost i o njoj mogli pripovijedati, polazeći od osobnog iskustva događaja i od susreta s ljudima, 2022. godine u svojoj Poruci za 56. svjetski dan sredstava društvene komunikacije papa Franjo

---

messages/communications/documents/papa-francesco\_20160124\_messaggio-comunicazioni-sociali.html.

<sup>30</sup> Papa Franjo, Poruka za 53. svjetski dan sredstava društvene komunikacije, 24. siječnja 2019. ‘*Udovi smo jedni drugima*’ (Ef 4, 25). *Od social network communities do ljudskih zajednica*. Dostupno na: <https://ika.hkm.hr/novosti/udovi-smo-jedni-drugima-ef-4-25-od-social-network-communities-do-ljudskih-zajednica/>.

<sup>31</sup> Papa Franjo, Poruka za 55. svjetski dan sredstava društvene komunikacije, 24. siječnja 2021. ‘*Dođi i vidi*’ (Iv 1, 46). *Komunicirati susrećući osobe tamo gdje jesu i kakve jesu*. Dostupno na: <https://hbk.hr/dodi-i-vidi-iv-1-46-komunicirati-susrecuci-osobe-tamo-gdje-jesu-i-kakve-jesu/>.

naglasak stavlja na slušanje koje je po njemu ključno za gramatiku komunikacije i uvjet za istinski dijalog. Ističe kako u komunikacijskom i informatičkom području slušanje doživljava nov važan razvoj, zahvaljujući različitim *podcastovima* i *audiochat* ponudama, a to je potvrda da slušanje ostaje temeljno za ljudsku komunikaciju. „Sposobnost slušanja društva u ovom vremenu ranjenom dugotrajnom pandemijom, dragocjenija je nego ikad”,<sup>32</sup> zaključuje Papa.

Papa je na ovim mjestima zapravo pozivao vjernike, kao i uvijek, na čitanje znakova vremena, a vrijeme pandemije u povijesnom je, kulturnom, zdravstvenom, a onda i u vjerskom smislu bilo i još je itekako znakovito. Možda je upravo ova situacija doprinijela nastojanjima u pitanju sinodalnosti. No, činjenica je da već desetljećima Crkva poziva vjernike laike na zauzetost i suradnju u području medijske djelatnosti.

## 2. ZAUZETOST I ULOGA VJERNIKA LAIKA U MEDIJSKOM PROSTORU EVANGELIZACIJE

U okvirima medijskog djelovanja Crkva je prije šezdeset godina pozvala vjernike na posebnu odgovornost. U Dekretu *Inter mirifica* izričito piše: „Uostalom, prije svega zadaća je laika da ožive takve instrumente čovječjim i kršćanskim duhom, da sasvim odgovaraju velikom iščekivanju ljudskog društva kao i božanskom planu” (IM 3).

Formiranjem ureda i centara za društvene komunikacije i medije, na nacionalnim, regionalnim, a potom i lokalnim nivoima u okviru biskupija, zahtijevao se sve veći angažman vjernika laika i njihovo obrazovanje u području sredstava društvenog pripočivanja nakon Koncila. Daljnji prijedlozi i smjernice za osnivanje prvih biskupijskih ureda za medije i za javnost došli su od pape Pavla VI. koji je otvorenost prema medijima pokazao u apostolskoj pobudnici o evangelizaciji u suvremenom svijetu *Evangelii nuntiandi*.

Tu se vrlo konkretno poziva na angažman vjernika laika u zahtjevnom medijskom području. Oni *moraju nastojati da se ostvare sve one kršćanske i evanđeoske mogućnosti koje su skrivene,*

<sup>32</sup> Papa Franjo, Poruka za 56. svjetski dan sredstava društvene komunikacije, 24. siječnja 2022. *Slušati uhom srca*. Dostupno na: <https://hbk.hr/slusati-uhom-srca/>.



*ali se već naslućuju i djeluju u stvarima ovoga svijeta. Vlastito polje njihova evangelizacijskog rada je veliki i složeni svijet politike, društvenog života, gospodarskih odnosa, ali i svijet kulture, znanosti, umjetnosti, međunarodnog života, sredstava društvenog priopćivanja, (...), stoji u pobudnici (EN 70).*

Navještaj kraljevstva Božjeg i spasenja što je u središtu Isusove blagovijesti nije lako prenositi suvremenom čovjeku jezikom masovnih medija, no to je bio i ostao ključni zadatak Crkve, od Koncila do danas. Kako bismo znali o kakvim je to zadacima riječ, pozvat ćemo se na spomenutu pobudnicu gdje nalazimo da naviještati evanđelje (evangelizirati) znači: unijeti Radosnu vijest u svaku ljudsku sredinu (EN 18); prevrnuti mjerila ljudskog prosuđivanja, ustaljene vrednote, interese, misaona kretanja, ishodišna nadahnuća i životne obrasce koji su unutar ljudskoga roda u suprotnosti s Božjom Riječi i njegovim naumom spasenja (EN 19); evangelizirati kulture (EN 20); dati prostor životnim svjedočanstvima (EN 21); razglašavati-*kérygma*, propovijedati ili katehizirati (EN 22); životno i zajedničarski pridruživati (EN 23); i apostolski djelovati (EN 23). S druge strane, sadržaj evangelizacije prebogat je (EN 25–39), a samim time i neiscrpan izvor tema i sadržaja za medijsko izvještavanje. Međutim, potrebno je znati formirati te sadržaje i prevesti ih na „jezik” ljudi 21. stoljeća, što zahtijeva stručnu edukaciju medijskih djelatnika.

U pastoralnoj instrukciji *Communio et progressio* koju je stručna komisija sastavila kao pripomoć u realizaciji prijedloga i smjernica objedinjenih u koncilskom dekretu *Inter mirifica*, navode se vrline katoličkih novinara i drugih medijskih djelatnika. To su dobra nakana, odgovornost za zajedničko dobro, poučljivost prema Božjem Duhu i učiteljstvu Crkve, objektivnost, poštovanje ljudske osobe i tuđeg mišljenja, istinoljubivost te kritičnost prema sebi i svome mišljenju. Kako bi vijesti došle do vjernika i dale evanđeoskog ploda, nije dovoljno imati samo ove ljudske vrline već su potrebna stručna znanja i vještine te etička odgovornost svih dionika medijske komunikacije. S. Peran tako navodi kako je osim crkvenih dokumenata koji se odnose na medije važno poznavanje etičkih načela i socijalnog nauka Crkve. Smatra kako se tako može uspješnije djelovati na obrazovanje pošiljatelja i primatelja medijske poruke. „Pri tome se ne bi trebalo raditi o vjerskoj poduci novinara, nego o poticaju novinarima i svima onima koji su odgovorni u medijima i za medije, bez obzira bili katolici ili ne, da svoje medijsko djelovanje temelje na etičkim načelima



i odgovornosti te u korist pojedinaca i društva u kojem djeluju i cijele ljudske zajednice.”<sup>33</sup>

Kako bi u svome medijskom poslanju i zvanju bili što uspješniji, potrebo je cjeloživotno učenje i medijsko opismenjivanje, i kreatora vijesti i korisnika, odnosno publike.

### 2.1. *Moralna dužnost medijskog opismenjivanja*

U četvrtom broju dekreta *Inter mirifica* nalazimo smjernice glede kreiranja i konzumiranja medijskih sadržaja za koje možemo utvrditi kako su preduhitrile predmete medijske pismenosti i medijskog odgoja o kojima se danas sve više govori unutar različitih školskih kurikula i društveno angažiranih odgojno-obrazovnih programa. Koncil je pozvao na oprez i na istraživanje, procjenu i vrednovanje medijskog sadržaja, prilike i okolnosti njegova nastanka, oprez glede osoba koje ih kreiraju, razumijevanje okolnosti, mjesta i vremena, te analiziranje načina djelovanja, odnosno utjecaja medijskih sadržaja na korisnike (IM 4). Osim toga, dok se pripadnici suvremene kulture, ali i medijski djelatnici tek danas ozbiljno bore protiv dezinformacija i takozvanih *fake newsa*, Koncil je gotovo proročki definirao na kakve informacije javnost ima pravo. Informacije i sadržaji koji se stvaraju i posreduju preko masovnih medija trebaju biti istiniti, moralno ispravni, prikladni, i nikada ne smiju biti na štetu prava i dostojanstva čovjeka. Piscu ovog dekreta nisu zapostavili ulogu ni odgovornost primatelja na kojima je zadatak ispravnog izbora sadržaja te stjecanje i primjena vještina u razumijevanju i kritičkom vrednovanju onoga što prate preko medija (IM 9–10). U pastoralnoj uputi koja je uslijedila kako bi pripomogla realiziranju koncilskih planova, *Communio et progressio*, dodaje se kako „korisnik može postati aktivan kad mu pođe za rukom da brižno tumači vijesti, prosuđujući ih u svjetlu prijašnjih zbivanja i općem kontekstu (...)”. (CP 82). Takav poziv na oprez i na obrazovanje glede medijske industrije, načina funkcioniranja, učinaka i jezika medija sasvim je opravdan jer, kako stoji u dokumentu *Etika u obavijesnim sredstvima*, medijski sadržaji obuhvaćaju čitavu zbilju, ali i više od toga, „od vijesti do čiste

<sup>33</sup> Suzana Peran, *Mediji u krizi o Crkvi u krizi*, u: Komunikacija i mediji u krizi, Danijel Labaš (ur.), Sveučilište u Zagrebu, Hrvatski studiji, Zagreb, 2011., str. 237.

zabave, od molitve do pornografije, od kontemplacije do nasilja”. (br. 8). Zbog toga su svi sudionici komunikacijskog procesa koji se događa posredstvom medijskih uređaja pozvani na trajno i aktivno moralno rasuđivanje i refleksiju.

### 3. MEDIJSKA DJELATNOST U OKRILJU SPLITSKO-MAKARSKE NADBISKUPIJE

Hrvatska biskupska konferencija reagirala je s vremenom na crkvene napore glede prihvaćanja i implementiranja novih komunikacijskih sredstava u pastoralne djelatnosti različitog tipa i općenito u evangelizacijske procese na tragu spomenutih dokumenata. Ustanovila je 22. travnja 1993. Informativnu katoličku agenciju sa sjedištem u Zagrebu s ciljem kreiranja i posredovanja crkvenih i vjerskih informacija javnosti. Prva vijest emitirana je 10. studenoga 1993. godine.<sup>34</sup>

Tek godinu dana poslije, tadašnji nadbiskup Splitsko-makarske nadbiskupije Ante Jurić, osnovao je Tiskovni ured Splitsko-makarske nadbiskupije. Unatoč tomu službenom osnivanju središnjice za medijsku komunikaciju SMN, još od 1990. godine na Radio Splitu, svake nedjelje, emitirala se vjerska emisija „Vjera i život”. Sve do danas, ova radijska vjerska emisija donosi pregled i najave crkvenih događanja te, s obzirom na nedjeljna čitanja, slušateljima nudi i prigodnu meditaciju. U vlastitoj produkciji Tiskovni ured SMN danas, osim te radijske, ima i dvije televizijske emisije.

Lokalna splitska televizijska kuća *TV Jadran* emitira vjerske emisije iz produkcije Tiskovnog ureda SMN od 2005. godine. Televizijska vjerska emisija „Vidljivi tragovi” emitira se od 2006., a da je na početcima prikazivanja i produciranja, tijekom 2005. godine, nosila naziv „Ustanite hajdemo”. Od 2010. godine, emisija se režira, snima i montira u televizijskom studiju Splitsko-makarske nadbiskupije. Urednici koji su se godinama izmjenjivali zadržali su prepoznatljivu koncepciju emisije: razgovor u studiju sa stručnim gostima o aktualnim crkvenim, vjerskim, društvenim, kulturnim, obrazovnim i znanstvenim temama te kratki priloge s terena.

---

<sup>34</sup> Usp. IKA, *S radom započela Hrvatska katolička mreža (HKM)*. Preuzeto s: <https://www.smn.hr/16-kultura/3512-s-radom-zapocela-hrvatska-katolicka-mreza-hkm>.

Druga televizijska vjerska emisija u produkciji Splitsko-makarske nadbiskupije „Radosna vijest” emitira se od 2012. godine na istoj televiziji. Prethodno se emitirala na drugoj lokalnoj televizijskoj kući *TV Dalmaciji* i nosila je naziv „Stopama vjere”. Kao i „Vidljivi tragovi”, i ova televizijska vjerska emisija danas se producira u televizijskom studiju SMN. Koncipirana je kao emisija mozaičkog karaktera koja informira javnost o aktualnim crkvenim događanjima, predstavlja vijesti iz svijeta kulture te najavljuje planirana zbivanja.

Ove dvije televizijske vjerske emisije od 2019. godine emitiraju se i u programu *Laudato* televizije. Uzimajući u obzir premijerno prikazivanje ovih emisija na obje televizije te njihove reprize, medijski sadržaj SMN dostupan je gledateljima diljem Hrvatske i šire čak osam puta tjedno. Također, emisije su trajno dostupne i na Youtube kanalu SMN.

Kako vidimo po ovome kronološkom prikazu, radijska emisija „Vjera i život” te televizijska vjerska emisija „Vidljivi tragovi” prethodili su pastoralnoj smjernici *Crkva i mediji* Hrvatske biskupske konferencije iz 2006. godine kada se HBK postavila poput kormilara potičući, pozivajući i navodeći mjesne, lokalne crkve i nadbiskupije da skoče s medijske platforme i zapliva u moru sadržaja kako bi vjernicima ponudili ne samo medijske vjerske tematike već i ozbiljne i sustavne crkvene medije.<sup>35</sup> U međuvremenu Ured za mlade SMN ostvario je medijsku suradnju s *Laudato TV* i *Radio Marijom* preko kojih je jednom tjedno emitirao emisiju „Tebi pripadam” sve do 2021. godine.

Dakle, što se tiče vidljivosti i prisutnosti na internetu, Splitsko-makarska nadbiskupija posjeduje svoju službenu *web*-stranicu, Facebook stranicu te Youtube kanal, a osim ovih digitalnih medija već dugo čuva i njeguje tradiciju izdavanja crkvenog glasila SMN „Vjesnik”. Kako bi se uspješno odvijao unutarcrkveni dijalog na razini Hrvatske biskupske konferencije, Tiskovni ured SMN ostvaruje suradnju s Informatičkom katoličkom agencijom (IKA), katoličkim tjednikom *Glas koncila* te međumrežnom medijskom platformom HBK, *Hrvatskom katoličkom mrežom* koja je osnovana 2019. godine.

<sup>35</sup> Jesu li i kakvim su konkretnim plodovima urodile ove pastoralne smjernice iz dokumenta *Crkva i mediji*, Hrvatske biskupske konferencije iz 2006. g., na razini Hrvatske, vidjeti u: Suzana Peran, *Vjerski mediji u službi unutarcrkvenog dijaloga. Medijska komunikacija Crkve u Hrvatskoj na tragu smjernica HBK »Crkva i mediji«*, Bogoslovska smotra 88, 2018., str. 853–871.

Upravo je krajem te godine započela globalna zdravstvena kriza koju je izazvala epidemija koronavirusa koja se odrazila na sve sfere života, od zaštite zdravlja, preko poslovanja i obrazovanja, pa tako i komunikacije, i licem u lice i medijski posredovane komunikacije. Unatoč novonastaloj situaciji, medijska produkcija SMN nije obustavljena. Dapače, dodatno je ojačana prijenosima misnih slavlja iz splitske katedrale sv. Dujma preko Facebook i Youtube kanala Nadbiskupije.

Do najvećih je promjena, naravno, došlo u pastoralu koji se za vrijeme trajanja najstrožeg *lockdowna* gotovo u potpunosti preselio na internet<sup>36</sup>.

Naime, novonastala situacija u društvu i Crkvi zahtijevala je brzu i adekvatnu reakciju, ali i medijsku pismenost župnika i župljana diljem Splitsko-makarske nadbiskupije kako bi riječ Božja stigla do vjernika koji su ostali bez duhovne okrijepe upravo u najtežim životnim okolnostima u novijoj povijesti na globalnoj razini.

### 3.1. „Virtualna crkva” u vrijeme epidemije uzrokovane koronavirusom

Pitanje koje je prethodilo ovom radu bilo je: U kojoj je mjeri i je li uopće zatvaranje vrata crkvenih građevina s ciljem suzbijanja širenja zarazne bolesti nagnalo župnike da otvore vrata „virtualne crkve”? Zbog toga smo istražili koje župe Splitsko-makarske nadbiskupije imaju aktivne *web*-stranice i društvene mreže i otkada. Dobivene smo podatke usporedili s podacima iz 2017. godine prikupljene za potrebe izvještaja o stanju u Splitsko-makarskoj nadbiskupiji pri pohodu *Ad limina apostolorum* Hrvatske biskupske konferencije 2018., kako bismo dobili širu sliku o otvorenosti župa prema novim sredstvima komunikacije. Godine 2017., od ukupno 187 župa Splitsko-makarske nadbiskupije njih 48 imalo je *web*-stranicu, a 53 Facebook profil dok drugih društvenih mreža, barem onih aktivnih nije bilo.

S ciljem da odgovorimo na pitanje je li došlo do većih promjena u odnosu na situaciju sa širenjem zarazne bolesti, kao prekretnicu smo uzeli ožujak 2020. godine, kada je uslijedila

---

<sup>36</sup> Redoviti pastoral bio je onemogućen no, kada su to okolnosti dopuštale, iznimno su se znale održati procesije, blagoslovi i molitve preko razglasa i sl. Svakako, svećenici su vjernicima bili dostupni i fizički i telefonski za razgovor i duhovnu pomoć.

zaštitna mjera nacionalnog stožera za civilnu zaštitu, *lockdown*. Za istraživanje su korištene metode analize sadržaja i komparacije. Podatci su preuzeti iz Tiskovnog ureda Splitsko-makarske nadbiskupije te s internet stranica i društvenih mreža svake od župa Nadbiskupije. Potom su podatci sumirani i analizirani te se komparacijskom metodom došlo do traženih rezultata.

Prema prikupljenima podacima, zaključno u srpnju 2021. godine, od 187 župa Splitsko-makarske nadbiskupije, *web*-stranicu ima 47 župa, Facebook stranicu ima 81 župa, dok je na društvenoj mreži Instagram prisutno 17 župa. Od toga 27 župa ima *web*-stranicu župe i Facebook profil, a 6 župa *web*-stranicu župe, Facebook profil i aktivan Instagram račun.

Šesnaest je župa u izvanrednim okolnostima *lockdowna* emitiralo svetu misu preko interneta, od toga su se 2 župe poslužile postojećim YouTube kanalima, 6 župa emitiralo je svetu misu preko Facebook profila župe, a 8 župa to je učinilo preko svog YouTube kanala. Tek su 3 župe Splitsko-makarske nadbiskupije u vrijeme *lockdowna* imale aktivnu *web*-stranicu, obje društvene mreže, Facebook i Instagram, te su prenosile svetu misu preko interneta.

Nakon ožujka 2020. kada je stupila na snagu mjera *lockdowna*, preciznije od ožujka do listopada 2020., ukupno je 12 župa prvi put aktiviralo svoje profile na društvenim mrežama ili pokrenulo *web*-stranice, od toga su 3 župe prvi put kreirale i *web*-stranicu i Facebook profil i tako postale vidljive i dostupne u virtualnom prostoru gdje ih prije uopće nije bilo, dok je 9 župa obogatilo svoju prisutnost i aktivnost na internetu izradom profila na društvenoj mreži pokraj već prije postojeće *web*-stranice. Najviše novih *web*-stranica i profila na društvenim mrežama zabilježeno je u ožujku i travnju 2020. zbog čega vjerujemo da je njihov nastanak uzrokovan nemogućnošću sudjelovanja u bogoslužju i drugim pastoralnim aktivnosti i da su oni kreirani kako bi se vjernicima lakše pristupilo i približilo ih vjerskom i duhovnom životu koji je u to vrijeme bio u sjeni straha za fizičko zdravstveno stanje i za život. Čak 91 župa od 187, odnosno gotovo polovica župa Splitsko-makarske nadbiskupije, nije prisutna na internetu, to jest nema nikakvih službenih aktivnosti ili usluga na internetu<sup>37</sup>.

<sup>37</sup> Tu je važno napomenuti da se velik dio tih župa nalazi na ruralnim područjima te broje veoma malo vjernika, i to uglavnom starije životne dobi. Stoga postojanje društvenih mreža nema željenu pastoralnu svrhu.

Prema tome, uspoređujući podatke iz 2017. godine s onima iz 2021. godine, jedna župa manje ima *web*-stranicu, a čak je 28 novih Facebook profila župa. Osim toga u 2021. brojimo 17 Instagram računa dok u 2017., nije bilo ni jednoga. U vrijeme *lockdowna* tek je 16 župnika iskoristilo internet kako bi omogućili vjernicima sudjelovanje u svetoj misi prenošenjem svete mise internetskim kanalima, a 12 ih se pokušalo približiti vjernicima kreirajući *web*-stranice župe i posredstvom društvenih mreža stvarajući tako uvjete za lakšu komunikaciju i kontakt s vjernicima. Tek 3 župe Splitsko-makarske nadbiskupije u vrijeme *lockdowna* bile su prisutne na internetu u vidu aktivne *web*-stranice, Facebook i Instagram društvene mreže te su preko interneta prenosili svetu misu vjernicima. Devedeset jedna župa nije aktivna niti je pasivno prisutna na internetu u posljednjih pet godina<sup>38</sup> što čini tek malo manje od polovice župa Splitsko-makarske nadbiskupije.

U tablici u nastavku nalazi se popis župa Splitsko-makarske nadbiskupije s podacima o (ne)postojanju *web*-stranica i društvenih mreža zaključno sa srpnjem 2021. godine.

---

<sup>38</sup> Ovdje je potrebno uzeti u obzir činjenicu da ima župnika koji se služe svojim privatnim profilima na društvenim mrežama ili privatnim *web*-stranicama, no ovo istraživanje obuhvatilo je samo službene internet stranice i društvene mreže vezane isključivo uz župu.

Br.	Naziv župe	WEB	FACEBOOK	INSTAGRAM	Prije Covida 19	Prijenos misa
1.	Aržano – Župa Svih Svetih	-	-	-	-	-
2.	Baćina – Župa sv. Jurja m.	zupastablina.com	facebook.com/zupaplinastablina.7	-	+	-
3.	Bagalović – Župa Gospe od Karmela	zupa-gk.wixsite.com	facebook.com/zupagospekarmel-skebagalovic	-	+	-
4.	Bajagić – Župa sv. Nikole biskupa	-	-	-	-	-
5.	Bast-Baška Voda – Župa Uznesenja BDM	-	-	-	-	-
6.	Biorine – Župa sv. Jurja m.	-	-	-	-	-
7.	Bisko – Župa sv. Mateja ap.	-	-	-	-	-
8.	Bitelić – Župa Male Gospe	-	-	-	-	-
9.	Blato n/C – Župa Uznesenja BDM *	-	facebook.com/zupablato	-	+	+
10.	Borovci – Župa sv. Nikole b.	-	facebook.com/zupasvnikolametkovic *	-	- (ožujak 2021.)	-



Br.	Naziv župe	WEB	FACEBOOK	INSTAGRAM	Prije Covida 19	Prijenos misa
11.	Brela – Župa sv. Stjepana prvom. *	upa-brela. com	facebook.com/zupa- brela	-	+	+
12.	Brela Gornja – Župa Gospe od Zdravlja	brelagornja. wordpress. com	-	-	+	-
13.	Brist – Župa sv. Margarite dj. i mč.		acebook.com/ 100193121785196 *	-	- (srpanj 2020.)	-
14.	Budimiri – Župa Gospe od Ružarija	-	-	-	-	-
15.	Cista Provo – Župa sv. Petra ap.	-	-	-	-	-
16.	Cista Velika – Župa sv. Jakova ap.	-	facebook.com/ 1485706331696257	-	+	-
17.	Čaporice – Župa sv. Roka	-	-	-	-	-
18.	Desne – Župa sv. Jurja m.	-	-	-	-	-
19.	Dicmo Donje – Župa sv. Jakova ap.	-	-	-	-	-
20.	Dicmo Gornje – Župa sv. Ivana Krstitelja	-	-	-	-	-

Br.	Naziv župe	WEB	FACEBOOK	INSTAGRAM	Prije Covida 19	Prijenos misa
21.	Dobranje-Bijeli Vir – Župa Gospe Lurdske	bijelivir. blogspot. com	-	-	+	-
22.	Dobranje Imot. – Župa sv. Ivana Krstitelja	-	-	-	-	-
23.	Donje Selo – Župa sv. Martina b.	-	-	-	-	-
24.	Donji Dolac – Župa sv. Martina b.	-	-	-	-	-
25.	Drašnice – Župa sv. Jurja m.	zupe-igra- ne-drasni- ce.com	facebook.com/zupei- granedrasnice	-	+	-
26.	Drvenik Mak. – Župa sv. Jurja m.	-	-	-	-	-
27.	Drvenik Trog. – Župa sv. Jurja m.	-	-	-	-	-
28.	Dubrava – Župa sv. Luke ev.	dubrava- gornjesit- no.com *	facebook.com/ zupeiignedrasnice **	-	- (ožujak 2020.)	-
29.	Duće – Župa sv. Ante i Gospe Snježne	-	facebook.com/gospe- odsniga *	-	+	-

Br.	Naziv župe	WEB	FACEBOOK	INSTAGRAM	Prije Covida 19	Prijenos misa
30.	Dugi Rat – Župa sv. Josipa	-	facebook.com/zupa. DugiRat	+	+	-
31.	Dugopolje – Župa sv. Mihovila ark.	-	ffacebook.com/zupa- svmihovila.dugopolje	+	+	-
32.	Dusina – Župa Uznesenja BDM	-	facebook.com/ 1379980698984308*	-	+	-
33.	Gala-Gljev – Župa Svih Svetih	-	-	-	-	-
34.	Gata – Župa sv. Ciprijana b. i m.	-	-	-	-	-
35.	Gornje Selo – Župa sv. Ivana Krstitelja	-	-	-	-	-
36.	Gornje Sitno – Župa sv. Luke ev.	-	facebook.com/ 104758314503827 *	-	- (ožujak 2020.)	-
37.	Grab – Župa sv. Ivana Krstitelja	-	-	-	-	-
38.	Grabovac – Župa Porodenja BDM	-	-	-	-	-
39.	Gradac – Župa sv. Mihovila ark.	-	-	-	-	-
40.	Grohote – Župa sv. Stjepana prvomu- čenika	-	-	-	-	-

Br.	Naziv župe	WEB	FACEBOOK	INSTAGRAM	Prije Covida 19	Prijenos misa
41.	Hrvace – Župa Svih Svetih	-	facebook.com/zupa-svihsvetih/	+ *	+	-
42.	Igrane – Župa Gospe od Ružarija	zupe-igrane-drasnice.com	facebook.com/zupeigranedrasnice	-	+	-
43.	Imotski – Župa sv. Franje Asiškog *	samostan-imotski.hr	facebook.com/samostan.imotski.hr	-	+	+
44.	Jesenice – Župa sv. Roka *	-	facebook.com/729591560397259	+	+	+
45.	Kamen – Župa sv. Mihovila ark. *	-	facebook.com/184153035573	-	+	+
46.	Kaštel-Gomilica – Župa sv. Jeronima *	župa-sve-ronima.hr	facebook.com/zupa.kastel.gomilica	-	+	+
47.	Kaštel-Kambelovac – Župa sv. Mihovila ark.	-	facebook.com/102123088133086 *	-	- (travanj 2020.)	-
48.	Kaštel-Luksić – Župa Uznesenja Blažene Djevice Marije	rktzupa-ubdm-kastelluk-sic.com	-	-	+	-
49.	Kaštel-Noví – Župa sv. Petra ap. *	-	facebook.com/1684679791768397	+	+	+

Br.	Naziv župe	WEB	FACEBOOK	INSTAGRAM	Prije Covida 19	Prijenos misa
50.	Kaštel-Stari – Župa sv. Ivana Krstitelja	-	facebook.com/ 113908797030611 *	-	- (lipanj 2020.)	-
51.	Kaštel-Sučurac – Župa sv. Jurja m.	zupa-svjura- raj-kastel- sucurac. hr *	facebook.com/zupa. sucurac *	-	- (travanj 2020.)	-
52.	Kaštel-Štaflic – Župa Bezgrešnog začeca BDM	zupaka- stelstaflic. wordpress. ss.com *	-	-	+	-
53.	Katuni-Kreševo – Župa Uznesenja BDM	-	facebook.com/ 105413567811206 *	-	- (travanj 2020.)	-
54.	Klis – Župa Uznesenja BDM	-	-	-	-	-
55.	Komin – Župa sv. Ante Padovanskog	zupako- min.com	facebook.com/ 226940620827812	-	+	-
56.	Konjsko – Župa sv. Mihovila ark.	-	-	-	-	-
57.	Koprivno – Župa Svih Svetih	-	-	-	-	-
58.	Kostanje – Župa sv. Mihovila ark.	-	-	-	-	-

Br.	Naziv župe	WEB	FACEBOOK	INSTAGRAM	Prije Covida 19	Prijenos misa
59.	Košute – Župa Presv. Srca Isusova	zupa. kosute.hr	facebook.com/ 105729887584421	-	+	-
60.	Kotlenice – Župa sv. Petra i Pavla ap.	-	-	-	-	-
61.	Kozica – Župa sv. Ilije prof.	-	-	-	-	-
62.	Krstatice – Župa Presv. Srca Isusova	-	-	-	-	-
63.	Kučine – Župa Bezgr. Začeca BDM	-	-	-	-	-
64.	Kučice – Župa sv. Luke ev.	-	-	-	-	-
65.	Lokvićici – Župa Krista Kralja	-	-	-	-	-
66.	Lovreć – Župa Duha Svetoga *	-	-	-	-	+
67.	Makar-Kotišina – Župa sv. Ivana Krstitelja	-	-	-	-	-
68.	Makarska – Župa sv. Marka ev. *	-	facebook.com/ katedrala.makarska	-	+	+
69.	Makarska – Župa Kraljice Mira	-	-	-	-	-

Br.	Naziv župe	WEB	FACEBOOK	INSTAGRAM	Prije Covida 19	Prijenos misa
70.	Maslinica – Župa sv. Nikole b.	-	-	-	-	-
71.	Medov Dolac – Župa sv. Roka	-	-	-	-	-
72.	Metković – Župa sv. Ilije proroka *	svilija- metkovic. com	facebook.com/svili- jmetkovic	-	+	+
73.	Metković – Župa sv. Nikole b.	-	facebook.com/zupa- svnikolametkovic	-	+	-
74.	Mravnice – Župa sv. Ivana Krstitelja	-	-	-	-	-
75.	Muč Donji – Župa Male Gospe	-	-	-	-	-
76.	Muč Gornji – Župa sv. Petra ap.	-	facebook.com/ 196206317131124 *	-	+	-
77.	Neorić – Župa Svih Svetih	-	-	-	-	-
78.	Nova Sela n/C – Župa sv. Petra ap.	-	-	-	-	-
79.	Nova Sela Ner. – Župa sv. Ante Padovanskog	-	facebook.com/ zupasvnikolametkovic	-	+	-
80.	Okruk – Župa sv. Karla Boromej- skog **	zupa- svkarlo- okruk.hr	facebook.com/zupa. okruk	+	+	+



Br.	Naziv župe	WEB	FACEBOOK	INSTAGRAM	Prije Covida 19	Prijenos misa
81.	Omiš – Župa sv. Mihovila ark.	-	facebook.com/ 1650473641863519	-	+	-
82.	Opuzen – Župa sv. Stjepana prvom.	zupaopuzen.hr	facebook.com/ 936833129832551	-	+	-
83.	Orah – Župa sv. Marka ev.	-	-	-	-	-
84.	Ostrvica – Župa sv. Nikole b.	-	facebook.com/ 168727050423256	-	+	-
85.	Otok – Župa sv. Luke ev.	svetiluka. wordpre- ss.com *	facebook.com/Zupa- SvLukeOtok	+	+	-
86.	Otrić-Struge – Župa sv. Nikole b.	-	-	-	-	-
87.	Plina – Župa Uznesenja BDM	zupastablina.com	facebook.com/zupa. plinastablina.7 *	-	+	-
88.	Ploče – Župa Kraljice Neba i Zemlje	-	facebook.com/ 115517593184402	-	+	-
89.	Podaca – Župa Gospe od Pohodjenja	-	-	-	-	-
90.	Podbablje – Župa sv. Luke ev.	-	-	-	-	-

Br.	Naziv župe	WEB	FACEBOOK	INSTAGRAM	Prije Covida 19	Prijenos misa
91.	Podgora – Župa Uznesenja Marijina	-	facebook.com/ 209757693251010 *	-	+	-
92.	Podgrađe – Župa Uznesenja BDM	-	-	-	-	-
93.	Podstrana – Župa Gospe od Zdravlja	-	facebook.com/ 160686754086292	-	+	-
94.	Poljica-Imot. – Župa sv. Ane	-	-	-	-	-
95.	Poljica-Vrg. – Župa Gospe od Zdravlja	-	-	-	-	-
96.	Potravlje – Župa sv. Filipa i Jakova ap.	-	-	-	-	-
97.	Priko-Omiš – Župa sv. Petra ap.	zupapri- ko-omis. webs.com	facebook.com/zupa. priko	-	+	-
98.	Proložac – Župa sv. Mihovila ark.	-	-	-	-	-
99.	Prugovo – Župa sv. Ante Padovan- skog	-	-	-	-	-
100.	Radun – Župa Kraljice Mučenika	-	-	-	-	-

Br.	Naziv župe	WEB	FACEBOOK	INSTAGRAM	Prije Covida 19	Prijenos misa
101.	Rašćane – Župa sv. Mihovila ark.	-	-	-	-	-
102.	Ravča – Župa sv. Mihovila ark.	-	-	-	-	-
103.	Ričice – Župa sv. Ivana Krstitelja	-	facebook.com/ 1357392304368037 *	-	+	-
104.	Rogotin – Župa Presvetog Trojstva	-	facebook.com/ 1661818260773226	-	+	-
105.	Rogoznica – Župa Uznesenja BDM	rogoznica.smn.hr/index.php/hr	-	-	+	-
106.	Ruda – Župa sv. Martina b.	-	-	-	-	-
107.	Runović – Župa Gospe od Karmela	-	facebook.com/ profile.php?id= 100063621544529	-	+	-
108.	Seget – Župa Gospe od Ružarija	zupa-gor-seget.hr	-	-	+	-
109.	Sinj – Župa Gospe Sinjske	gospa-sinjska.hr	facebook.com/ Gospa-Sinjska- 165896940440093/	-	+	-

Br.	Naziv župe	WEB	FACEBOOK	INSTAGRAM	Prije Covida 19	Prijenos misa
110.	Sitno Donje – Župa Presvetoga Trojstva	-	-	-	-	-
111.	Slatine – Župa Uznesenja BDM	-	-	-	-	-
112.	Slime – Župa sv. Ivana Krstitelja	-	-	-	-	-
113.	Slivno-Imot. – Župa Presvetog Trojstva	zupa-slivno- imotsko.hr	-	-	+	-
114.	Slivno-Ravno – Župa sv. Stjepana prvom.	-	facebook.com/zupa- slivnoravno	-	+	-
114.	Solin – Župa Gospe od Otoka	-	-	-	-	-
116.	Solin – Župa sv. Kaja m.	-	facebook.com/zupa- svetilkajo.solin *	-	+	-
117.	Solin – Župa Solinskih mučenika *	-	facebook.com/zupa- solinskihmucenika	+	+	+
118.	Split-Konkatedrala – Župa sv. Petra ap.	konkate- drala.simn. hr	-	-	+	-
119.	Split-Brda – Župa Materinstva BDM	-	-	-	-	-
120.	Split-Dobri – Župa Gospe od Zdravlja	franjevci- split.hr	facebook.com/Gospa- od-Zdravlja-Split-Do bri-64792697030282	-	+	-

Br.	Naziv župe	WEB	FACEBOOK	INSTAGRAM	Prije Covida 19	Prijenos misa
121.	Split-Katedrala – Župa Uznesenja BDM	-	-	-	-	-
122.	Split-Kman – Župa Pomoćnice kršćana **	salezijanci-split.com	facebook.com/Zupa-MarijePomocnice-Kman	+	+	+
123.	Split-Kocunar – Župa sv. Luke ev.	-	-	-	-	-
124.	Split-Lovrinac – Župa Gospe od Milosrdja	zupa-gospe-od-milosrdja.hr	-	+	+	-
125.	Split-Lučac – Župa Gospe od Ružarija	dominikanski-samostan-st.hr	facebook.com/105093011371184 *	-	-	-
126.	Split-Manuš – Župa sv. Roka Ispovjednika	-	facebook.com/sveti-rokomanus	-	+	-
127.	Split-Mejaši – Župa sv. Spasa	-	facebook.com/1972966432981830	+	+	-
128.	Split-Meje – Župa sv. Stjepana pod Borovima	svfranesplit.com	facebook.com/sveti-franesplit	-	+	-
129.	Split-Mertojak – Župa sv. Josipa	-	facebook.com/Zupa-Mertojak	-	+	-

Br.	Naziv župe	WEB	FACEBOOK	INSTAGRAM	Prije Covida 19	Prijenos misa
130.	Split-Neslanovac – Župa sv. Marka ev.	neslanovac.hr / iz-zupne-crkve-svetoga-marka *	-	-	+	-
131.	Split-Pojišan – Župa Gospe od Pojšana	zupa-i-svetistegospo-od-pojisana.com	facebook.com/gospo-od-pojisana *	-	+	-
132.	Split-Pojud – Župa Svete Trojice	samostan-pojud.com	facebook.com/Samostan-sv-Ante-Pojud-1667336100180365	-	+	-
133.	Split-Pujanke – Župa sv. Pavla ap.	-	facebook.com/zupa.pujanke	-	+	-
134.	Split-Ravne njive – Župa sv. Mateja ap. *	-	facebook.com/zupasvmatejaravnenujive	+	+	+
135.	Split-Sirobuja – Župa sv. Leopolda Bogdana Mandića	-	-	-	-	-
136.	Split-Spinut – Župa Pohođenja BDM	-	facebook.com/crkva.u.spinutu	+	+	-

Br.	Naziv župe	WEB	FACEBOOK	INSTAGRAM	Prije Covida 19	Prijenos misa
137.	Split-Sučidar – Župa sv. Andrije ap.	svetiandrija.hr	.facebook.com/svetiandrija	-	+	-
138.	Split-Sukošan – Župa Svete Obitelji Nazaretske	zupa-svo-bitelji.com/info.html	facebook.com/groups/136872566429038	+	+	-
139.	Split-Škrape – Župa Bezgrešnog Srca Marijina **	gospafatimska.com	facebook.com/zupagospafatimska.split	+	+	+
140.	Split-Trstenik – Župa sv. Ivana Krstitelja	zupatrsteniksplit.com*	facebook.com/zupatrsteniksplit*	-	- (travanj 2020.)	-
141.	Split-Veli Varoš – Župa Svetoga Križa	zupa-sveti-kriz.hr	facebook.com/sv.krizsplit	-	+	-
142.	Split-Visoka – Župa Presv. Srca Isusova	-	facebook.com/Župa-Presvetog-Srca-Isusova-Visoka-197856870265575	-	+	-
143.	Srednje Selo – Župa Očišćenja BDM	-	-	-	-	-
144.	Srijane-Dolac Gornji – Župa Uznesenja BDM	-	-	-	-	-
145.	Srinjine – Župa Porodjenja BDM	-	facebook.com/547759941942598	-	+	-



Br.	Naziv župe	WEB	FACEBOOK	INSTAGRAM	Prije Covida 19	Prijenos misa
146.	Staševica – Župa sv. Anastazije	-	-	-	-	-
147.	Stilje – Župa sv. Ivana Krstitelja	-	-	-	-	-
148.	Stobreč – Župa sv. Lovre m.	-	-	-	-	-
149.	Strizirep – Župa sv. Roka	-	-	-	-	-
150.	Strožanac – Župa Gospe u Siti	zupagos- peusiti. hr *	facebook.com/zupa- gospeusiti.hr	-	+	-
151.	Studenci – Župa sv. Ilije pror.	-	facebook.com/zupa- sv.ilijeprorokastu- denci	-	+	-
152.	Svib – Župa sv. Ante Padovan- skog	-	-	-	-	-
153.	Svinišće – Župa Uznesenja BDM	-	-	-	-	-
154.	Tijarica – Župa Svetoga Duha	-	-	-	-	-
155.	Trilj – Župa sv. Mihovila ark. *	-	facebook.com/ 1936918323206138	-	+	+

Br.	Naziv župe	WEB	FACEBOOK	INSTAGRAM	Prije Covida 19	Prijenos misa
156.	Trnbusi – Župa sv. Luke ev.	-	-	-	-	-
157.	Trogir – Župa Gospe od Anđela	zupa-goatrogir.hr	facebook.com/zupa.goa.trogir	-	+	-
158.	Trogir – Župa sv. Jakova ap.	-	-	-	-	-
159.	Trogir – Župa sv. Lovre	zupasvlovre.wixsite.com/zupasvlovre-trogir	-	-	+	-
160.	Tučepi – Župa sv. Ante Padovanskog	-	facebook.com/112259647358028 *	-	- (studen 2020.)	-
161.	Tugare – Župa Porodenja BDM	-	-	-	-	-
162.	Turjaci – Župa sv. Ante Padovanskoga	-	-	-	-	-
163.	Ugljane – Župa sv. Ante Padovanskog	-	-	-	-	-
164.	Veliko Brdo – Župa sv. Jeronima	-	-	-	-	-

Br.	Naziv župe	WEB	FACEBOOK	INSTAGRAM	Prije Covida 19	Prijenos misa
165.	Vid – Župa Snježne Gospe	vid.hr/ zupavid/ zupa_vid. htm	-	-	+	-
166.	Vidonje – Župa Srca Isusova i Marijina	-	facebook.com/ 469843746476049 *	-	+	-
167.	Vinišće – Župa Presvetoga Srca Isusova	zupa- presv- srca-isu- sova-vinis- ce.hr/wp	-	-	+	-
168.	Vinjani – Župa sv. Roka	vinjani.hr/ web	facebook.com/vinja- nihr	-	+	-
169.	Vojnić-Gardun – Župa sv. Jurja m.	-	facebook.com/ 109092400578792	-	+	-
170.	Voštane-Rože – Župa Presvetog Imena Isu- sova	-	-	-	-	-
171.	Vranjic – Župa sv. Martina b.	-	-	-	-	-
172.	Vrgorac – Župa navještenja BDM	-	facebook.com/ 589416934502174	+	+	-

Br.	Naziv župe	WEB	FACEBOOK	INSTAGRAM	Prije Covida 19	Prijenos misa
173.	Vrlika – Župa Gospe od Ružarija	-	facebook.com/zupa-vrlika.gosparuzarica	-	+	-
174.	Vrpolje-Čačvina – Župa Presv. Srca Isusova	-	-	-	-	-
175.	Zadvarje – Župa sv. Ante Padovan- skog	-	-	-	-	-
176.	Zagvozd – Župa Gospe od Karmela	-	-	-	-	-
177.	Zaostrog – Župa Gospina Uznesenja	samostan- zaostrog. com *	-	-	+	-
178.	Zasiok – Župa sv. Ivana Krstitelja	-	-	-	-	-
179.	Zavojane – Župa Porodjenja BDM	-	-	-	-	-
180.	Zelovo – Župa sv. Vida m.	-	-	-	-	-
181.	Zmijavci – Župa Svih Svetih	-	facebook.com/ 103535727982189 *	-	- (travanj 2020.)	-
182.	Zvečanje – Župa sv. Mihovila ark.	-	-	-	-	-

Br.	Naziv župe	WEB	FACEBOOK	INSTAGRAM	Prije Covida 19	Prijenos misa
183.	Žedno – Župa sv. Ivana Trogirskoga	-	-	-	-	-
184.	Žeževica – Župa sv. Jurja m.	-	facebook.com/Zezevica	-	+	-
185.	Živogošće – Župa Sv. Križa	-	-	-	-	-
186.	Žrnovnica – Župa Uznesenja BDM	zupa-ubdm-zrnovnica.hr	facebook.com/zupa.zrnovnica	+	+	-
187.	Župa Biokovska – Župa sv. Ivana Krstitelja	-	-	-	-	-

\* Župe koje su za vrijeme *lockdowna* imale aktivnu *web*-stranicu, Facebook i Instagram profil, te su prenosile svetu misu preko interneta.  
 \* Profili otvoreni za vrijeme *lockdowna*.  
 \* Župe koje su prenosile misu preko svojih profila za vrijeme *lockdowna*.  
 \* Neaktivni profili.

## ZAKLJUČAK

Istraživanje koje smo proveli u svrhu izrade ovog rada dovelo je do egzaktnih podataka koji ne idu u prilog možda priželjkivanom ili očekivanom rezultatu. Tek je 12 župa otvorilo prvi put „virtualna vrata” svojim vjernicima u vrijeme stroge prostorne, kulturne, socijalne i gospodarske zatvorenosti, bilo kreiranjem *web*-stranice, ili otvaranjem profila na društvenim mrežama, a tek se 16 župa Splitsko-makarske nadbiskupije pobrinulo da omogućće vjernicima sudjelovanje na svetoj misi preko interneta kada oni nikako drugačije nisu mogli sudjelovati u misnom slavlju osim iz svojih domova. Osim toga već je 26 župa, prije ožujka 2020. imalo i *web*-stranicu i Facebook profil kojim su se u vrijeme *lockdowna* nastavili služiti.

Unatoč uporištima koje crkveno učiteljstvo nudi i smjernicama koje daje te ohrabrujući vjernike, zaređene osobe i laike, da prihvate i koriste se tehnološkim dostignućima u svrhu evangelizacije, dijaloga i širenja vjere, reakcija je u ključnome povijesnom razdoblju globalne pandemije bila slaba. Ovo istraživanje nije obuhvaćalo razloge zbog čega čak 91 župa nije iskoristila mogućnosti interneta da nastavi privremeno skrbiti i služiti vjernicima preko nekih od „suvremenih propovjedaonica”, ili zašto je tek 12 župa obogatilo svoju vidljivost i aktivnost na internetu, odnosno zašto je tek 16 župnika snimalo i emitiralo liturgijsko slavlje. Razlozi mogu biti razni, od medijske nepismenosti, preko nedostatka materijalnih sredstava i uvjeta, nepovjerenja u novu tehnologiju, bolesti koja je možda zahvatila župnike u to vrijeme, uvjerenja da je mjera *lockdowna* tek kratkoročna, ili su se župnici oslonili i pouzdali u postojeća nacionalna rješenja prema kojima je vjernicima bilo omoguććeno praćenje misnog slavlja preko brojnih nacionalnih masovnih medija<sup>39</sup> itd.

„Virtualna Crkva”, društvene mreže, YouTube kanali, *web*-stranice, ne mogu zamijeniti živi susret i živu riječ koja se više od dvije tisuće godina prenosi usmenim putem i susretom licem u lice. Neovisno o sredstvima društvenog priopćivanja, Crkva je komunikacijski kanal kojim riječi Kristove, ali i evanđeoske rije-

<sup>39</sup> Neovisno o zdravstvenoj situaciji i mjerama stožera civilne zaštite u RH, misna slavlja redovito se prenose preko različitih sredstava društvenog priopćivanja. To regulira, između ostalog, i dokument Hrvatske biskupske konferencije, *Prijenos liturgijskih slavlja. Temeljni dokument za televizijski i radijski prijenos liturgijskih slavlja*, Hrvatski institut za liturgijski pastoral, Biblioteka Smjerokazi, 2010.

či utjehe, dolaze do vjernika. Unatoč toj svojoj duhovnoj i navjesticiteljskoj naravi i poslanju, u institucijskim okvirima, Crkva je potrebna osnaživanja i pomoći u materijalnom vidu i vidu ljudstva, vjernika koji njezinoj misiji mogu doprinijeti svojim stručnim znanjem, radom i zalaganjem u svim područjima ljudskog djelovanja. U okviru komunikacije mogu pomoći tako da Radosnu vijest šire što kvalitetnije, brže, jednostavnije i prikladnije vremenu i kulturi čovjeka do kojeg žele doći. Najprikladnijim sredstvima u informacijskom društvu u kojem danas živimo kao sudionici digitalne kulture kojoj svakidašnje doprinosimo, čine se upravo masovni mediji i posebice društvene mreže te brojne druge komunikacijske aplikacije i platforme. Kontinuirano, ali trijezno i oprezno, prihvaćanje masovnih medija i masovne produkcije kojom su se crkvene vijesti, slavlja i druga događanja stvarali te potom distribuirali svijetom, nisu zamijenila tradicionalna i ujedno najvažnija komunikacijska sredstva u Crkvi, a to su svjedočanstvo, propovijedanje, kateheza, Služba riječi, osobni susret, sakramenti i pučke pobožnosti.<sup>40</sup> To se ne bi dogodilo ni u vrijeme pandemije koronavirusa koji već pune dvije godine uvjetuje život, rad, tjelesno i emocionalno zdravlje i duhovno raspoloženje ljudi diljem svijeta.

Od pojave prvih sredstava masovne komunikacije pa sve do danas Crkva nije zapostavila svoja najsnažnija, najupečatljivija, najučinkovitija i nezamjenjiva komunikacijska sredstva i kanale kao što nije niti dopustila da živu riječ zamijeni digitalni program. Ona se kontinuirano mudro služi, kompilira, različite komunikacijske formate kako bi ispunila svoje poslanje i svoju misiju naviještanja kraljevstva Božjeg. Uza svu atraktivnost, praktičnost i funkcionalnost modernih komunikacijskih uređaja i programa, ona komunikacijski uzor nalazi u Isusu Kristu, koji je poruka i sredstvo. Takav komunikacijski autoritet bez presedana ne mogu zamijeniti tehnološki najnapredniji uređaji ni atraktivno upakirane poruke. Svaka takva težnja radi podilaženja vjernicima izgubila bi se u blatu neželjene pošte i prolaznih vijesti. Međutim, u povijesnoj situaciji, u trenutku kada su građevine morale imati zatvorena i zaključana vrata, bilo je potrebno, da kažemo i nužno, zakoračiti novim putem i uroniti u novi prostor. Vrijeme fizičke distanciranosti zahtijeva emocionalnu i duhovnu blizinu i podršku i tu se skriva potencijal interneta i društvenih mreža kojima

---

<sup>40</sup> Vidi više u *EN* 41–48.

Riječ Božja nalazi novi put do čovjeka. Zbog toga, potrebno je nakon ovih brojki istražiti i razloge slabije angažiranosti svećenika Splitsko-makarske nadbiskupije na internetu i društvenim mrežama kako bi se otklonile prepreke novoj vrsti zajedništva u vremenu korone, čije će se posljedice još dugo zbrajati.

## PRESENCE OF PARISHES OF THE SPLIT-MAKARSKA ARCHDIOCESE IN THE VIRTUAL SPACE DURING THE LOCKDOWN

### *Summary*

47

---

A new means of communication shapes a new communication paradigm, which is why the Catholic Church openly, but with caution, accepts every “miraculous invention of technology” and uses its strength and potential to carry out, build up and improve its apostolic work. Today, at the time of the coronavirus epidemic, many media have been turned into “modern pulpits.” This paper presents the results of the research and the answer to the question of how some parishes in the Split-Makarska Archdiocese reacted during the lockdown, i.e. whether the parish priests opened the church in a virtual space. Furthermore, an overview of selected historical documents and a brief analysis tries to show that they certainly had a good foothold and a reason to open up to new communication technologies at the time of the epidemic. Namely, numerous church documents, those dating from the Second Vatican Council until the latest message of Pope Francis on the occasion of the World Day of Social Communications, have continuously encouraged the ordained persons and lay faithful to become literate in the media and to use this “wonderful tool” for a new experience of communion, sharing, celebration and evangelization. Content analysis and methods of comparison were used for this research. The data were taken from the Press Office of the Split-Makarska Archdiocese and from the websites and social networks of each of the parishes of the Archdiocese. These data were then summarized and analysed, and the required results were obtained by the method of comparison.

*Key words:* communication, mass media, social networks, internet, evangelization, media literacy, lockdown.