



## NOVI MEDIJI I PRIPADNICI LAIČKIH CRKVENIH POKRETA U HRVATSKOJ

Vine MIHALJEVIĆ  
Institut društvenih znanosti Ivo Pilar, Zagreb

UDK: 316.77(497.5):271-391  
Izvorni znanstveni rad

Primljeno: 14. 3. 2003.

Socioreligijsko empirijsko istraživanje o laičkim crkvenim pokretima provedeno je u Institutu društvenih znanosti Ivo Pilar u okviru religijske teme *Globalizacija i postmoderni religijski pokreti*. U ovom se radu donose rezultati općenitoga povjerenja u medije društvene komunikacije i učestalost upotrebe novih medija (osobnoga računala, e-maila, interneta i baza podataka) kako ih rabe pripadnici laičkih crkvenih pokreta u Hrvatskoj s obzirom na njihova individualna i socioprofesionala obilježja (spol, dob, stupanj obrazovanja i mjesto rođenja). Dobiveni rezultati pokazuju kako ispitanici imaju izrazito visok stupanj nepovjerenja općenito prema svim medijima i relativno nizak stupanj učestalosti upotrebe novih medija osobnoga računala, interneta, on-line baza podataka i e-maila. Kao značajni čimbenici koji utječu na učestalost upotrebe navedenih novih medija pojavljuje se spolna i dobna pripadnost ispitanika. Stupanj obrazovanja ispitanika relevantan je čimbenik u određivanju intenziteta upotrebe osobnoga računala i e-maila, a irelevantan u određivanju učestalosti upotrebe interneta i baza podataka. I mjesto rođenja ispitanika znatno utječe na učestalost upotrebe interneta, e-maila i baza podataka, dok je beznačajno u određivanju intenziteta upotrebe osobnoga računala. Dobiveni rezultati pokazuju kako je potrebno senzibilizirati pripadnike novih crkvenih laičkih pokreta za nove medije i njihovu upotrebu u obzoru ljudskoga smisla, jer je temelj novih medija i nove tehnologije sâm čovjek i njegov cjeloviti društveno-povijesni i kulturno-religijski individualni i zajednički razvoj u ozračju demokratskoga društva i zajednice.



Vine Mihaljević, Institut društvenih znanosti Ivo Pilar,  
Marulićev trg 19/1, p.p. 277, 10001 Zagreb, Hrvatska.  
E-mail: Vine.Mihaljevic@pilar.hr

## UVOD

---

Anketno istraživanje o laičkim crkvenim katoličkim pokretima u Hrvatskoj provedeno je u Institutu društvenih znanosti Ivo Pilar u okviru religijske teme *Globalizacija i postmoderni religijski pokreti*. Istraživanje se odnosi na selektivne skupine u Crkvi, naime, na ove laičke pokrete: Zajednica Molitva i Riječ (MiR), Djelo Marijino (Pokret fokolara), Karizmatički pokret, Zajednica bračnih susreta, Mali tečaj (Kursiljo), Franjevačka mladež (FRAMA), Franjevački svjetovni red i Neokatekumenski put (nakon što su pristali na anketu i preuzeli upitnike, potonji su odbili predati popunjene anketne upitnike).

Predviđeni uzorak bio je 700 ispitanika, a kako su neokatekumeni odustali od ankete, uzorak je obuhvatio 600 ispitanika. Ispravno popunjenih anketnih upitnika bilo je 549. U dogovoru s voditeljima pojedinih crkvenih katoličkih pokreta podijeljene su im pismene ankete, koje su potom sami voditelji pojedinih pokreta, slučajnim odabirom, dalje podijelili pripadnicima svoga pokreta od 25. lipnja do 10. kolovoza 2001. Nakon toga su popunjene ankete vraćene voditelju pokreta, koji ih je dostavio voditeljima istraživanja, a neke od anketa izravno su poštom poslane istraživačima u Institutu društvenih znanosti Ivo Pilar.

## CILJEVI I OPERACIONALIZACIJA INDIKATORA

---

Cjelovit prikaz ciljeva i metodologije provedenog istraživanja priprema se u posebnom broju časopisa *Društvena istraživanja*, stoga će ovdje biti samo riječi o (ne)povjerenju ispitanika prema medijima općenito, zatim o nekim nezavisnim varijablama (sociodemografska obilježja: spol, dob, stupanj obrazovanja i mjesto rođenja) i njihovu utjecaju na zavisnu varijablu učestalosti upotrebe medija kako se njima služe pripadnici crkvenih laičkih grupa. Do demokratskih promjena, zbog društveno-političkih okolnosti koje nisu bile sklone religiji, u religijskom kontekstu preferirana je tiskana riječ. No demokratskim promjenama, koje su usko povezane s ratnim događanjima, dolazi do retradicionalizacije i reinstitucionalizacije religije. Religija dobiva drugu, novu, ulogu i mjesto u društvu, a time se i uloga vjernika laika mijenja na svim razinama njihova sociokulturnoga djelovanja. Religiji je omogućen pristup svim sredstvima društvene komunikacije, posebice pristup nacionalnoj televiziji. Mediji su postali otvoreni svim političkim, društvenim, kulturnim i religijskim institucijama i stoga se moglo očekivati i veće povjerenje u medije te viši stupanj učestalosti upotrebe medija pripadnika crkvenih katoličkih pokreta.

Danas je neupitna moć medija društvene komunikacije. Nije, naime, potrebno posebice isticati kako se svaki čovjek nalazi u komunikacijskom interaktivnom djelovanju. I zato je vrlo važan odnos prema novim medijima, naime, vrlo je važna

njihova prava upotreba u svakom čovjekovom djelovanju, a poglavito u kontekstu prihvaćanja novih spoznaja, izražavanja vlastitih stavova i svjedočanstva čovjekova posebnoga životnog stila s obzirom na religijska uvjerenja.

Ovo empirijsko istraživanje, u komunikacijskom smislu, odnosi se na područje primatelja, a učestalost upotrebe medija odnosi se na komunikacijske učinke u smislu stvaranja novoga religijskog i sociokulturnog ozračja te razumijevanja cjelokupne čovjekove stvarnosti u obzorju religijskoga smisla.<sup>1</sup> U našem slučaju riječ je o pripadnicima novih crkvenih laičkih pokreta i o odnosu nekih njihovih individualnih i socio-profesionalnih obilježja prema učestalosti upotrebe medija društvene komunikacije. Prema tome, svrha ovoga rada jest utvrditi (ne)povjerenje pripadnika crkvenih pokreta općenito prema medijima, zatim utječu li i u kojoj mjeri sociodemografska obilježja (spol, dob, stupanj obrazovanja i mjesto rođenja) ispitanika na učestalost upotrebe osobnog računala, e-maila, interneta i baza podataka.

## REZULTATI ISTRAŽIVANJA

U kontekstu općega povjerenja prema društvenim institucijama, mjereno je povjerenje ispitanika u medije. Pitanje je glasilo "Koliko povjerenja imate u dolje navedene institucije?", a predlagane su Crkva, vojska, odgojno-obrazovni sustav, mediji, sindikati, policija, Sabor, javne službe, političke stranke, Europska unija, zdravstveni sustav, pravosudni sustav, Vlada, predsjednik republike i nevladine udruge. U tom pitanju mjerilo se na osnovnoj razini povjerenje pripadnika novih crkvenih laičkih pokreta prema navedenim društvenim i religijskim institucijama. S obzirom na povjerenje prema medijima, rezultati pokazuju vrlo nisku razinu povjerenja pripadnika crkvenih pokreta općenito prema medijima, što je i rezultat općega istaknutog nepovjerenja prema drugim institucijama. Ispitanici su najviše povjerenja iskazali, očekivano i razumljivo, prema Katoličkoj crkvi, zatim prema zdravstvenom i odgojno-obrazovnom sustavu, a najmanje prema medijima, političkim strankama i predsjedniku republike.

### Općenito povjerenje ispitanika u sve medije društvene komunikacije

Ispitanici su procjenjivali povjerenje u medije općenito na ljestvici od četiri stupnja: nikakvo, ne baš veliko, veliko i vrlo veliko povjerenje u medije. Rezultati u Tablici 1 pokazuju kako više od polovice svih anketiranih pripadnika crkvenih pokreta nema (50,70%) nikakvo povjerenje u medije društvene komunikacije, 42,94% ne baš veliko, dok samo 1,79% ispitanika ima veliko i 0,60% vrlo veliko povjerenje u njih, dok je 3,98% ispitanika bez stava. Najviši stupanj nepovjerenja pre-

ma medijima iskazali su ispitanici koji pripadaju dobnoj skupini od 41 do 50 i od 21 do 30 godina, potom ispitanici dobne skupine od 31 do 40 godina, a najviše povjerenja prema medijima iskazali su ispitanici dobne skupine do 20 godina, što se moglo i očekivati.

Općenito, nepovjerenje prema medijima nalazi se i u anketnom ispitivanju na općoj populaciji Republike Hrvatske "Vjera i moral u Hrvatskoj".<sup>2</sup> Naime, prema tom istraživanju, relativno je malo povjerenje u medije društvene komunikacije u Hrvatskoj, dok rezultati pokazuju relativno najviše povjerenja u Hrvatski katolički radio.<sup>3</sup>

➔ TABLICA 1  
Povjerenje pripadnika  
crkvenih laičkih  
pokreta u medije

Povjerenje u medije društvene komunikacije	%
nikakvo	50,70
ne baš veliko	42,94
veliko	1,79
vrlo veliko	0,60
ne znam	3,98

Prema istraživanju *Europsko istraživanje vrednota*, 1999., ispitanici koji svakodnevno prate političke događaje imaju veće povjerenje u tisak od ispitanika koji političke događaje prate povremeno.<sup>4</sup> U istraživanju *Aufbruch* ističe se visok stupanj nepoželjnosti Crkve (68,6%) da se izjašnjava o stilu i sadržaju medija svih vrsta.<sup>5</sup>

Nepovjerenje prema medijima pokazuje posljedice ranijega hrvatskog društva, u kojemu je vladala isključivo komunističko-ideološka paradigma i u tom smislu nije se mogao ni izgraditi primjeren kritički odnos prema medijima među pripadnicima crkvenih laičkih pokreta. Za komunističke vlasti u Hrvatskoj, religijskim medijima nije bio dopušten pristup televiziji i radiju i jedino što je ostalo bio je religijski tisak.<sup>6</sup> U tom smislu visok stupanj nepovjerenja prema medijima opravdan je kod pripadnika selektivnih laičkih crkvenih grupa, odnosno laičkih crkvenih pokreta. No društvenim i političkim promjenama, naime demokratskim promjenama u Hrvatskoj, položaj religije u društvu, a time i u medijima, mijenja se, pa se mogla očekivati i viša razina povjerenja prema medijima.

Nepovjerenju prema medijima pridonosi i uglavnom senzacionalistički pristup u upotrebi medija u poslijeratnom razdoblju. Naime, medijski sadržaji ne korespondiraju s očekivanjima pripadnika crkvenih pokreta jer nude uglavnom senzacionalizam, a to ne zadovoljava njihove potrebe niti odgovara njihovu vrijednosnom sustavu. Potom se u medijima prikazuju negativna ponašanja i nasilje, što se opravdava i time na određen način izgledaju i poželjnima. Mediji nemaju odgojno-obrazovnu pozitivnu ulogu, nego gledatelje čine tek pa-

sivnim konzumentima. Sve to pridonosi tomu da na neki način pripadnici crkvenih laičkih pokreta postaju rezervirani prema medijima, što se vidi u znatnom nepovjerenju prema njima.

Vrlo visok stupanj nepovjerenja prema medijima može biti i znak nepoznavanja samih medija i njihova specifičnoga govora. No to nije tema ovoga rada. U svakom slučaju tako izrazito visok stupanj nepovjerenja svih ispitanika općenito prema svim medijima upozorava na vrlo kritičnu situaciju odnosa između ispitanika crkvenih pokreta i cjelokupnoga medijskog svijeta (govor medija, medijska kultura).

U istraživanju se potom provjeravalo koliko se ispitanici služe novim medijima (osobno računalo, internet, on-line baze podataka i e-mail) i koliko na učestalost upotrebe navedenih novih medija utječu neka sociodemografska obilježja (dob, spol, stupanj naobrazbe i mjesto rođenja) ispitanika. Pozornost je očigledno usmjerena na nove medije kako bi se, s jedne strane, što više smanjio povijesno-društveni utjecaj na stavove ispitanika prema medijima i na njihovu učestalost upotrebe, a s druge pak strane da se istakne važnost same uloge novih medija u izgradnji novih sociokulturnih vrednota u ozračju hrvatskoga demokratskog društva.

## Upotreba novih sredstava društvene komunikacije

Danas je neprijeporno kako sredstva društvene komunikacije, među koja se uobičajeno ubrajaju kinematografija, radio, tisak i televizija te tzv. nova sredstva, izgrađuju ljudsko mišljenje, oblikuju čovjekovo osobno i društveno ponašanje te stvaraju novi sustav vrednota. Kako smo istaknuli, u ovom istraživanju napravljena je selekcija medija i anketa je obuhvatila samo nove medije, i to osobno računalo, internet, on-line baze podataka i e-mail. Upotrebu novih sredstava mjerili smo skalom od četiri vrijednosti, i to: rijetko, ponekad, svaki dan i ne služim se.

● **TABLICA 2**  
Mjera u kojoj se članovi crkvenih pokreta služe novim medijima (postotci ispitanika)

Novi medij	Čestina upotrebe			
	rijetko	ponekad	svaki dan	ne služim se
Osobno računalo	33,5	24,2	13,0	29,3
Internet	13,8	21,1	10,5	54,6
On-line baze podataka	12,1	12,8	5,3	69,8
E-mail	8,4	18,1	13,8	59,7

Dobiveni podaci pokazuju kako se članovi crkvenih pokreta u znatnoj mjeri, odnosno više od polovice ispitanika, ne služe on-line bazama podataka, e-mailom i internetom, dok se trećina ne služi ni osobnim računalom. S druge pak strane uočljivo je kako se ispitanici znatno više služe e-mailom, osobnim računalom i internetom nego bazama podataka.

U istraživanju se dalje istraživalo, odnosno provjeravalo, koliko sociodemografska obilježja (spol, dob, razina obrazovanja i mjesto rođenja) utječu na učestalost upotrebe novih navedenih medija.

### Spol ispitanika i učestalost upotrebe novih medija

Prema rezultatima iz Tablice 3 vidi se kako se znatno veći postotak žena, u odnosu na muškarce, redovito služi osobnim računalom, ali i znatno veći postotak žena, u odnosu na muškarce, ne upotrebljava osobno računalo. U učestalosti upotrebe osobnoga računala između dvije spolne grupe postoji statistički značajna razlika ( $\chi^2=15,525$ ;  $df=3$ ;  $p<0,00$ ).

➔ TABLICA 3  
Spolna pripadnost članova crkvenih pokreta i učestalost upotrebe novih medija (u postotcima)

Učestalost upotrebe novih medija	Spol	
	muškarci	žene
Osobno računalo		
ne služim se	22,63	32,73
rijetko	38,95	29,09
ponekad	30,00	22,42
svaki dan	8,42	15,76
Internet		
ne služim se	43,75	60,45
rijetko	13,07	13,50
ponekad	28,98	17,68
svaki dan	14,20	8,36
Baze podataka		
ne služim se	59,30	74,59
rijetko	16,28	10,89
ponekad	18,60	9,90
svaki dan	5,81	4,62
E-mail		
ne služim se	52,00	63,55
rijetko	8,57	8,39
ponekad	20,00	17,42
svaki dan	19,43	10,64

Dobiveni pak rezultati učestalosti upotrebe interneta pokazuju kako postoji znatna razlika u svakodnevnoj upotrebi interneta kod muškaraca od učestalosti upotrebe interneta kod žena, s jedne strane, dok, s druge strane, rezultati jasno pokazuju kako se znatno više žena uopće ne služi internetom, za razliku od muškaraca. Između muškaraca i žena postoji značajna statistička razlika s obzirom na učestalost upotrebe interneta ( $\chi^2=16,027$ ;  $df=3$ ;  $p<0,00$ ).

Podaci o učestalosti upotrebe on-line baza podataka pokazuju dosta nizak stupanj učestalosti upotrebe i kod žena i kod muškaraca, odnosno relativno visok postotak i muškaraca i žena koji se ne služe on-line bazama podataka. Neznatno

više muškarci redovitije upotrebljavaju baze podataka od žena. U učestalosti upotrebe on-line baza podataka postoji značajna statistička razlika s obzirom na spol ispitanika ( $\chi^2=12,869$ ;  $df=3$ ;  $p<0,00$ ).

Prema navedenoj tablici, rezultati učestalosti upotrebe e-maila pripadnika crkvenih pokreta s obzirom na spol pokazuju da postoji znatna razlika između redovite upotrebe e-maila kod žena i kod muškaraca. Muškarci gotovo dvaput više od žena redovito rabe e-mail. S druge strane, daleko više žena nego muškaraca ne služi se e-mailom. Postoji statistička značajnost rezultata između spolova u učestalosti upotrebe e-maila ( $\chi^2=9,169$ ;  $df=3$ ;  $p<0,02$ ).

Navedeni rezultati jasno pokazuju kako spolna pripadnost ispitanika postaje značajnim čimbenikom koji utječe na učestalost upotrebe novih medija. Muškarci, prema rezultatima, u prosjeku redovitije upotrebljavaju nove medije od žena, osim učestalosti upotrebe osobnoga računala.

#### **Dob ispitanika i učestalost upotrebe novih medija**

Valja očekivati kako pripadnici crkvenih pokreta mlađe i srednje dobi redovitije upotrebljavaju nove medije od starijih dobnih skupina ispitanika, što dobiveni rezultati iz Tablice 4 s obzirom na učestalost upotrebe novih medija u odnosu na dob i pokazuju. Naime, pripadnici crkvenih pokreta starije dobi, a posebice stariji od 51 godine i više, znatno manje upotrebljavaju osobno računalo od pripadnika mlađe dobi. Jasno se vidi kako se s povećavanjem dobi ispitanika povećava i postotak onih koji se ne služe nikako osobnim računalom, a smanjivanjem dobi ispitanika povećava se postotak onih koji redovito upotrebljavaju osobno računalo. Ispitanici koji pripadaju najmlađoj dobnoj skupini (do 20 godina) najredovitije upotrebljavaju osobno računalo, potom ispitanici koji pripadaju dobnoj skupini od 21 do 30 godina života. Međutim, uočava se da ispitanici dobne skupine od 51 godine i više neznačajno redovitije rabe osobno računalo od ispitanika dobne skupine od 41 do 50 godina života. Postoji i statistički značajna razlika između ispitanika s obzirom na dob i učestalost upotrebe osobnog računala ( $\chi^2=41,007$ ;  $df=12$ ;  $p<0,00$ ).

Kada se analiziraju rezultati odnosa dobi i upotrebe interneta, može se zaključiti slično. Povećanjem dobne skupine ispitanika, odnosno pripadnika crkvenih pokreta, povećava se i učestalost odgovora ispitanika koji se uopće ne služe internetom. I obrnuto, smanjivanjem dobi ispitanika povećava se i učestalost redovite upotrebe novih medija. Ispitanici koji pripadaju dobnoj skupini do 21 godine redovitije od ostalih ispitanika upotrebljavaju internet. Postoji i statistički značajna razlika između dobi ispitanika i učestalosti upotrebe interneta ( $\chi^2=30,554$ ;  $df=12$ ;  $p<0,00$ ).

Učestalost upotrebe novih medija	Dob ispitanika				
	do 20 g.	21-30 g.	31-40 g.	41-50 g.	51 i više
<b>Osobno računalo</b>					
ne služim se	17,65	20,83	26,42	28,36	50,5
rijetko	29,41	30,00	37,74	38,81	25,3
ponekad	32,35	32,5	21,70	24,63	15,8
svaki dan	20,57	16,67	14,15	8,21	8,4
<b>Internet</b>					
ne služim se	42,65	41,32	57,28	57,85	75,0
rijetko	16,18	19,83	13,59	9,09	9,2
ponekad	26,47	26,45	17,48	24,79	10,5
svaki dan	14,71	12,40	11,65	8,26	5,3
<b>Baze podataka</b>					
ne služim se	53,73	60,83	71,57	71,05	89,2
rijetko	25,37	15,83	11,76	7,89	5,4
ponekad	11,94	18,33	12,75	14,04	4,1
svaki dan	8,96	5,00	3,92	7,02	1,4
<b>E-mail</b>					
ne služim se	51,47	50,00	58,25	60,00	80,2
rijetko	13,24	13,33	6,80	5,00	5,3
ponekad	16,18	21,67	19,42	21,67	9,2
svaki dan	19,12	15,00	15,53	13,33	5,3

**▣** TABLICA 4  
 Dobna pripadnost  
 članova crkvenih  
 pokreta i učestalost  
 upotrebe novih medija  
 (postotci ispitanika)

Analiza dobivenih rezultata odnosa učestalosti upotrebe on-line baza podataka s obzirom na dob ispitanika pokazuje da dobna skupina do 20 godina najredovitije upotrebljava baze podataka, potom ispitanici dobne skupine od 41 do 50 godina. Najmanje upotrebljavaju baze podataka ispitanici koji pripadaju dobnoj skupini od 51 godine i više, što se moglo i očekivati. Postoji i značajna statistička razlika u učestalosti upotrebe baza podataka s obzirom na dobne grupe ( $\chi^2=34,783$ ;  $df=12$ ;  $p<0,00$ ).

Pomalo iznenađuju dobiveni rezultati o učestalosti upotrebe e-maila, koji pokazuju kako više od polovice svih ispitanika svih dobnih skupina ne upotrebljava e-mail. U prosjeku najviše e-mail upotrebljava dobna skupina do 21 godine, a najmanje pripadnici dobne skupine od 51 godine i više. I ovdje je statistički značajna razlika dobne pripadnosti i učestalosti upotrebe e-maila ( $\chi^2=27,008$ ;  $df=12$ ;  $p<0,00$ ).

Možemo zaključiti kako se pripadnici crkvenih laičkih pokreta koji pripadaju mlađim dobnim skupinama u prosjeku redovitije služe novim medijima od pripadnika starijih dobnih grupa. Valja očekivati kako će taj trend upotrebe i dalje rasti. Ispitanici koji pripadaju dobnoj grupi do 21 godine pokazuju najkonzistentniju učestalost upotrebe novih medija, što je, vjerojatno, posljedica suvremenoga odgojno-obrazovnog sustava te činjenice da najmlađa dobna skupina pripada



informativskom i tehnološkom suvremenom društvu. Može se pretpostaviti kako novi mediji i više djeluju na način ponašanja i na način mišljenja najmlađih pripadnika eklezijalnih laičkih pokreta. Pripadnost ispitanika dobnim skupinama pokazuje se značajnim čimbenikom u određivanju intenziteta upotrebe novih medija među članovima novih eklezijalnih laičkih pokreta.

### Stupanj obrazovanja ispitanika i učestalost upotrebe novih medija

Dalje se ispitivalo u kojoj mjeri ovisi intenzitet, odnosno učestalost, upotrebe novih medija s obzirom na stupanj obrazovanja pripadnika crkvenih laičkih pokreta. Valja pretpostaviti da što je viši stupanj obrazovanja, veća je i učestalost upotrebe medija kod ispitanika, što se jasno vidi u sljedećim tablicama.

Dobiveni rezultati u Tablici 5 pokazuju, naime, kako se s povećanjem stupnja obrazovanja povećava i postotak ispitanika koji se redovito služe osobnim računalom, što se poglavito vidi kod rezultata koji su dobiveni u odgovorima ispitanika četverogodišnje srednje škole, više i visoke škole. S druge strane, što je stupanj obrazovanja niži, manja je i učestalost upotrebe osobnoga računala. Polovica broja svih pripadnika crkvenih pokreta sa završenom trogodišnjom srednjom školom, gotovo polovica ispitanika sa završenom osnovnom školom, četvrtina sa završenom višom školom i petina ispitanika sa završenim fakultetom ili akademijom ne služi se osobnim računalom. Između stupnja obrazovanja pripadnika crkvenih laičkih pokreta u odnosu na intenzitet upotrebe osobnoga računala, kao i između stupnja obrazovanja ispitanika s obzirom na učestalost upotrebe interneta, postoji statistički značajna razlika. I u intenzitetu upotrebe interneta jasno se uočava da što je stupanj obrazovanja niži, manja je učestalost upotrebe interneta, i obrnuto, što je viši stupanj obrazovanja, povećava se učestalost upotrebe interneta.

● **TABLICA 5**  
Stupanj obrazovanja članova crkvenih pokreta i učestalost upotrebe osobnoga računala (postotci ispitanika)

Stupanj obrazovanja	Osobno računalo			
	ne služim se	rijetko	ponekad	svaki dan
Nezavršena osnovna škola	50,00	0,00	25,00	25,00
Završena osnovna škola	48,27	24,13	13,79	13,79
Završena trogodišnja srednja škola	50,00	13,63	25,00	11,36
Završena četverogodišnja srednja škola	29,47	30,63	30,05	9,82
Završena viša škola	25,84	35,95	22,47	15,73
Završen fakultet ili akademija	19,42	37,41	25,89	17,26
Magisterij i doktorat	6,25	75	12,5	6,25

$\chi^2 = 57,410$ ;  $df = 12$ ;  $p < 0,007$

Relativno se malo ispitanika služi internetom. Tako više od četiri petine svih anketiranih pripadnika crkvenih laičkih pokreta sa završenom trogodišnjom srednjom školom, više od polovice sa završenom četverogodišnjom i više od polovice sa završenom višom školom, odnosno više od četrdeset posto sa završenim fakultetom ili akademijom ne upotrebljava internet, kako to zorno pokazuju rezultati u Tablici 6.

Stupanj obrazovanja	Internet			
	ne služim se	rijetko	ponekad	svaki dan
Nezavršena osnovna škola	75,00	25,00	0,00	0,00
Završena osnovna škola	66,66	11,11	18,51	3,70
Završena trogodišnja srednja škola	81,57	5,26	10,52	2,63
Završena četverogodišnja srednja škola	55,35	14,28	20,23	10,11
Završena viša škola	55,69	12,65	21,51	10,12
Završen fakultet ili akademija	42,64	16,17	27,94	13,23
Magisterij i doktorat	33,33	16,66	33,33	16,66

$\chi^2 = 24,277$ ;  $df = 12$ ;  $p < 0,02$

● **TABLICA 6**

Stupanj obrazovanja članova crkvenih pokreta i učestalost upotrebe interneta (postotci ispitanika)

Učestalost upotrebe baza podataka, slično kao i kod upotrebe interneta i osobnoga računala, ovisi o stupnju obrazovanja, kako pokazuje Tablica 7. Što je viši stupanj obrazovanja, veća je i učestalost upotrebe baza podataka, a što je stupanj obrazovanja niži, manja je i učestalost upotrebe ovoga medija. Dobiveni rezultati pokazuju kako svi ispitanici u prosjeku najmanje upotrebljavaju on-line baze podataka, a među ispitanicima s obzirom na stupanj obrazovanja nema statistički značajne razlike u učestalosti upotrebe on-line baza podataka.

● **TABLICA 7**

Stupanj obrazovanja članova crkvenih pokreta i učestalost upotrebe baza podataka (postotci ispitanika)

Stupanj obrazovanja	On-line baze podataka			
	ne služim se	rijetko	ponekad	svaki dan
Nezavršena osnovna škola	100,00	0,00	0,00	0,00
Završena osnovna škola	70,37	18,51	7,40	3,70
Završena trogodišnja srednja škola	83,78	5,40	8,10	2,70
Završena četverogodišnja srednja škola	68,07	15,06	12,65	4,21
Završena viša škola	74,32	12,16	5,40	8,10
Završen fakultet ili akademija	63,90	14,28	18,04	3,75
Magisterij i doktorat	63,63	0,00	18,18	18,18

$\chi^2 = 14,871$ ;  $df = 12$ ;  $p > 0,25$

Slično kao i u učestalosti upotrebe drugih novih medija s obzirom na stupanj obrazovanja, dobiveni rezultati u Tablici 8 pokazuju da se s višim stupnjem obrazovanja ispitanika povećava i učestalost upotrebe e-maila, odnosno s nižim stupnjem obrazovanja ispitanika smanjuje se i učestalost upotrebe

ili se povećava postotak udjela ispitanika koji se ne služe e-mailom. Postoji statistički značajna razlika u učestalosti upotrebe e-maila s obzirom na stupanj obrazovanja ispitanika.

Stupanj obrazovanja	E-mail			
	ne služim se	rijetko	ponekad	svaki dan
Nezavršena osnovna škola	75,00	0,00	25,00	0,00
Završena osnovna škola	66,66	18,51	3,70	11,11
Završena trogodišnja srednja škola	86,84	2,63	7,89	2,63
Završena četverogodišnja srednja škola	60,24	7,22	19,27	13,25
Završena viša škola	62,02	6,32	20,25	11,39
Završen fakultet ili akademija	47,79	13,97	19,85	18,38
Magisterij i doktorat	33,33	0,00	41,66	25,00

$\chi^2=29,243$ ;  $df=12$ ;  $p<0,04$

**●** TABLICA 8  
Stupanj obrazovanja članova crkvenih pokreta i učestalost upotrebe e-maila (postotci ispitanika)

Na temelju dobivenih rezultata, vidi se kako se s povećanjem stupnja obrazovanja ispitanika povećava i učestalost upotrebe osobnoga računala, interneta, e-maila i baza podataka, odnosno s nižim stupnjem obrazovanja ispitanika smanjuje se i učestalost upotrebe navedenih medija, dok se povećava postotak onih ispitanika koji se ne služe uopće novim medijima.

#### **Mjesto rođenja ispitanika i njihova učestalost upotrebe novih medija**

Na kraju je analizirano utječe li mjesto rođenja pripadnika crkvenih laičkih pokreta na učestalost upotrebe novih medija. Dobiveni rezultati u Tablici 9 pokazuju kako postoji znatna razlika u učestalosti redovite upotrebe osobnoga računala između ispitanika koji su rođeni u gradu u odnosu na ispitanike koji su rođeni na selu. Odnosno, znatno je veći postotak ispitanika rođenih na selu koji se uopće ne služe osobnim računalom u odnosu na ispitanike koji su rođeni u gradu. S druge pak strane, ispitanici rođeni na selu u prosjeku češće upotrebljavaju osobno računalo od ispitanika rođenih u gradu. U učestalosti upotrebe računala s obzirom na mjesto rođenja ispitanika ne postoji statistički značajna razlika ( $\chi^2=5,536$ ;  $df=3$ ;  $p>0,13$ ).

Relativno visok postotak ispitanika rođenih na selu nika se ne služi internetom, dok se nešto manje od polovice ispitanika rođenih u gradu njime ne služi. Uočava se i znatna razlika u svakodnevnoj, odnosno redovitoj, upotrebi interneta kod ispitanika rođenih u gradu prema onima koji su rođeni na selu. Postoji statistički značajna razlika u učestalosti upotrebe interneta između ispitanika koji su rođeni na selu i ispitanika koji su rođeni u gradu ( $\chi^2=16,215$ ;  $df=3$ ;  $p<0,00$ ).

Urbane sredine anketiranim ispitanicima pružaju veće mogućnosti upotrebe on-line baza podataka, što pokazuju dobi-

veni rezultati. Vrlo visok postotak (78,21%) ispitanika koji su rođeni na selu ne služi se nikako bazama podataka te relativno visok postotak (64,57%) ispitanika rođenih u gradu također se uopće ne služi on-line bazama podataka. Postoji neznatna razlika u učestalosti redovite upotrebe baza podataka ispitanika rođenih u gradu u odnosu na ispitanike koji su rođeni na selu. Naime, ispitanici rođeni na selu neznatno više svakodnevno upotrebljavaju baze podataka, dok ih ispitanici rođeni u gradu u prosjeku upotrebljavaju češće. Između tih dviju grupa ispitanika postoji statistički značajna razlika s obzirom na učestalost upotrebe on-line baza podataka ( $\chi^2 = 10,989$ ;  $df=3$ ;  $p<0,01$ ).

Slično pokazuju i rezultati odnosa učestalosti upotrebe e-maila kod ispitanika i njihova mjesta rođenja. Tako je dvaput veći postotak ispitanika rođenih u gradu koji se redovito služe e-mailom od ispitanika koji su rođeni na selu. I ovdje postoji statistički značajna razlika između dviju skupina ispitanika ( $\chi^2=14,474$ ;  $df=3$ ;  $p<0,00$ ).

➔ TABLICA 9  
Mjesto rođenja  
članova crkvenih  
pokreta i učestalost  
upotrebe novih medija  
(postotci ispitanika)

Učestalost upotrebe novih medija	Mjesto rođenja ispitanika	
	selo	grad
Osobno računalo		
ne služim se	39,42	25,68
rijetko	31,75	33,23
ponekad	22,22	26,89
svaki dan	11,11	14,20
Internet		
ne služim se	65,85	48,61
rijetko	7,93	16,10
ponekad	20,12	22,60
svaki dan	6,10	12,69
Baze podataka		
ne služim se	78,21	64,58
rijetko	7,05	15,67
ponekad	9,62	14,73
svaki dan	5,13	5,02
E-mail		
ne služim se	69,51	54,21
rijetko	4,27	10,59
ponekad	17,68	18,69
svaki dan	8,54	16,51

Općenito se može zaključiti kako se ispitanici rođeni u gradu redovitije i češće služe novim medijima od ispitanika rođenih na selu, osim u slučaju učestalosti upotrebe osobnoga računala, u čemu između tih dviju grupa ispitanika ne postoji statistička značajnost.

## **UMJESTO ZAKLJUČKA**

Dobiveni rezultati ovoga empirijskog istraživanja o pripadnicima (post)modernih crkvenih laičkih pokreta u Hrvatskoj pokazuju kako ispitanici imaju općenito relativno velik stupanj nepovjerenja prema svim medijima. Potom se iz dobivenih rezultata može zaključiti da pripadnici eklezijalnih laičkih pokreta relativno malo redovito upotrebljavaju nove medije (osobno računalo, internet, on-line baze podataka i e-mail).

Značajni čimbenici koji utječu na učestalost upotrebe novih medija jesu spolna i dobna pripadnost te stupanj obrazovanja i mjesto rođenja ispitanika. U prosjeku žene više od muškaraca upotrebljavaju osobno računalo, a muškarci u prosjeku više od žena upotrebljavaju internet, baze podataka i e-mail. Ispitanici koji pripadaju mlađim dobnim skupinama redovitije upotrebljavaju nove medije od ispitanika koji pripadaju starijim dobnim skupinama, a nove medije najkonzistentnije upotrebljavaju ispitanici koji pripadaju dobnoj grupi do 20 godina i od 21 do 30 godina. Što je viši stupanj obrazovanja ispitanika, redovitija je i upotreba interneta, osobnoga računala i e-maila, dok je ta kategorija u određivanju učestalosti upotrebe baza podataka irelevantna. I na kraju, ispitanici koji su rođeni u gradu u prosjeku redovitije upotrebljavaju nove medije od ispitanika koji su rođeni na selu, osim u upotrebi osobnoga računala, pri čemu je mjesto rođenja irelevantno jer ne postoji statistički značajna razlika u učestalosti upotrebe osobnoga računala između ispitanika koji su rođeni u gradu i ispitanika koji su rođeni na selu.

To bi bili na neki način rezultati navedenog empirijskoga istraživanja u užem smislu. U daljnjem promišljanju o novim medijima informacijskoga društva pitamo se što se događa s čovjekom, sa subjektom koji upotrebljava nove medije i koji je podložan njihovim utjecajima, pri čemu smo svjesni kako pojedini subjekti, osobe, kao i društveni subjekti uspješno stvaraju kriterije pomoću kojih ih prosuđuju.<sup>8</sup> U kontekstu širega promišljanja o novim medijima, o novoj tehnologiji, polazi se od samoga temelja nove tehnologije i njezine svrhe. Temelj nove tehnologije jest čovjek, a svrha njezina postojanja jest viša kvaliteta osobnoga, individualnoga i zajedničkoga, kolektivnoga života. To određivanje i usmjerenost otkriva zapravo kako je nove medije potrebno iščitavati u obzoru smisla i u perspektivi cjelovite ljudske odgojno-obrazovne, sociokulturne i religijske formacije.

U svjetlu obzorja čovjekova smisla, pokušat će se interpretirati i dobiveni rezultati istraživanja o povjerenju prema medijima i učestalost upotrebe novih medija s obzirom na neka demografska obilježja pripadnika novih crkvenih pokreta. Novi mediji, odnosno nova tehnologija, nameću nov način pro-

mišljanja, organizaciju spoznaja, novu logiku koja ističe neke posebne spoznajne procese. Povlašteno mjesto zauzima specifična racionalnost, u kojoj prevladavaju algoritam (vrsta spoznaje koja individualizira stvarni posve uređeni slijed manualnih ili mentalnih operacija što vodi do unaprijed određenoga cilja) i sustavni procesi (uzimanje u promišljanje cjelokupne složenosti elemenata koji imaju određenu ulogu u nekoj problematičnoj situaciji i međusobno djelovanje svih elemenata). Takva racionalnost, odnosno informatički model primjeren suvremenoj složenosti i "trendovima", ističe matematičku, znanstvenu i tehnološku misao u formaciji, dakle, u odgoju i obrazovanju.

Tehnološki duh uvodi način promišljanja kako je sve isplanirano, aktualizirano, vrednovano prema kriterijima operacionalizacije, učinkovitosti, proizvodnje, kako sve podliježe razumskoj kontroli, logičnosti, preciznosti i propisima. Te se vrednote na neki način nameću kao bit novih pravila, naime kao novo društveno polazište ponašanja i vrijednosti.

Nova tehnologija i novi mediji antropološki su izazov. Stoga je opravdano pitanje, plaća li se previsoka cijena u informatičkom društvu u kojemu čovjek gubi spontanost i svoju prvotnu izvornost, u kojemu čovjek gubi individualne i društvene odnose koji su važni za radost zajedništva. Naime, logika novih medija, nove tehnologije, jasno pokazuje na što se treba usredotočiti, što se može kontrolirati i operacionalizirati. Stoga je takva logika korisna čovjeku i društvu jer može pomoći sustavnom pristupu vidovima života i ljudskoga postojanja koji se mogu kontrolirati i operacionalizirati. S druge pak strane, tehnologija, odnosno novi mediji, ne mogu rješavati probleme čovjekova smisla koji nadilaze područja operativnosti i komunikacije. Upravo ta antropološka nedostatnost novih medija samo još više upućuje na to kako je potrebno promatrati upotrebu novih medija u obzoru čovjekova smisla.

Važna je stoga odgojna strategija odgajanja i osposobljavanja za upotrebu novih medija i njihovih različitih govora, različitih kulturnih oblika kodifikacije i za upotrebu različitih "logika", od znanstvene i tehnološke racionalnosti do analogijske racionalnosti koja se više upotrebljava u umjetnosti, u filozofiji i na području vjere.<sup>9</sup> Nije riječ o "biti posvuda", nego je riječ o osobnosti, o osobi koja je spremna i sposobna primjereno upotrijebiti različite registre. U tom smislu nije riječ o osobnom računalu, internetu, e-mailu, bazama podataka, nego o konkretnoj osobi koja ih upotrebljava i koja je izložena njihovim različitim utjecajima, riječ je o konkretnoj osobi koja promišlja, iščitava i predočava sebe i svoje povijesno življenje u društvenom dijalogu, u iskustvenom i kulturnom sučeljavanju u javnom društvenom<sup>10</sup> i crkvenom<sup>11</sup> mišljenju.

U tom smislu tehnologijski izazov ne sastoji se samo od tehničke učestalosti upotrebe najstroženijih sredstava za komunikaciju, ni od predlaganja operativne logike kako bi se racionalno suočilo s problemima, ni od isticanja posebnih vrednota (kao što su racionalnost, logika, učinkovitost, operativno planiranje, mjerenje i kontrola intencija i procesa) nego se sastoji i od poticaja da se bolje proučava ljudska spoznaja, čovjekovo bivanje i djelovanje, polazeći od tehničkog izlaganja stvari i problema, zatim od izazova da se produbljuje misterij čovjeka, njegova smisla življenja i djelovanja te na kraju od odgojnoga i obrazovnoga djelovanja u službenju konkretnim osobama koje djeluju u svijetu, a u komunikaciji s drugima i s Bogom. To su članovi iste vrste koji su neponovljivi, objektivizirani, a istodobno i neproučeni, ispunjeni različitim potrebama, a istodobno uvijek željni "biti", a ne samo imati, željni istine, a ne samo informacije, željni radosti, zajedništva, susreta, beskonačnosti, a ne samo ograničenih stvari.<sup>12</sup>

Kada se promatraju dobiveni empirijski rezultati (ne)po-vjerenja članova crkvenih laičkih grupa i njihova učestalost upotrebe osobnoga računala, interneta, on-line baza podataka i e-maila s obzirom na spol, dob, stupanj obrazovanja i mjesto rođenja, u navedenom kontekstu ne dobiva se optimistična slika ni o tehničkoj upotrebi novih medija ni o (ne)razumijevanju novih medija u obzorju smisla. To više zabrinjavaju dobiveni rezultati ako imamo na umu kako je u ovom istraživanju riječ o selektivnim crkvenim laičkim pokretima i visoku stupnju naobrazbe ispitanika.

Mislim kako više nije dostatno samo tražiti uzroke u naslijeđenom patrijarhalnom odnosu, u naslijeđenom "forma mentis" iz razdoblja prošloga društveno-političkog uređenja, a ni u ratnim događanjima, nego je problem mnogo dublji. Potrebno je "povećanje percepcije"<sup>13</sup> elektroničkih medija i senzibiliziranje<sup>14</sup> članova crkvenih pokreta za ispravnu i odgovornu upotrebu novih medija, jer oni koji ne poznaju te izvrsne medije društvene komunikacije nisu ih sposobni ni učestalo upotrebljavati u obzorju čovjekova smisla. Neprijeporna je moć i uloga medija društvene komunikacije u oblikovanju novoga načina mišljenja, osobnoga i društvenoga ponašanja, različitih vođa i njihovih uloga u društvu i kulturi te u stvaranju novoga sustava vrijednosti, stoga je senzibilizacija pripadnika crkvenih pokreta za sve medije društvene komunikacije prijeko potrebna.

Kako je riječ o pripadnicima crkvenih pokreta, dobiveni rezultati upozoravaju i na organizacijske probleme, naime na neorganizirano djelovanje Crkve na području medija. Istina, još se uvijek prešutno daje povlašteno mjesto tiskanoj riječi, knjizi, ali je već poodavno nastupilo razdoblje "čovjeka slike" te je potrebno u informatičkom društvu prihvatiti, osim "slike", i cjelovit govor novih medija. Pomalo zakašnjela reakcija

Crkve prema medijima, potom neorganiziranost i još uvijek nepostojanje primjereno izgrađenoga plana Crkve za pastoralno komunikacijsko djelovanje pomoću medija – jednostavno nedostatak crkvene medijske strategije zrcali se i u učestalosti upotrebe navedenih medija kod pripadnika crkvenih laičkih pokreta i u njihovu (ne)povjerenju prema novim medijima.

Znatna uključenost žena u upotrebu novih medija omogućuje ženama da izgrade novu sliku o sebi i o svojoj primjerenosti društvenoj i crkvenoj ulozi. Žene su još uvijek na neki način "žrtve" patrijarhalnog odnosa, ali i općeg ozračja prema ženi i u društvu i u Crkvi, gdje žena, istoga dostojanstva kao i muškarac, pokušava izgraditi partnerski, a ne podređeni, odnos. Treba imati na umu kako je u ovom istraživanju riječ o ženama koje su religijski vrlo aktivne i djeluju vrlo predano i na crkvenom i na društvenom području, koje učestalom upotrebom novih medija ne samo sudjeluju u javnom, kulturnom, društvenom i crkvenom životu nego ih i izgrađuju.

Na samom kraju postavlja se pitanje: upućuju li dobiveni rezultati o povjerenju u medije općenito i o učestalosti upotrebe novih medija kako ih rabe pripadnici novih crkvenih pokreta u Hrvatskoj na početak osobne interiorizacije, pounutrašnjenja suvremene znanstvene tehnološke racionalnosti ili, još točnije, postavlja se pitanje: oduhovljuje li se tehnologija ili se tehnologizira duh ili pak i jedno i drugo. Primjereni odgovori na ova pitanja svakako premašuju okvir ovoga rada. No jedno je sigurno. Dobiveni rezultati pokazuju da pripadnici crkvenih laičkih grupa ili pokreta nisu primjereni sposobni odgovoriti na antropološki izazov novih medija, odnosno nove tehnologije u obzorju smisla, što se od njih s obzirom na crkveni religijski elitizam i visok stupanj obrazovanja zapravo i očekuje. Izrazito negativan smjer nepovjerenja pripadnika crkvenih pokreta općenito prema svim medijima društvene komunikacije i njihova relativno mala učestalost upotrebe novih medija ne jamče njihov primjeren odgovor na antropološki izazov novih medija. Nadalje, istaknuto nepovjerenje općenito prema svim medijima i nizak stupanj učestalosti upotrebe novih medija imaju za njih i jasne posljedice. Istina, mediji ne utječu znatno na ispitanike, ali isto tako pripadnici crkvenih laičkih pokreta ne sudjeluju aktivno u stvaranju novih sociokulturnih vrednota u izgradnji novoga pluralističkog demokratskog hrvatskog društva, jer sami pripadnici crkvenih laičkih pokreta relativno malo upotrebljavaju nove medije koji im to omogućuju. No, s druge pak strane, kod znatnoga broja muškaraca i žena, kod ispitanika mlađih dobnih skupina, kod ispitanika s višim stupnjem obrazovanja i kod većega dijela ispitanika rođenih u gradu pokazuju se znakovi učestalosti upotrebe novih medija, a time se povećava i mogućnost interiorizacije, naime usvajanja njihova posebnoga komunikacijskog govora, posredovanih komunika-



cijskih sadržaja, koji potom i utječu na samo djelovanje ispitanika i na njihovo sudjelovanje u izgradnji vrijednosnoga sociokulturnog sustava. Valja očekivati da se standardizira upotreba novih medija i da smjer izrazitoga nepovjerenja zaoakrene prema smjeru znatnijega povjerenja prema svima medijima, a posebice prema novim medijima društvene komunikacije, što će stvoriti i bolje pretpostavke za primjereniji odgovor na antropološki, dakako i na religijski, izazov pripadnicima novih crkvenih laičkih pokreta u (post)modernom razdoblju hrvatskoga društva. Što bude veća učestalost upotrebe novih sredstava društvene komunikacije, otvara se i veća mogućnost djelovanja medija na stvaranje novoga načina promišljanja, ponašanja, vrednovanja i stvaranja nove kulture uz pomoć medija, koja prožima ljudsku kulturu, oblikuje ljudsko iskustvo i promiče ljudsku solidarnost.

## BILJEŠKE

---

<sup>1</sup> Komunikacija je uistinu složen fenomen počevši od činjenice da je komunikacija bitna antropološka sastavnica (čovjek ne može ne komunicirati, P. Watzlawick, J. H. Beavin, D. D. Jackson, 1971.) pa sve do cjelokupnoga globalnog sustava svjetske komunikacije. Osnovna područja komunikacijskoga proučavanja ("communication research") iznio je američki klasik komunikacija H. D. Laswell prema glavnim sastavnicama komunikacije: "Who says – tko kaže" – analiza subjekta, "What – što" – analiza sadržaja, "In Which Channel – kako" – analiza medija, "To Whom – komu" – analiza primatelja i "With What Effect – s kojim ciljem" – analiza učinaka. Navedenih pet sastavnica slično se pojavljuju u fazama u Shannonovu i Waeverovu modelu (1949.), Berlovu (1960.), Schrammovu i Porterovu modelu kao i drugim modelima. U ovom se radu komunikaciju razumijeva jednostavno kao dvosmjerni protok informacija između izvora informacija i primatelja uz povratnu informaciju, a cjelokupni komunikacijski proces (izvor, kodiranje, kanal, šumovi, dekodiranje, primatelj i *feedback*) razumije se u širem sociokulturnom kontekstu. Naime, komunikacijski proces uobičajeno označava pošiljatelja koji šalje kodirane sadržaje kanalima koje primatelj prima i dekodira. Na primjer, čovjek telefonira, njegov se govor kodira u signale koji se prenose kanalom telefonske linije do telefonskoga prijammnika koji te signale dekodira u govorne riječi na koje primalac odgovara. Taj popularni "bullet" ili "railroad" model prevladavao je u proučavanju medija s posebnim isticanjem primatelja komunikacije i njezinih učinaka. Takva paradigma uglavnom je usredotočena na izvor, sadržaj, medij, *audience* i *feedback*, a pristup, sa svim prednostima i nedostacima, u povijesti je dobro obrazložen (McQuail, 1987.; Delia, 1987.; Lowery & DeFleur, 1983.; Wartella & Reeves, 1985.; Gitlin, 1978.). Postoje, naime, linearni komunikacijski modeli C. E. Shannona, W. Weavera i DeFleura, cirkularni komunikacijski model W. Schramma, Gebnerov model koji je u biti još uvijek linearan, Jakopsonov funkcionalistički model te semantički informacijski i tekstualni komunikacijski model U. Eca i P. Fabbrija. Teorije komunikacije mase izvode se iz analize kulture mase i tada je riječ o kulturološkim teorijama E. Morina i A. Malera te o kritičkoj teoriji komunikacije mase Frankfurtske

škole. U kontekstu učinaka medija društvene komunikacije navedimo isto tako samo neke teorije "bullet theory", teoriju ograničenih učinaka "two-step flow" Katza i Lazarsfelda, umjerena učinka na publiku (*cultivation theory, agenda-setting function, information seeking paradigm, uses and gratifications approach*) kao i teoriju djelotvornih učinaka Noelle-Neumann "the powerfull effects model" (usp. M. Plenković, 1993.; P. Novosel, 1988.; D. McQuail i S. Windahl, 1989.; J. Fiske, 1990.; M. R. Real, 1989.; F. Valbuena, 1996.).

<sup>2</sup> Usp. G. Črpić, M. J. Mataušić, Povjerenje u medije, u *Bogoslovska smotra* LXVIII (1998.) 4, 673-684.

<sup>3</sup> Usp. G. Črpić, M. J. Mataušić, *Povjerenje u medije*, 675.

<sup>4</sup> M. Mataušić, I. Rimac, Praćenje medija i odnos prema vrednotama, u *Bogoslovska smotra* LXX (2000.) 2, 485-498.

<sup>5</sup> P. Aračić, G. Črpić, K. Nikodem, Vjerska situacija u hrvatskom tranzicijskom društvu prema istraživanju "Aufbruch", u *Vjesnik Đakovačke i Srijemske biskupije* CXXVIII (2000.) 12, 775-815, ovdje 776, 811-812.

<sup>6</sup> Hrvatski biskupi, *Radosno naviještanje Evanđelja i odgoj u vjeri. Temeljne smjernice o obnovi religioznog odgoja i kateheze*, Kršćanska sadašnjost, Zagreb 1983., br. 49: "U našim prilikama, zbog specifičnih okolnosti, treba se osobito brinuti za izradu i izdavanje kvalitetnih tiskanih medija"; usp. Mataušić M., Nikodem K., Črpić G., Crkva i mediji, u *Jeremija, što vidiš?* (Jr 24,3) Crkva u hrvatskom tranzicijskom društvu, Đakovo 2001., 53-76.

<sup>7</sup> Zbog izračunavanja hi kvadrata prva se kategorija pridružuje sljedećoj (u našem slučaju odgovori ispitanika s nezavršenom osnovnom školom pribrajaju se odgovorima ispitanika sa završenom osnovnom školom), a zadnja se kategorija pribraja prethodnoj (ovdje se odgovori ispitanika s magisterijem i doktoratom pribrajaju odgovorima ispitanika sa završenim fakultetom ili akademijom, naime odgovorima ispitanika sa završenom visokom školom). Isto je napravljeno i u daljnjem izračunavanju hi kvadrata u odnosu na stupanj obrazovanja ispitanika i intenzitet upotrebe interneta, baza podataka i e-maila.

<sup>8</sup> Usp. C. Nanni, *Nuove tecnologie, antropologia e educazione*, u *Domanda di educazione e nuove tecnologie della comunicazione*, a cura di M. Pellerey, LAS, Roma 1987., 45-55.

<sup>9</sup> P. Brooks, *La comunicazione della fede nell'eta dei media elettronici*, ELLE DI CI, Torino (Leumann) 1987.; P. Babin, *La catechesi nell'era della comunicazione*, ELLE DI CI, Torino (Leumann) 1989.

<sup>10</sup> J. Jukić, Javno mnijenje u društvu, u *Socijalni nauk Crkve u hrvatskom društvu*, uredio S. Baloban, Centar za promicanje socijalnog nauka Crkve, Zagreb 1998., 97-110.

<sup>11</sup> S. Kušar, Javno mnijenje u Crkvi, u *Socijalni nauk Crkve u hrvatskom društvu*, uredio S. Baloban, Centar za promicanje socijalnog nauka Crkve, Zagreb 1998., 111-121.

<sup>12</sup> Usp. C. Nanni, *Nuove tecnologie, antropologia e educazione*, 52.

<sup>13</sup> Završna izjava pete sekcije: Djelovanje vjernika laika u sredstvima društvenog komuniciranja, u *Vijeće za laike Hrvatske biskupske konferencije, Mogućnosti organiziranog djelovanja vjernika laika u Hrvatskoj*.

DRUŠ. ISTRAŽ. ZAGREB  
GOD. 12 (2003),  
BR. 6 (68),  
STR. 1003-1023

MIHALJEVIĆ, V.:  
NOVI MEDIJI...

## LITERATURA

---

Simpozij hrvatskih vjernika laika Osijek, 5.-6. listopada 2001., Kršćanska sadašnjost, Zagreb 2002., 390.

<sup>14</sup> V. Mihaljević, Sredstva društvene komunikacije i pripadnici crkvenih pokreta u Hrvatskoj, u *Mogućnosti organiziranog djelovanja vjernika laika u Hrvatskoj*, 371-381.

Aračić, P., Črpić, G., Nikodem, K. (2000.), Vjerska situacija u hrvatskom tranzicijskom društvu prema istraživanju "Aufbruch". U: *Vjesnik Đakovačke i Srijemske biskupije CXXVIII*, 12, 775-815, ovdje 776, 811-812.

Babin, P. (1989.), *La catechesi nell'era della comunicazione*, ELLE DI CI, Toriono (Leumann).

Brooks, P. (1987.), *La comunicazione della fede nell'eta dei media elettronici*, ELLE DI CI, Torino (Leumann).

Črpić, G., Mataušić, M. J. (1998.), Povjerenje u medije, *Bogoslovska smotra LXVIII*, 4, 673-684.

Fiske, J. (1990.), *Introduction to communication studies*, Routledge, London and New York.

Hrvatski biskupi (1983.), Radosno naviještanje Evanđelja i odgoj u vjeri. *Temeljne smjernice o obnovi religioznog odgoja i kateheze*, Kršćanska sadašnjost, Zagreb.

Jukić, J. (1998.), Javno mnijenje u društvu. U: S. Baloban (ur.), *Socijalni nauk Crkve u hrvatskom društvu*, Centar za promicanje socijalnog nauka Crkve, Zagreb, 97-110.

Kušar, S. (1998.), Javno mnijenje u Crkvi. U: S. Baloban (ur.), *Socijalni nauk Crkve u hrvatskom društvu*, Centar za promicanje socijalnog nauka Crkve, Zagreb, 111-121.

Mataušić, M., Rimac, I. (2000.), Praćenje medija i odnos prema vrednotama, *Bogoslovska smotra LXX*, 2, 485-498.

Mataušić, M., Nikodem, K., Črpić, G. (2001.), Crkva i mediji. U: *Jeremija, što vidiš?* (Jr 24,3) Crkva u hrvatskom tranzicijskom društvu, Đakovo, 53-76.

McQuaill, D. i Windahl, S. (1989.), *Communication models for the study of mass communications*, Longman, London and New York.

Mihaljević, V. (2002.), Sredstva društvene komunikacije i pripadnici crkvenih pokreta u Hrvatskoj. U: Vijeće za laike Hrvatske biskupske konferencije, *Mogućnosti organiziranog djelovanja vjernika laika u Hrvatskoj*, Simpozij hrvatskih vjernika laika. Osijek, 5.-6. listopada 2001., Kršćanska sadašnjost, Zagreb, 371-381.

Nanni, C. (1987.), Nuove tecnologie, antropologia e educazione. U: *Domanda di educazione e nuove tecnologie della comunicazione*, a cura di M. Pellerey, LAS, Roma, 45-55.

Novosel, P. (1988.), Komunikologija. U: *Opća enciklopedija Jugoslavenkog leksikografskog zavoda "Miroslav Krleža"*, Dopunski svezak A-Z, Zagreb.

Plenković, M. (1993.), *Komunikologija masovnih medija*, Barbat, Zagreb.

Real, M. R. (1989.), *Super media. A Cultural Studies Approach*, Sage Publications, Newbury Park, London, New Delhi.

DRUŠ. ISTRAŽ. ZAGREB  
GOD. 12 (2003),  
BR. 6 (68),  
STR. 1003-1023

MIHALJEVIĆ, V.:  
NOVI MEDIJI...

Valbuena, F. (1996.), *Comunicazione di massa (Scuole e teorie)*. U: *Dizionario di scienze e tecniche della comunicazione*, diretto da A. Benitto, San Paolo, Milano, 203-215.

Watzlawick, P., Bevain, J. H., Jackson, D. D. (1971.), *Pragmatica della comunicazione umana*, Astrolabio, Roma.

Završna izjava pete sekcije: Djelovanje vjernika laika u sredstvima društvenog komuniciranja. U: *Vijeće za laike Hrvatske biskupske konferencije, Mogućnosti organiziranog djelovanja vjernika laika u Hrvatskoj*. Simpozij hrvatskih vjernika laika. Osijek, 5.-6. listopada 2001., Kršćanska sadašnjost, Zagreb 2002., 389-390.

## The New Media and Members of Lay Ecclesiastical Movements in Croatia

Vine MIHALJEVIĆ

Institute of Social Sciences Ivo Pilar, Zagreb

A socioreligious empirical research of lay ecclesiastical movements was conducted in the Institute of Social Sciences Ivo Pilar within the religious topic Globalisation and Postmodern Religious Movements. In this article the results of the general faith in the media of social communication have been given as well as the frequency of their use (personal computer, e-mail, internet and data base), the way members of lay ecclesiastical movements in Croatia are using them with regard to their individual and socioprofessional features (gender, age, level of education and place of birth). For measuring the given relations some indicators have been used from descriptive statistics, such as frequencies and percentages, while for drawing the conclusion on the existence of a statistically significant difference in the examinees' answers, the author used the  $\chi^2$  - test. The results obtained show that examinees express a very high degree of distrust generally towards all the media and a relatively low degree of frequency of use of the new media – the personal computer, internet, on-line data base and e-mail. Significant factors influencing the frequency of use of these new media are the examinees' gender and age. The level of education of the examinees is a relevant factor in determining the intensity of use of the personal computer and e-mail, and irrelevant in determining the use of the internet and data base. The place of birth also significantly influences the frequency of use of the internet, e-mail and data base, while it is insignificant in determining the intensity of the use of the computer. The findings show that it is necessary to sensitise members of new ecclesiastical lay movements to the new media and to their application within the horizon of human meaning, because at the very foundation of the new media and new technology are human beings and their entire social and historical as well as cultural and religious individual and common development in the atmosphere of democratic society and community.

DRUŠ. ISTRAŽ. ZAGREB  
GOD. 12 (2003),  
BR. 6 (68),  
STR. 1003-1023

MIHALJEVIĆ, V.:  
NOVI MEDIJI...

## Neue Medien und die Mitglieder kirchlicher Laienbewegungen in Kroatien

Vine MIHALJEVIĆ  
Ivo-Pilar-Institut für Gesellschaftsforschung, Zagreb

Zum Rahmenthema Globalisierung und postmoderne religiöse Bewegungen wurde im Ivo-Pilar-Institut eine sozioreligiöse empirische Untersuchung über die Verhaltensweisen innerhalb kirchlicher Laienbewegungen in Kroatien durchgeführt. Die vorliegende Arbeit berichtet über das allgemeine Vertrauen in Medien, die der gesellschaftlichen Kommunikation dienen, sowie über die Häufigkeit des Gebrauchs neuer Medien (Computer, E-Mail, Internet und Datenbanken) unter Mitgliedern kirchlicher Laienbewegungen in Kroatien. Bei den Untersuchungsteilnehmern wurden individuelle und sozioprofessionelle Merkmale wie Geschlecht, Alter, Bildungsgrad und Geburtsort in Betracht gezogen. Zur Ermittlung der angeführten Verhaltensweisen wurden bestimmte Indikatoren aus dem Bereich der deskriptiven Frequenz-Statistik eingesetzt, zur Folgerung des Schlusses, dass es zwischen den Antworten der Umfrageteilnehmer statistisch relevante Unterschiede gebe, wiederum ein  $\chi^2$ -Test. Gemäß den Ergebnissen zeigen die Befragten einen ausnehmend hohen Grad an Misstrauen gegenüber allen Medien im Allgemeinen; auch werden neue Medien wie Computer, Internet, Online-Datenbanken und E-Mail relativ selten benutzt. Als bedeutsame Faktoren, die Einfluss haben auf die Häufigkeit des Gebrauchs der genannten neuen Medien, erweisen sich Geschlecht und Alter. Der Bildungsgrad ist ein relevanter Faktor, der die Nutzungsintensität im Umgang mit Computer und E-Mail bestimmt; irrelevant ist er jedoch bei der Bestimmung der Häufigkeit, mit der Internet und Datenbanken genutzt werden. Auch der Geburtsort hat einen wesentlichen Einfluss auf die Häufigkeit des Gebrauchs von Internet, E-Mail und Datenbanken, während er für die Intensität der Benutzung von Computern unwesentlich ist. Die Ergebnisse zeigen, dass die Mitglieder kirchlicher Laienbewegungen für die neuen Medien und ihren Gebrauch sensibilisiert werden müssen – schon allein aus rein menschlichen Gründen, denn der Ausgangspunkt der neuen Medien und Technologien ist der Mensch, seine gesamte sowohl individuelle als auch kollektive gesellschaftlich-geschichtliche und kulturell-religiöse Entwicklung im Rahmen des demokratischen Gemeinschaftslebens.