

Ivica JURIĆ

Katolički bogoslovni fakultet Sveučilišta u Splitu
Zrinsko-frankopanska 19,
RH - 21 000 Split
ivicajurich@gmail.com

Luka JELAVIĆ

Karlovačka 28
RH - 21000 Split
luka_jelavic@hotmail.com

DIGITALNA EVANGELIZACIJA NA PRIMJERU PROJEKATA HRVATSKE SALEZIJANSKE PROVINCIJE

Sažetak

Nagli razvoj tehnologije, osobito digitalnih medija, može izgledati kao prevelik izazov za poslanje Crkve. Pa ipak, treba se sjetiti kako je Crkva kroz svoju bogatu povijest mnogo puta trebala prijeći razne kulturne pragove koji su iziskivali novu snagu i kreativnost u naviještanju evanđelja. Kako je to uspjela u prošlosti, sasvim sigurno to može i danas. Glavni preduvjet njezina uspjeha u navještanju (inkulturaciji evanđelja u konkretnu kulturu) jest poznavanje te kulture, otvorenost prema svijetu medija (digitalnoj kulturi) ukazujući kako na njezine mogućnosti, tako i na njezine opasnosti. U radu se kroz kratak pregled crkvenih dokumenata o važnosti medija za poslanje Crkve naglasak stavlja na mogućnosti koje novi načini medijske evangelizacije (prikazani kroz projekte Hrvatske salezijanske provincije „Nova Eva“, „Ja slijedim svoga Kralja“ i „Lectio divina s Don Boscom“) pružaju Crkvi u njezinu poslanju evangelizacije društva. Istraživanje donosi korisna iskustva/spoznaje koji u poboljšanju navedenih projekata ili u osmišljavanju novih mogu biti od velike koristi.

Cljučne riječi: digitalna kultura, digitalni mediji, evangelizacija, Hrvatska salezijanska provincija.

Uvod

Ovim radom¹ želi se progovoriti o novim načinima evangelizacije koji su sve popularniji i pristupačniji mlađoj populaciji. Radi upoznavanja s novim načinima digitalne evangelizacije, najprije ćemo u prvom poglavlju obraditi sam pojam evangelizacije, njegovo značenje i ciljeve. U drugom poglavlju obradit će se konkretni načini digitalne evangelizacije na primjeru Hrvatske salezijanske provincije. Iako ima više projekata

1 Ovaj članak nastao je na temelju prerađena teksta diplomskog rada studenta Luke Jelavića i mentora Ivica Jurića na Katoličkom bogoslovnom fakultetu Sveučilišta u Splitu.

preko kojih salezijanci evangeliziraju, u radu će fokus biti na tri „projekta“ koji su najpoznatiji i imaju najveći doseg među vjernicima laicima. To je „Nova Eva“, mobilna aplikacija i web stranica koja u svojem imenu krije značenje Marije, Isusove i naše majke, ali i nove evangelizacije. Aplikacijska verzija ima preko 100 000 preuzimanja i puna je raznovrsnog sadržaja koji prosječnom vjerniku pruža sve što mu treba (molitvenik, časoslov, pjesmaricu, audio razmatranja, evanđelje dana...). Osim „Nove Eve“ obradit će se i projekt nazvan „Ja slijedim svoga Kralja“. Radi se o WhatsApp razmatranjima na temu evanđelja dana te „Lectio divina s Don Boscom“ u kojoj je riječ o evangelizaciji preko e-mail poruka na kojima se nalazi nedjeljno evanđelje s razmatranjima i zazivima Duhu Svetom. Nakon prikaza spomenutih projekata, prikazat ćemo rezultate anonimne ankete koju smo proveli na ispitanicima koji su barem jednom u životu čuli za jedan od navedenih projekata. Anketu smo dijelili putem linka na web stranicu na kojoj se nalazi anketa. Iako se radi o anonimnoj anketi, ispitanici su na kraju trebali navesti i neke osobne podatke (dob, mjesto prebivanja, vjerske aktivnosti) kako bi se rezultati mogli lakše uspoređivati.

1. Potreba nove evangelizacije

Gotovo kroz cijelu povijest evangelizacija je išla pravocrtno. Isus je povjerio učenicima, a preko njih i cijeloj Crkvi, odgovornu zadaću: „Pođite po svem svijetu, propovijedajte evanđelje svemu stvorenju“ (Mk 16, 16). Pojavom masovnih medija činilo se kao da se ispunila ta zadaća te je evanđelje stiglo do cijelog svijeta. Međutim, zbog dugog vremenskog perioda koji je za to bio potreban, dogodilo se to da doba prvotne evangelizacije nije završilo, a već se pojavila potreba za ponovnom ili novom evangelizacijom² već evangeliziranih naroda. To se ponajprije pokazalo sredinom prošlog stoljeća u velikim gradovima Zapadne Europe koji su se naglo širili zbog ubrzane industrijalizacije. U tim gradovima dekristijanizacija kršćanskih

2 Premda je navedeni pojam (nove evangelizacije) uveo u redovitu upotrebu papa Ivan Pavao II. tijekom svojega apostolskog putovanja u Poljsku 1979. godine u Novoj Huti, njegovi su začetci mnogo stariji. U homiliji na misi u svetištu Sv. Križa u Mogili, u Poljskoj 1979., papa Ivan Pavao II. je između ostalog rekao: „Gdje se uzdiže križ, ukazuje se znak da je tu već stigla Radosna vijest o čovjekovu spasenju po Ljubavi [...] Nedaleko odavde podignut je novi križ, upravo tijekom obilježavanja tisućljeća. S njime smo primili znak, tj. da se na pragu novog tisućljeća – u ovim novim vremenima, u ovim novim životnim prilikama – ponovno naviješta evanđelje. Započela je nova evangelizacija, kao da se radi o drugom navještaju premda je zapravo isti.“ GIOVANNI PAOLO II, *L'omelia della s. Messa nel Santuario di S. Croce a Mogila del 9 giugno 1979, u: Insegnamenti, II (1979.)*, 1 (Città di Vaticano: LEV, 1979.), 1505.

zajednica bila je najizraženija. U zemljama koje su već stoljećima kršćanske čini se kao da 'kršćansko društvo' više ne postoji.³

Jednostavan opis pojma nove evangelizacije bio bi evangelizacija koja se odvija u zemljama koje su nekoć prihvatile kršćanstvo, ali je u njih vjera toliko oslabjela da je potrebno ponovno evangelizirati, gotovo od samog početka.⁴ Osobito je sve više mladih ljudi koji ne prihvaćaju tradicionalne načine izražavanja vjere svojih roditelja. Zbog njih kao i mnogih doseljenika nekršćanskog podrijetla nova evangelizacija trebala bi „raspiriti žeravicu koja tinja pod pepelom sekularizacije i neobuzdanog gomilanja materijalnih dobara.“⁵ Novonastala situacija praćena velikim tehnološkim napretkom zahtijeva od Crkve da se uključi u novu evangelizaciju koja za cilj ima prenijeti isti nauk, ali na nov način. Za razliku od prvotnih načina evangelizacija kojima je naglasak bio na učenju, slušanju i prihvaćanju istina, nova evangelizacija treba se okrenuti ne samo novim načinima već i novom entuzijazmu, autentičnom životu. Osim direktne evangelizacije Crkva se već na Koncilu okrenula i evangelizaciji posredstvom novih medija. Ponajprije preko radija i televizije, a u najnovije vrijeme i preko interneta (računala i pametnih telefona).

O evangelizaciji i novoj evangelizaciji govori se intenzivnije od Drugog vatikanskog koncila. Navedenoj temi posvećene su u užem smislu tri sinode, a u širem i puno više. Spomenut ćemo samo neke iz čijih su zaključaka kasnije proizašli i važni dokumenti za poslanje Crkve, kao npr. *Evangelii nuntiandi*,⁶ zatim *Catechesi Tradendae*,⁷ *Redemptoris missio*⁸ i *Evangelii gaudium*.⁹ Zaokret u načinu promišljanja evangelizacije vidljiv je već u dekretu o apostolatu laika *Apostolicam actuositatem*¹⁰ koji je donesen

3 Usp.: Peter KVATERNIK, *Nova evangelizacija traži i novi pastoral*, u: *Bogoslovska smotra* 82, 1 (2012.), 179.

4 Usp.: IVAN PAVAO II., *Nuovo millennio ineunte - Ulaskom u novo tisućljeće: apostolsko pismo episkopatu, kleru i vjernicima na završetku Velikoga jubileja godine 2000.* (Zagreb: Kršćanska sadašnjost, 2001.), br. 40.

5 Peter KVATERNIK, *Nova evangelizacija traži i novi pastoral*, 179.

6 Usp.: PAVAO VI., *Evangelii nuntiandi = Naviještanje Evanđelja*, apostolska pobudnica o evangelizaciji u suvremenom svijetu (8. 12. 1975.), (Zagreb: Kršćanska sadašnjost, 2000).

7 Usp.: IVAN PAVAO II., *Catechesi tradendae*, apostolska pobudnica o vjerskoj pouci u naše vrijeme (16. 10. 1979.), (Zagreb: Glas Koncila, 1994.).

8 Usp.: IVAN PAVAO II., *Redemptoris missio*, enciklika o trajnoj vrijednosti misijske naredbe (7. 12. 1990.), (Zagreb: Kršćanska sadašnjost, 1991.).

9 Usp.: FRANJO, *Evangelii gaudium = Radost evanđelja*, apostolska pobudnica o naviještanju evanđelja u današnjem svijetu (24. 11. 2013.), (Zagreb: Kršćanska sadašnjost, 2013.).

10 Usp.: DRUGI VATIKANSKI KONCIL, *Dokumenti, Apostolicam actuositatem*, Dekret o apostolatu laika (18. 11. 1965.), (Zagreb: Kršćanska sadašnjost, 1986.).

na koncilu. Dekret već u prvom i drugom poglavlju poziva vjernike laike da iskoriste prisutnost u svijetu i svjedoče svojim djelima te da uz svećenike budu 'suradnici istine'. U trećem poglavlju dekret poziva laike da se aktiviraju u župama, biskupijama, među mladima, u društvu, ali i u politici. Ipak, temeljni dokument iz kojeg su svi sljedeći crpili snagu bio je koncilski dekret *Inter Mirifica*.¹¹ Tim dekretom Crkva ističe kako širenje evanđeoskog nauka sve više ovisi o suvremenim sredstvima društvenog priopćavanja. Nakon navedenog dokumenta Papinsko vijeće za sredstva društvenog priopćavanja izdaje 1971. naputak o sredstvima društvenog priopćavanja *Communio et progressio*.¹² U tom je dokumentu Crkva progovorila o svrsi i službi medija te o medijskoj etici.¹³ U dokumentu se na medije ne gleda kroz prizmu njihove funkcionalnosti, već oni predstavljaju važan faktor za razvoj kulture. Dokument, koji se često naziva *Magna charta* govora Crkve o svijetu medija, o Crkvi i medijima govori kao o 'sugovornicima' koji su pozvani u dijalogu obogatiti jedno drugo.¹⁴

Dvadeset godina nakon *Communio et progressio* Crkva izdaje pastoralnu uputu *Aetatis Novae*¹⁵ koja promišlja o zadaći medija pred sve većim izazovima što ih donosi tehnološki napredak. U dokumentu Crkva progovara i o problemu monopola koje neki zauzimaju nad medijima te diže svoj glas protiv toga. Važan korak prema potpunijem shvaćanju medija učinio je papa Ivan Pavao II. u enciklici *Redemptoris Missio*.¹⁶ U medijima ne samo što prepoznaje novi areopag već ističe posebno njihov utjecaj na kulturu. Svijet komunikacije je prvi areopag današnjeg vremena ističe papa Ivan Pavao II.¹⁷ Mediji jako utječu na moralne vrijednosti u društvu. O tome papa Benedikt XVI. u enciklici *Caritas in veritate* ističe: „S tehnološkim je razvojem povezana sve veća prodornost sredstava društvenog priopćavanja, bez

-
- 11 Usp.: *Inter Mirifica*, dekret Drugoga vatikanskog sabora o sredstvima društvenog obraćanja (Zagreb: KS, 1993.).
 - 12 Usp.: PAPINSKO VIJEĆE ZA SREDSTVA DRUŠTVENOG PRIOPĆAVANJA, *Communio et progressio - Zajedništvo i napredak (D-36)*, Pastoralni naputak izrađen na logom II. vatikanskog sabora radi primjene Dekreta o sredstvima društvenog priopćavanja istoga Sabora (Zagreb: KS, 1972.), (dalje: *Communio et progressio*).
 - 13 Hrvoje LONČAREVIĆ, *Mediji u službi općeg dobra Crkve*, u: *Obnovljeni život* 71, 1 (2016.), 60.
 - 14 Usp.: Jerko VALKOVIĆ, *Crkva i mediji – izazov za teološko-pastoralno promišljanje i djelovanje*, u: *Crkva u svijetu*, 52, 3 (2017.), 421.
 - 15 Usp.: PAPINSKI SAVJET ZA SREDSTVA JAVNOG PRIOPĆAVANJA, *Pastoralna uputa Aetatis novae*, (Zagreb: Kršćanska sadašnjost, 1992.).
 - 16 Usp.: IVAN PAVAO II., *Redemptoris missio (Misija Krista Otkupitelja)*, Enciklika o trajnoj vrijednosti misijske naredbe (Zagreb: Kršćanska sadašnjost, 1991.).
 - 17 Isto, br. 37.

kojih je već i sada gotovo nemoguće zamisliti život ljudske obitelji. Ona su do te mjere srasla sa svakidašnjim životom, u dobru i u zlu, da se čini doista apsurdnim stajalište onih koji drže da su ta sredstva neutralna i da ne utječu na moralnu prosudbu ljudi.“¹⁸

O evangelizaciji politike i kulture Crkva govori u apostolskoj pobudnici iz 1988. *Christifideles laici (Vjernici laici)*.¹⁹ Pobudnicom papa Ivan Pavao II. poziva vjernike da se uključe u politiku jer je njihova postojeća prisutnost slaba, loše organizirana i nije djelatna. Zbog 'svjetovnog karaktera'²⁰ koji ih obavezuje na nezamjenljivo vlastito poslanje vjernici laici pozvani su sudjelovati u službenju Crkve ljudskoj osobi i društvu.²¹ Kroz politiku vjernici se moraju zalagati za mir, biti solidarni i boriti se da opća dobra ostanu opća, tj. da ne padnu u ruke pojedinaca. Što se tiče samog angažmana u politici i društvenom životu on može biti individualan ili zajednički kroz udruženja.²²

Dolaskom modernog doba i ekspanzijom masovnih medija, osobito interneta, Crkva je progovorila kroz dokumente o ispravnom načinu njihova korištenja te o njihovoj pozitivnoj ulozi u životu društva. U tom smislu u dokumentu *Crkva i internet*²³ ističe se kako je jako važno da Crkva razumije internet. To je nužno za uspješno komuniciranje s ljudima, osobito s mladima, koji se više služe s različitim uređajima nove tehnologije.²⁴ U dokumentu se naglašava kako moderna tehnologija unatoč velikim prednostima, koje neosporno donosi, ipak predstavlja i stanovite rizike osobito u smislu zatvorenosti u virtualni svijet. Drugim riječima, virtualna komunikacija nikako ne može zamijeniti osobni kontakt.²⁵ Iste godine Papinsko vijeće za medije donijelo je i drugi dokument *Etika na*

18 BENEDIKT XVI., *Caritas in veritate – Ljubav u istini*. Enciklika o cjelovitome ljudskom razvoju u ljubavi i istini (Zagreb: Kršćanska sadašnjost, 2009.), br. 73.

19 IVAN PAVAO II., *Christifideles laici = Vjernici laici*, postsinodska apostolska pobudnica o pozivu i poslanju laika u Crkvi i svijetu (30. 12. 1988.), (Zagreb: Kršćanska sadašnjost, 1990.).

20 Usp.: DRUGI VATIKANSKI KONCIL, *Dokumenti, Lumen gentium, Dogmatska konstitucija o Crkvi* (Zagreb: Kršćanska sadašnjost, 1986.), br. 31.

21 Usp.: Ema VESELY, *Vjernik laik u Christifideles laici*, u: *Obnovljeni život* 44, 3-4 (1989.), 320.

22 Usp.: Ratko PERIĆ, *Upoznajmo koncilске dokumente: Dekret o apostolatu laika – Apostolicam Actuositatem*, <http://www.ktabkbih.net/info.asp?id=40687> (15.11.2021.).

23 Usp.: PAPINSKO VIJEĆE ZA MEDIJE, *Crkva i Internet*, (Zagreb: Informativna katolička agencija, 2002.).

24 Usp.: *Crkva i Internet*, Dokument Papinskog vijeća za medije, <http://www.ika.hr/index.php?prikaz=vijest&ID=49521> (17.11.2021.).

25 *Isto*.

internetu²⁶ koji čini cjelinu s prethodnim dokumentom, a posebno progovara o razboritom korištenju interneta koji postaje najmoćnije sredstvo suvremenog komuniciranja. Osim navedenih dokumenata spomenut ćemo još i dokument Hrvatske biskupske konferencije iz 2006., koji nosi naslov *Crkva i mediji*, u kojem mjesna Crkva promišlja o znakovima vremena i prikladnim načinima za komunikaciju vjere danas,²⁷ i najnoviji dokument Dikasterija za komunikacije u kojem se promišlja o prednostima, ali i o nedostacima i rizicima digitalne tehnologije.²⁸ Svakako uz mnoge prednosti dokument osobito upozorava na opasnosti konfuzije zbog obilja informacija,²⁹ polarizaciju društva, agresivnost i porast mržnje³⁰ te ističe kako se nikad ne smije zaboraviti da vjernici svoj odnos s Bogom trebaju hraniti molitvom i sakramentalnim životom Crkve, koji se zbog svoje biti nikada ne mogu svesti samo na 'digitalno' područje.³¹

1.1. Sredstva i načini nove evangelizacije

Iz prethodnog poglavlja jasno se iščitava koliko se Crkva brine o sredstvima komunikacije, o njima promišlja i daje savjete kako ih pravilno koristiti.³² Dostupnost i brzina kretanja informacija doprinijela je sve većoj informiranosti mladih koji u ovo digitalno doba u svega nekoliko trenutaka mogu preuzeti i pročitati sadržaje koje internet nudi. Crkva stoga sve više pokušava iskoristiti veliku prisutnost mladih na društvenim mrežama i ponuditi sadržaje koji na moderan način prezentiraju jedinstven katolički nauk i način života, o čemu će biti više riječi u trećem poglavlju. Svakako, ulaskom u virtualni prostor uspostavljaju se novi oblici interpersonalnog odnosa zbog novih načina povezivanja s drugim ljudima. Iako lakoća

26 Usp.: PAPINSKO VIJEĆE ZA MEDIJE, *Etika na Internetu* (Zagreb: IKA, 2002.), u: <http://www.ika.hr/index.php?prikaz=vijest&ID=49520> (20. 2. 2022.).

27 HRVATSKA BISKUPSKA KONFERENCIJA, *Crkva i mediji, Pastoralne smjernice* (Zagreb: Glas Koncila, 2006.), br. 1; http://www.hbk.hr/docs/crkva_i_mediji.pdf (17.3.2022.).

28 Usp.: DIKASTERIJ ZA KOMUNIKACIJE, *Prema punoj prisutnosti, Pastoralno razmišljanje o angažmanu u društvenim medijima* (Vatikan: 2023.), u: https://www.vatican.va/roman_curia/dpc/documents/20230528_dpc-verso-piena-presenza_it.html (5. listopada 2023.).

29 Isto, br. 33-35.

30 Isto, br. 12, 16-19.

31 Isto, br. 24.

32 O odnosu Crkve i medija kroz poruke papa u povodu Svjetskoga dana sredstava društvenih komunikacija vidjeti knjigu: Jure STRUJIĆ, *Evangelizacijsko poslanje Crkve i novi oblici komunikacije* (Split: Crkva u svijetu, 2015.), 146-253.

povezivanja i razmjene informacija utječu pozitivno na sklapanje novih 'prijateljstava', karakteristika takve društvenosti je sve manje vezivanje uz obiteljsko okruženje i razgovor u živo. Upravo zbog navedenog Crkva evangelizacijom medijskog prostora nastoji doprinijeti tome da se čovjek razvija u svim dimenzijama³³ te da, koristeći internet i društvene mreže, ne postane individualizirana osoba, nego čovjek otvoren za komunikaciju i prihvaćanje.

Prvi medij novijeg doba koji je napravio malu revoluciju svakodnevnog života bio je radio prijamnik. Crkva je prepoznala važnost i mogućnost evangelizacije te svoj nauk počela propovijedati preko radijskih postaja. Za razliku od tiska, koji je fizička danost ograničen na onoga tko ga drži u rukama, radio valovi su dostupni svima te ne treba znati ni čitati, ni pisati da bi bili evangelizirani. Upravo zbog toga katoličke radijske postaje postale su svojevrstne propovjedaonice čiji se glas čuje daleko izvan crkve. U Hrvatskoj postoji nekoliko katoličkih radijskih postaja kao što su HKR (Hrvatski katolički radio), Radio Marija, kojima možemo pridružiti i Radio postaju Mir Međugorje. Radio programi nastoje naviještati kršćansku poruku, informirati o događajima koji su zanimljivi s crkvenog i društvenog stajališta, vrednovati različite društvene događaje u svjetlu evanđeoske poruke i nauka Crkve.³⁴

Prisutnost Crkve na televiziji nije u svim zemljama jednaka te ovisi o državnim vlastima, novčanim mogućnostima (zbog skupoće emitiranja), ali i angažiranosti vjernika. U zemljama koje posjeduju katoličke programe proizvode se zabavno-edukativne emisije koje vjernici s velikim zanimanjem prate. Osim emisija vezanih isključivo uz religiju, obrađuju se i svakodnevne, životne teme koje gledaju na život iz kršćanske perspektive. Osim emisija aktualni su i prijenosi sv. misa. Vjernici znaju da praćenjem svete mise preko televizije ne ispunjavaju svoju vjerničku dužnost, ali takvi prijenosi su rado prihvaćeni među starijim ljudima i bolesnicima koji nisu u mogućnosti fizički prisustvovati sv. misi. Gledajući sv. misu, dobiva se poticaj za molitvu u skrovitosti vlastitoga doma. Kao centralni predmet mnogih dnevnih soba, ali i spavaćih soba, televizija se postavlja kao izvršno sredstvo nove evangelizacije. Iako je tisak još uvijek popularan, on gubi na popularnosti zbog sve ljenijeg mentaliteta mladih ljudi koji nisu navikli na čitanje, nego na slušanje i gledanje. Različiti filmovi kratkog i kreativnog formata, zatim dokumentarci izvršna su prilika da se na humorističan i moderan način, blizak osobito mladim ljudima, obradi neka društvena

33 Usp.: Jerko VALKOVIĆ, *Duc in altum! Evangelizacija u 'digitalno doba'*, u: *Diaconvensia: Teološki prilozi* 20, 2 (2012.), 183.

34 Usp.: HRVATSKA BISKUPSKA KONFERENCIJA, *Crkva i mediji* (20.8.2023.).

tema stavljajući naglasak na ispravnost kršćanskog djelovanja. U tom smislu kao dobre primjere digitalne evangelizacije, ne ulazeći dublje u obrazlaganje, možemo samo navesti neke medijske projekte u Hrvatskoj kao što su: Božanstvena komedija, Hrvatsko nadzemlje, Pod smokvom, *Lectio brevis* itd.³⁵ U svijetu Crkve na televizijskim ekranima prednjači američka postaja EWTN Global Catholic Network³⁶ osnovana od strane časne sestre Majke Marije Angelice 1980. godine. Po uzoru na navedenu televizijsku kuću u Hrvatskoj je ponajprije osnovan portal Laudato.hr,³⁷ a od 25.12.2015. godine emitira se televizijski signal Laudato TV. Osim Laudato TV-a u Hrvatskoj se, zahvaljujući sporazumu s HTV-om (koji se temelji na Ugovorima između Svete Stolice i Republike Hrvatske), emitiraju katoličke emisije na državnim televizijskim postajama.³⁸

Internet je zasigurno veći i opširniji od dva prethodno navedena medija. Granice koje internet ima, gotovo da su običnom 'puku' nedostižne. Taj relativno novi medij kombinacija je radija, televizije, novina i brze pošte. Time pruža čovjeku sve što mu je potrebno na jednome mjestu (za posao, zabavu, informacije, kulturu...). „Zbog toga Papinsko vijeće [...] preporučuje da se internet stalno istražuje i proučava s nakanom da se izradi antropologija i teologija komunikacije koja će imati u vidu promjene koje uzrokuje taj najnoviji medij.“³⁹ Teologija i antropologija komunikacija potrebna je jer virtualni prostor više nije sredstvo, već okružje koje postaje realno. Zbog toga se događa prijelaz od masovnih do vrlo personaliziranih medija. Ponuda sadržaja koju Crkva daje na internetu, premda je posljednjih godina jako napredovala, ipak nije zadovoljavajuća. Naime, u procesu nove evangelizacije Crkva treba djelovati tako da svjetovne sadržaje, koji se svakodnevno koriste, evangelizira, tj. da ih prikazuje iz perspektive kršćanskog načina života. Tada će to biti uistinu snažan evangelizacijski medij jer će teme koje su egzistencijalne, bliske svakome čovjeku, biti obojene evanđeoskim nadahnućem koji tako može privući mnoge ljude, a ne samo kršćane.

35 Više informacija o navedenim modelima evangelizacije i o sadržaju evangelizacije može se vidjeti na YouTube platformi.

36 Za više informacija o navedenoj televiziji vidjeti: <https://www.ewtn.com/>.

37 Za više informacija o navedenom portalu vidjeti: <http://www.laudato.hr>.

38 Sveta Stolica i Republika Hrvatska sklopile su četiri ugovora: Ugovor o pravnim pitanjima, Ugovor o suradnji na području odgoja i kulture, Ugovor o dušobrižništvu katoličkih vjernika, pripadnika oružanih snaga i redarstvenih službi Republike Hrvatske i Ugovor o gospodarskim pitanjima. Usp.: Pregled dvostranih međunarodnih ugovora Republike Hrvatske po državama, u: <https://mvep.gov.hr/vanjska-politika/bilateralni-odnosi/pregled-dvostranih-medjunarodnih-ugovora-republike-hrvatske-po-drzavama/21905?country=126> (2.10.2023).

39 HRVATSKA BISKUPSKA KONFERENCIJA, *Crkva i mediji* (20.11.2022.).

2. Primjeri i rezultati internetske evangelizacije Hrvatske salezijanske provincije

Kako bismo ispitali učinkovitost i djelotvornost internetske evangelizacije Hrvatske salezijanske provincije,⁴⁰ provedena je anketa na 1841. ispitaniku. Nažalost, anketa je provedena prije pandemije koronavirusa 2020. godine pa ne donosi aktualne podatke o prisutnosti i uspjehu internetske evangelizacije u Hrvatskoj salezijanskoj provinciji. Inače, korištenje *on line* sadržaja u vrijeme navedene pandemije, zbog različitih ograničenja (lockdowna), doživjelo je osobit porast. Zasiurno se navedeni porast, zbog pandemije kao i protoka vremena, odnosi i na istraživane digitalne evangelizacijske projekte te bi bilo zanimljivo komparirati ih s našim rezultatima. Anketa se sastojala od 44 pitanja koja su se odnosila na tri salezijanska načina digitalne evangelizacije te je bila podijeljena na četiri dijela. Prvi dio je bio o „*Novoj Evi*“, mobilnoj aplikaciji i web stranici, drugi dio o projektu „*Ja slijedim svoga Kralja*“, s razmatranjima na WhatsAppu, treći dio bio je o projektu „*Lectio Divina s don Boscom*“, o razmatranjima nedjeljnih čitanja preko elektroničke pošte i posljednji dio ankete odnosio se na pitanja o aktivnosti u crkvi, kvaliteti duhovnog života te o osobnim podacima (dob, spol, mjesto prebivanja,...). Anketa je bila namijenjena svima onima koji su se susreli s jednim od načina internetske evangelizacije salezijanaca u Hrvatskoj. Kako bi se dosegao što veći broj ispitanika, web link ankete bio je podijeljen na društvenim mrežama (Facebook i Instagram) te preko WhatsApp aplikacije. Ako je netko otvorio anketu, a nije koristio ništa od navedenog, mogao je birati polja „NE“ i tako u 3 odgovora preskočiti cijelu anketu. Za analizu uspješnosti internetske evangelizacije nisu nam potrebne brojke ljudi koji su preskočili cijelu anketu (jer nisu ni upoznati s načinima) tako da se u nastavku rada analiza provodi samo na temelju 1841. riješene ankete.

2.1. „Nova Eva“ – mobilna aplikacija i internetska stranica

Osim korištenja već postojećih aplikacija, vjernici laici su se angažirali u izradi potpuno novih kršćanskih aplikacija. Tako da danas širom svijeta postoje aplikacije koje omogućavaju čitanje Biblije preko mobitela. Jedna od takvih aplikacija je i „Nova Eva“. Ideja aplikacije (ali i

40 O Salezijanskoj družbi općenito i o Hrvatskoj salezijanskoj provinciji sv. Ivana Bosca vidjeti: Enzo BIANCO, *Takav je bio don Bosco* (Zagreb: Katehetski salezijanski centar, 2003.); Pascal CHAVEZ VILLANUEVA, *Karizmatika iskaznica Don Boscove salezijanske obitelji* (Zagreb: Hrvatska salezijanska provincija, 2013.), <http://donbosco.hr>

Facebook⁴¹ i web stranica⁴²) nastala je u Hrvatskoj i realizirana je od strane svećenika salezijanaca don Ivana Šibalića i grupe laika sastavljene od fotografa, novinara, informatičara i teologa. Volontirajući iz ljubavi i potrebe za novom evangelizacijom, napravili su aplikaciju koju danas posjeduje više od 100 000 ljudi u Hrvatskoj i svijetu. Dnevna čitanja, duhovni citati, video spotovi, audio zapisi, propovijedi, molitve, devetnice, časoslov, itd. samo su dio onoga što aplikacija sadržava i što je uistinu čini onim što i želi biti, a to je oruđe nove evangelizacije. Na taj su način salezijanci započeli s jednim novim načinom evangelizacije koji je jako blizak mladima kojima je danas mobitel neizostavni dio života. Kako to i priliči, aplikacija je sasvim besplatna te joj je jedina svrha evangelizacija. Upravo zbog toga što iskače iz okvira dosadašnjih načina djelovanja Crkve, aplikacija je postala poznata i izvan salezijanskih krugova. Sinonim je za moderno djelovanje Crkve u Hrvatskoj. Osim aplikacije koja je popraćena web i Facebook stranicom, u sklopu projekta „Nova Eva“ razvio se i multimedijски studio koji je smješten u Zagrebu (Jarun). U posljednje vrijeme sve je više modernih obrada duhovnih šansona koje su popraćene videospotovima i upravo je „Nova Eva“ i tu prva učinila iskorak kada se krenulo sa snimanjem i montažom spotova za duhovne pjesme.

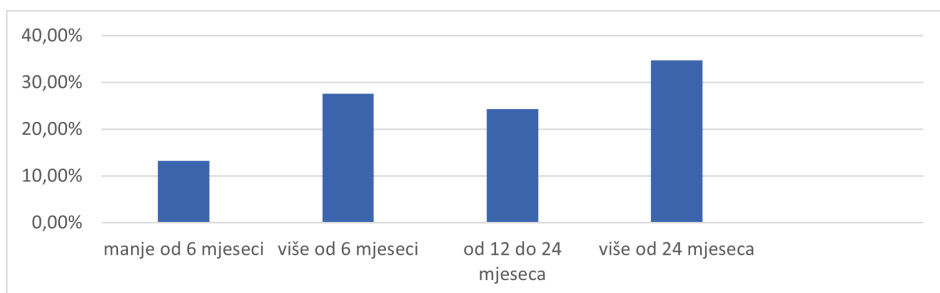
U anketi o „Novoj Evi“ (aplikacija i web stranica) od ispitanika se htjelo saznati koriste li uopće aplikaciju „Nova Eva“, koliko je dugo koriste i koliko učestalo. Sljedeća pitanja bila su koliko se dugo zadržavaju na aplikaciji te koji dio najviše koriste. Nakon navedenih pitanja korisnici su bili upitani koliko im je aplikacija pomogla u duhovnom životu i je li ih potaknula na razmišljanje o duhovnom pozivu, zatim koliko su zadovoljni navedenim načinom evangelizacije te što bi voljeli da postane dio aplikacije (a sada toga nema).

Rezultati ankete bili su zadovoljavajući jer od 2245 ljudi koji su otvorili anketu čak njih 1841 (82 %) je ispunilo istu. Od svih ispitanika koji su ispunili anketu, njih 60 % koristi (ili je koristilo) mobilnu aplikaciju „Nova Eva“. Na pitanje koliko dugo koriste aplikaciju 817 ispitanika nije dalo odgovor, a od njih 1024 koji su odgovorili najviše je onih koji aplikaciju koriste duže od 24 mjeseca (34,77 %), a slijede oni koji aplikaciju koriste više od 6 mjeseci (27,64 %), zatim oni koji aplikaciju koriste od 12 do 24 mjeseca (24,32 %), a najmanje je onih koji aplikaciju koriste manje od 6 mjeseci (13,28 %).

41 Usp.: *Nova Eva*, u: <https://www.facebook.com/NovaEvangelizacija/?fref=ts> (10.11.2022.).

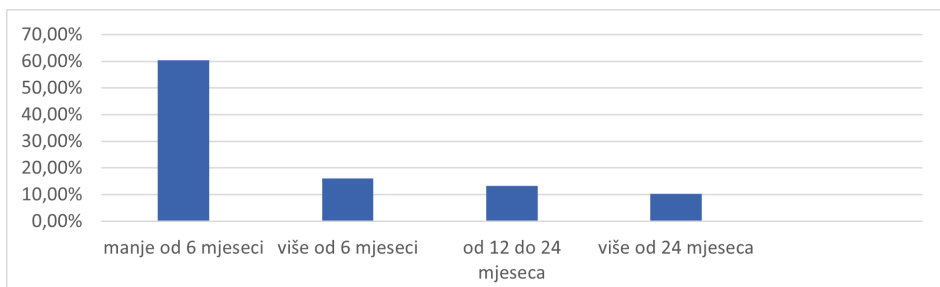
42 Usp.: *Nova Eva*, u: <http://novaeva.com/web/> (10.11.2022.).

Graf. 1. Vrijeme korištenja



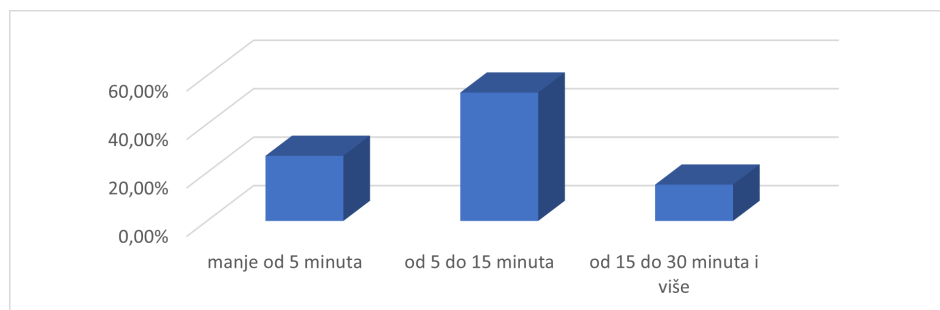
Što se tiče samog korištenja aplikacije, jednak broj ljudi koristi je svakodnevno ili pak nekoliko puta tjedno (301 i 301, što čini zajedno 58,5 %), 15 % ispitanika aplikaciju koristi nekoliko puta godišnje, a ostatak ispitanika (27 % ispitanika) aplikaciju koristi ili jednom tjedno ili jednom mjesečno. Na pitanje koliko često posjete web stranicu „Nova Eva“, njih čak 52% je odgovorilo da uopće ne posjećuju. Ostatak ispitanika opredijelio se u jednakom omjeru na ostale odgovore te ni jedan od tih odgovora ne prelazi 10 %.

Graf. 2. Učestalost korištenja



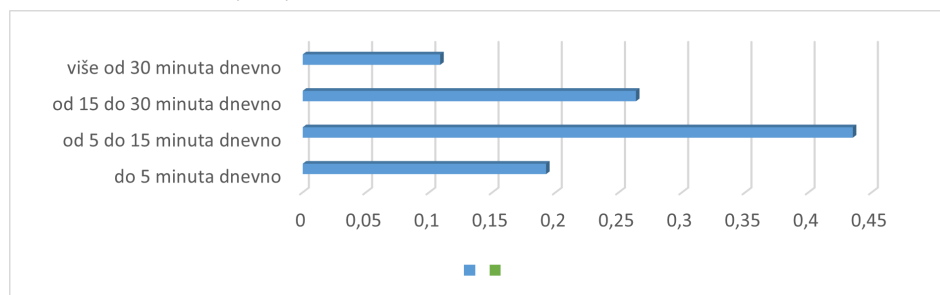
Kod većine ispitanika zadržavanje na aplikaciji iznosi od 5 do 15 minuta (53 % ispitanika), a velik dio ispitanika provede na aplikaciji manje od 5 minuta (26,89 %). Ima i onih koji aplikaciju koriste 15 do 30 minuta (njih je 15%).

Graf. 3. Vrijeme zadržavanja



Od svih mogućnosti koje im daje aplikacija, najviše se koristi molitvenik, izreke i evanđelje (50 %), a značajniji postotak pridaje se i propovjedima i brevijaru (oko 30 %). Osim što olakšava svakodnevni život vjernika, aplikacija poboljšava i kvalitetu duhovnog života, to je potvrdilo 68,93 % ispitanika. Njih 27,67 % odgovorilo je da im aplikacija djelomično poboljšava kvalitetu duhovnog života, dok je tek 3,4 % ispitanika odgovorilo da im aplikacija ne utječe na kvalitetu duhovnog života.

Graf. 4. Utjecaj na duhovni život

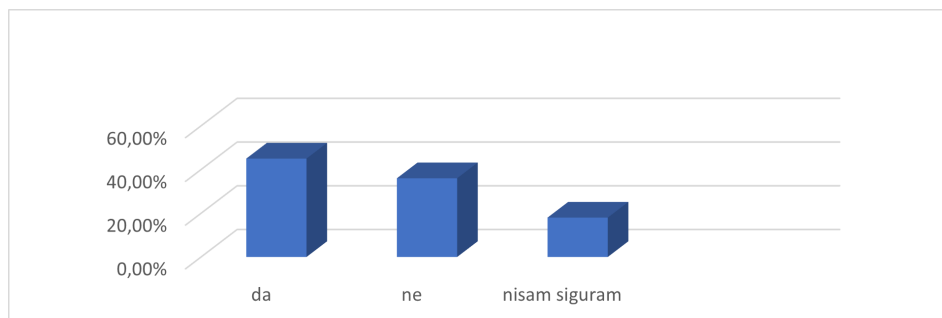


Iako aplikacija utječe na kvalitetu duhovnog života ispitanika, ipak većinu njih 69,08 % aplikacija nije potaknula na duhovno razmišljanje. Na neke ispitanike je djelovala djelomično dok se 13,41 % ispitanika izjasnilo da ih je aplikacija potaknula na razmišljanje o duhovnom pozivu.

Većina ispitanika, tj. korisnika aplikacije „Nova Eva“, smatra da je ovakav način evangelizacije prikladan za stanje u društvu i tehnološki napredak. Ali postoji određeni dio ispitanika koji smatraju da način nije prikladan. Detaljnijom analizom i filtriranjem odgovora zaključuje se da su navedeni ispitanici vjernici koji idu jednom nedjeljno na misu, ne pripadaju salezijanskoj župi i većina njih nije ni uključena u rad salezijanske zajednice. Aplikaciju većinom koriste manje od 6 mjeseci, a u tom periodu

su je koristili 1 do 2 puta. Iako smatraju da način nije prikladan, 44,44 % tih ispitanika smatra da im je aplikacija podignula kvalitetu duhovnog života. Sljedeće pitanje za sve ispitanike bilo je „Ovakav način evangelizacije mi se više sviđa od tiska, časopisa i letaka“ te je većina ispitanika odgovorila potvrdno 68,90 %, neodlučno je bilo 26,82 %, a odgovor ne na ovo pitanje dalo je tek 4,28 % ispitanika.

Graf. 5. Ovakav način evangelizacije sviđa mi se više od tiska, časopisa i letaka



Kratak prikaz provedene ankete bio bi da aplikaciju „Nova Eva“ koristi 60,47 % ispitanika. Većina ih aplikaciju koristi duže od 24 mjeseca, a koriste je ili svaki dan ili nekoliko puta tjedno, ali jako redovito. Ne posjećuju web stranicu, a na aplikaciji se zadrže u prosjeku oko 5 do 15 minuta. Najviše koriste evanđelje dana i molitvenik, u većini smatraju da je aplikacija podignula kvalitetu njihova duhovnog života, ali ih nije potaknula na razmišljanje o duhovnom pozivu (većinu). Smatraju da je ovakav način evangelizacije prikladan vremenu i više im se sviđa od tradicionalnih glasila (tiska, časopisa, letaka...). Većina njih ne pripada salezijanskoj župi (79,96 %), a za salezijance su u većini slučajeva saznali preko prijatelja (30,10 %) i preko interneta (19,43 %). Nisu uključeni u rad salezijanske karizme, a na svetu misu većinom idu jednom nedjeljno (66,25 %) iako ih dosta ide i svaki dan (26,08 %).

Većina ispitanika smatra da se Crkva dovoljno služi tehnološkim dostignućima te društvenim mrežama, ali postoji i velik broj koji nije baš siguran u navedeno. Većina navedenih (84,43 %) nije čula niti se susrela s drukčijim načinima digitalne evangelizacije. Djelomično su sigurni što se tiče prikladnog komuniciranja Crkve s vjernicima. Većina ispitanika su bile žene (81,73%), žive većinom izvan Hrvatske (24,50 %) mada ih veliki broj živi u Zagrebu (30,65 %) i Splitu (14,85 %). Krivulja godišta ispitanika

slična je Gaussovoj krivulji⁴³ (normalna raspodjela), tj. broj korisnika gotovo ravnomjerno raste od 13 godina do 22 i 23 godine, a onda počinje padati. Od svih ispitanika koji koriste ili su koristili aplikaciju „Nova Eva“, njih 95,70 % je koristilo i WhatsApp razmatranja „Ja slijedim svoga Kralja“, dok je tek njih 22,94 % koristilo biblijska razmatranja „Lectio divina s don Boscom“.

2.2. „Ja slijedim svoga Kralja“ – WhatsApp kateheze

Živimo u vremenu pametnih telefona koji najbolje odgovaraju sloganu proizvođača Samsung koji pametne telefone naziva ‘životni suputnik’. Zbog milijun mogućnosti pametni telefon je sve što čovjeku treba. Džepni kalendar, digitalni fotoaparatus, ručni sat, kompas, novac kreditna kartica, rokovnik, budilica, radio, televizor, računalo... sve je to sada dio jednog malenog uređaja koji je u mogućnosti okupirati pažnju vlasnika svaki dan po nekoliko sati. Svjesni činjenice da je mobilni uređaj svaki dan po nekoliko sati u rukama vlasnika, Crkva je odustala od nemoguće misije da čovjeka odvoji od svojeg ‘životnog suputnika’, ali je zato odlučila ponuditi poučan i duhovni sadržaj koji će barem donekle ublažiti štetan utjecaj prekomjernog korištenja pametnog telefona.

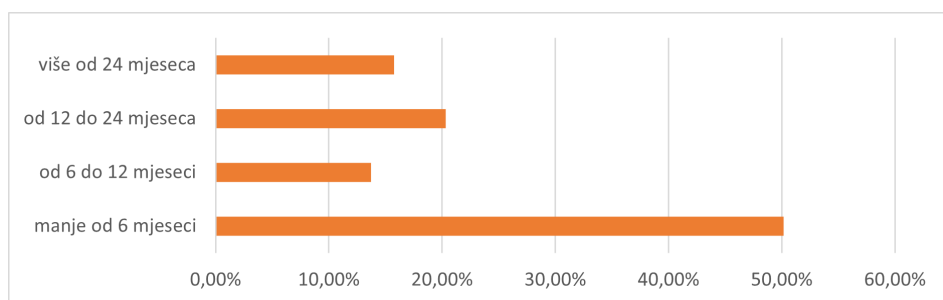
Osim što je napravljena već spomenuta aplikacija „Nova Eva“, grupa mladih katolika (svećeničkih kandidata) osmislila je ideju „Ja slijedim svoga Kralja“ te kroz korizmu (40 dana) i došašće svakodnevno slala dnevna čitanja, razmatranja i meditaciju preko WhatsApp aplikacije svim korisnicima koji su se za to prijavili. Sama inicijativa provedena je u Hrvatskoj po uzoru na talijansku verziju i zabilježila je mnoge pozitivne komentare. Način odvijanja kateheza preko WhatsApp-a mijenjao se kroz zadnjih nekoliko godina, a sve kako bi se pronašao način da kateheza bude što jednostavnija i učinkovitija. Kako bih ispitao učinkovitost i zadovoljstvo korisnika mobilnih WhatsApp razmatranja „Ja slijedim svoga Kralja“ unutar već spomenute ankete o djelotvornosti internetske evangelizacije Hrvatske salezijanske provincije, jedan dio zauzimala su

43 Gaussova krivulja još se naziva i normalna raspodjela te se primjenjuje u raznim prirodnim znanostima, kao i u znanostima koje se bave proučavanjem ponašanja. Mnoštvo rezultata psiholoških testova i fizičkih pojava, slijede normalnu raspodjelu. Iako su često temeljni uzroci fenomena za koje se raspodjela upotrebljava nepoznati, normalna raspodjela primjenjuje se kada rezultat oblikuje mnoštvo manjih efekata. Uz to, normalna raspodjela je vrlo važna raspodjela vjerojatnosti u mnogim područjima. Svakome tko se ikad susreo sa statistikom, poznata je čuvena Gaussova krivulja, uobičajen model za prikaz varijacija. Ona govori o prirodi nasumičnosti, a predstavlja Gaussovu ili normalnu raspodjelu.

pitanja o projektu „Ja slijedim svoga Kralja“. Od ukupno 1841 ispitanika ankete, 99 ispitanika je preskočilo pitanje: „Jeste li ikada koristili razmatranja „Ja slijedim svoga Kralja““, a 1742 ispitanika dala su svoje odgovore koji su u omjeru 93,51 % - 6,49 % gdje se većina izjasnila da koristi ili je koristila razmatranja „Ja slijedim svoga Kralja“. U daljnjoj analizi odgovora na pitanja o ovom načinu evangelizacije uzimat ćemo samo odgovore onih ispitanika koji nisu preskočili odgovor na prethodno pitanje te su odgovorili potvrdno.

Sljedeće pitanje bilo je koliko dugo koriste razmatranja te se na temelju odgovora zaključilo da većina (50,16 %) razmatranja koristi manje od 6 mjeseci, 20,33 % ispitanika aplikaciju koristi od 12 do 24 mjeseca, 15,77 % koristi više od 24 mjeseca, a najmanje ispitanika (točnije njih 13,74 %) razmatranja koristi od 6 do 12 mjeseci.

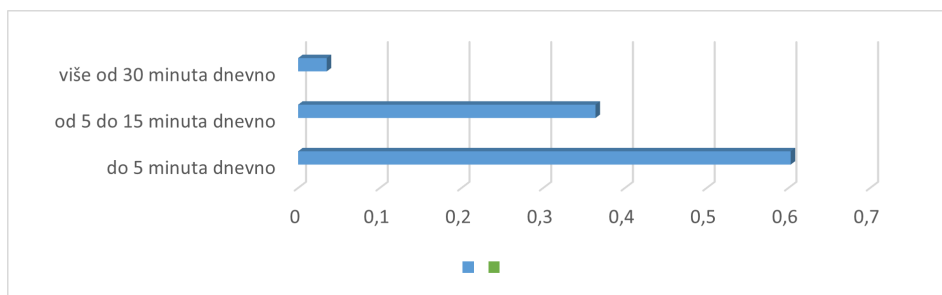
Graf. 6. Vrijeme korištenja



Kako se radi o razmatranjima koja se u navedenim periodima vjericima nude samo dva puta godišnje, većina ispitanika je na treće pitanje o tome koliko učestalo koriste razmatranja odgovorila da razmatranja koriste svaki dan (81,71 %), manji dio ispitanika (12,72 %) razmatranja koristi nekoliko puta tjedno. Ostale odgovore dao je premali broj ispitanika (manje od 6,5 %).

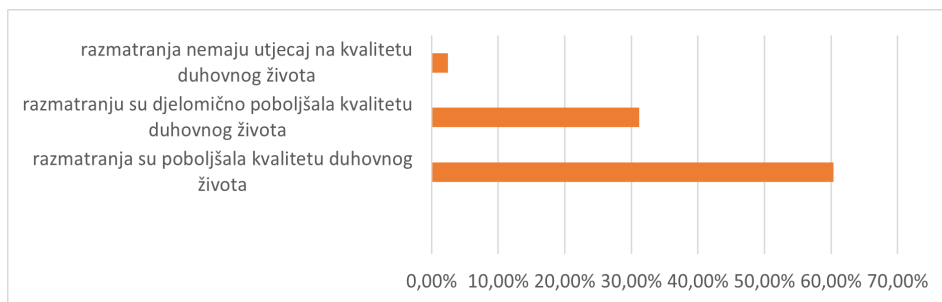
Da su razmatranja „Ja slijedim svoga Kralja“ uistinu prilagođena današnjici (užurbanost, mobilnost...) i da su u tome uspješna, potvrđuju odgovori na pitanje koliko dugo se ispitanici zadržavaju nad razmatranjima. Najveći broj ispitanika (60,27 %) izjasnio se da razmatranjima u prosjeku posveti do 5 minuta dnevno, nešto manji broj ispitanika (36,39 %) za razmatranja rezervira od 5 do 15 minuta dnevno. Ostatak ispitanika (manje od 3,5 %) za razmatranja koristi više od 30 minuta dnevno.

Graf. 7. Učestalost korištenja



Razmatranja „Ja slijedim svoga Kralja“ osmišljena su da pomognu čovjeku na njegovu duhovnom putu i čini se da u tome imaju uspjeha. U tom smislu 60,37 % ispitanika odgovorilo je da su razmatranja poboljšala kvalitetu njihova duhovnog života. Za 31,16 % ispitanika razmatranja imaju djelomičan učinak, a za 2,47 % ispitanika razmatranja nemaju nikakav utjecaj na kvalitetu njihova duhovnog života.

Graf. 8. Utjecaj na kvalitetu duhovnog života



Na osnovi rezultata iz ankete teško je odrediti učestalost svakodnevnog praćenja navedenih razmatranja. Relativno velik broj ispitanika (39,77 %) samo ponekad koristi razmatranja, 25,88 % ispitanika koristi razmatranja više puta dnevno, dok to 34,34 % ispitanika ne čini. Iako razmatranja utječu većini ispitanika na kvalitetu duhovnog života, ipak većina njih (70,32 %) nije zbog razmatranja počela razmišljati o duhovnom pozivu. Ipak ima i onih na koje su razmatranja djelovala djelomično (16,11 %) te onih koje su razmatranja potaknula na razmišljanje i njih je 13,57 %, tj. 213 ispitanika.

Većina ispitanika 95,01 % smatra da razmatranja „Ja slijedim svoga Kralja“ na prikladan i ispravan način tumače evanđelje te gotovo identičan broj ispitanika (94,94 %) smatra da je takav način evangelizacije prikladan za današnje društvo. Posljednje pitanje vezano uz razmatranja „Ja slijedim

svoga Kralja“ potvrdilo je da se većini ispitanika (74,31 %) ovakav način evangelizacije više sviđa od tiska, letaka i časopisa. Za 22,54 % ispitanika odgovor je „djelomično“, a 3,16 % ispitanika smatra da su im ipak draži tradicionalni oblici evangelizacije.

Zaključno možemo reći da razmatranja „Ja slijedim svoga Kralja“ koristi 1629 ispitanika, u većini su to korisnici koji razmatranja koriste manje od 6 mjeseci i to čine svaki dan. Prosječno vrijeme zadržavanja im je do 5 minuta. Razmatranja rijetko koriste više puta dnevno. Razmatranja podižu kvalitetu duhovnog života i u tome se slaže većina ispitanika iako mnogi razmatranja nisu utjecala na razmišljanje o duhovnom pozivu. Gotovo svi ispitanici slažu se da razmatranja na prikladan način tumače evanđelje i prikladna su za društvo i tehnološki razvoj. Također većini ispitanika se ovakav način evangelizacije više sviđa od klasičnoga.

Većina ispitanika ne pripada salezijanskoj župi (84,81 %), a za salezijance su većinom saznali preko prijatelja ili preko interneta (više od 53 %). Samo rijetki od ispitanika uključeni su u rad salezijanske karizme (11,67 %) te su većinom vjernici koji jednom nedjeljno idu na sv. misu. Velika većina ispitanika ne poznaje druge načine moderne evangelizacije, osim navedenih u anketi. U prosjeku se gotovo jednako i slažu i ne slažu u tome da Crkva dovoljno komunicira s laicima. Raspon godina ispitanika gotovo je identičan kao i kod „Nove Eve“. Najviše korisnika ima 22 odnosno 23 godine. Prevladavaju žene (84,41 %). Najviše ispitanika nalazi se u gradu Zagrebu. U Splitu ih je (18 %). Od 1629 ispitanika koji koriste razmatranja „Ja slijedim svoga Kralja“, njih 979, tj. 60 %, posjećuje i „Novu Evu“, a tek 246 ispitanika (15,72 %) koristi i „Lectio divina s Don Boscom“.

2.3. „Lectio divina s don Boscom“ – e-mail kateheze

Lectio divina treći je način moderne digitalne evangelizacije koji su salezijanci započeli u Hrvatskoj. U prijevodu s latinskog *lectio divina* značilo bi božansko čitanje, a zapravo označava molitveno čitanje Svetog pisma. *Lectio divina* tako je čitanje riječi Božje koje prerasta u molitvu i ima za cilj preobraziti život čovjeka. Salezijanci su željeli olakšati mladima put u duhovnost tako da za svaku nedjelju pripreme *Lectio divina* s Don Boscom. Do korisnika *Lectio divina* dolazi se elektroničkom poštom te se bilo tko može ‘prijaviti’ na primanje e-mailova, kao i ‘odjaviti’.

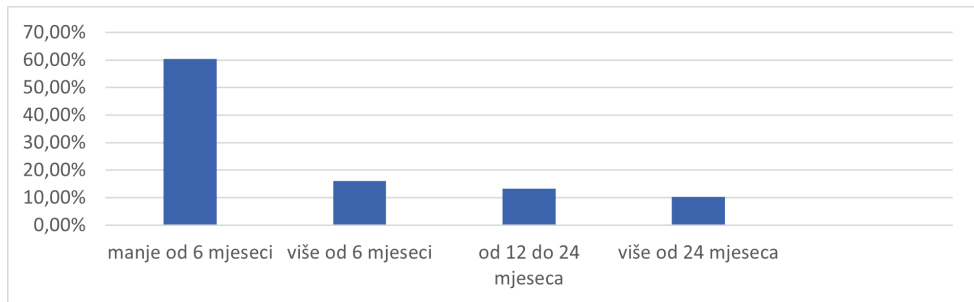
Struktura e-maila je uvijek ista, a slijedi klasični oblik molitve *Lectio divina*. *Lectio divina* s Don Boscom započinje zazivanjem Duha Svetoga. Osim molitve Duhu Svetom prisutan je i komentar, tj. savjet kako se pripremiti i ponašati za vrijeme molitve. Nakon zaziva Duha Svetoga

slijede upute za čitanje Evanđelja te sam tekst Evanđelja nad kojim će se razmatrati i moliti. Kada se polagano pročita Evanđelje, kreće se s dijelom koji se zove *meditatio* u kojem se pojedine rečenice iz Evanđelja izdvajaju i nad njima se meditira. Bitnije rečenice imaju i svoje komentare kako bi vjernicima bilo lakše pronaći pravi smisao Božje riječi.

Nakon *meditatio* slijedi *oratio* te *contemplatio* u kojem vjernik preispituje sam sebe na temelju pouka izvučenih iz Evanđelja. A nakon što se kritički promisli o vlastitim postupcima, slijedi dio koji se zove *actio* te se u njemu nalazi konkretna odluka koju bi vjernik trebao provesti u djelo kako bi se izgrađivao. Na samom kraju nalazi se dio *duhovni kutak* u kojem su tekstovi Crkve ili svjedočanstva svetaca u kojima se vidi na djelu Evanđelje koje se razmatralo.

U trećem dijelu ankete postavljena su slična pitanja o „Lectio divina s Don Boscom“ kao i u prethodna dva načina internetske evangelizacije. Od ukupnog broja ispitanika (1841) koji su započeli i završili anketu, 1679 ispitanika dalo je odgovor koriste li „Lectio divina s Don Boscom“. Tek 15,72 %, tj. 264, ispitanika odgovorila su potvrdno da koriste (ili su koristili) navedeni način evangelizacije. Za razliku od njih 1415 ispitanika (84,28 %) ispitanika nije nikada koristilo niti se susrelo s „Lectio divina s Don Boscom“. Odmah se može zapaziti razlika između prethodna dva načina evangelizacije koja su imala iznimno visok postotak korištenja od ovog načina. Razlog nepopularnosti, nažalost, nije ispitan i istražen kroz anketu.

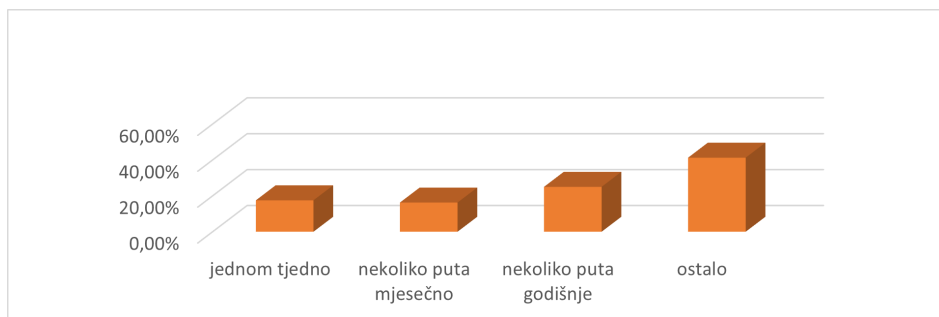
Graf. 9. Vrijeme korištenja



Od svih ispitanika koji su odgovorili da koriste „Lectio divina s Don Boscom“ većina ih koristi razmatranja manje od 6 mjeseci (60,34 %). Ostali odgovori imali su sličan broj odgovora, ali ni jedan od njih ne prelazi 17 % odgovora: više od 6 mjeseci (16 %), od 12 do 24 mjeseca (13,30 %), više od 24 mjeseca (10,36 %). Na pitanje koliko često koriste razmatranja nema odgovora koji odskaka puno više od drugih; velik dio ispitanika (25 %) razmatranja koristi nekoliko puta godišnje. Slijede ih

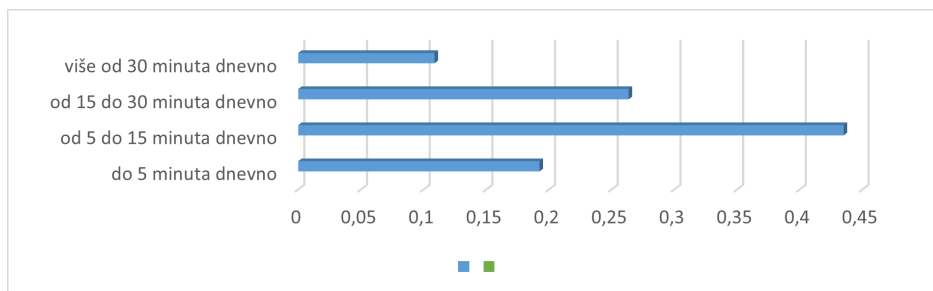
oni koji razmatranja koriste jednom tjedno (17,5 %) te oni koji razmatranja koriste nekoliko puta mjesečno (16,25 %).

Graf. 10. Učestalost korištenja



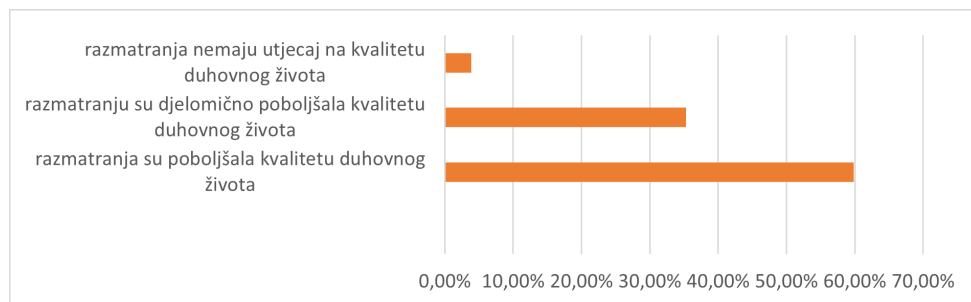
Većina (43,51 %) se na razmatranjima zadržava od 5 do 15 minuta, što je bio cilj salezijanaca kada su radili „Lectio divina s Don Boscom“, slijede ih oni koji se na razmatranjima zadržavaju od 15 do 30 minuta (26,36 % ispitanika) te oni koji se zadržavaju od 0 do 5 minuta (19,25 % ispitanika). Više od 30 minuta razmatranja koristi tek mali broj ispitanika (10,88 %). Rijetko tko od ispitanika koristi razmatranja više puta dnevno (5,76 %), ostali razmatraju jednom dnevno.

Graf. 11. Vrijeme zadržavanja



Što se tiče utjecaja na razvoj duhovnog života, 59,83 % ispitanika odgovorilo je da im je razmatranje „Lectio divina s Don Boscom“ podignulo kvalitetu duhovnog života. Premda je to visok postotak, isti ispitanici su na isto pitanje o „Novoj Evi“ i „Ja slijedim svoga Kralja“ odgovorili u većem postotku pa je tako „Nova Eva“ dobila 81,86 % pozitivnih glasova, a „Ja slijedim svoga Kralja“ 69,92 %. Neovisno o tomu koliko ljudi koristi razmatranja „Lectio divina s Don Boscom“ (znakovito manje nego prethodna dva projekta), ipak je neke ispitanike ono potaknulo na razmišljanje o duhovnom pozivu (13,75 %). Postotak nije visok, ali u istim je omjerima kao i drugi navedeni načini moderne evangelizacije.

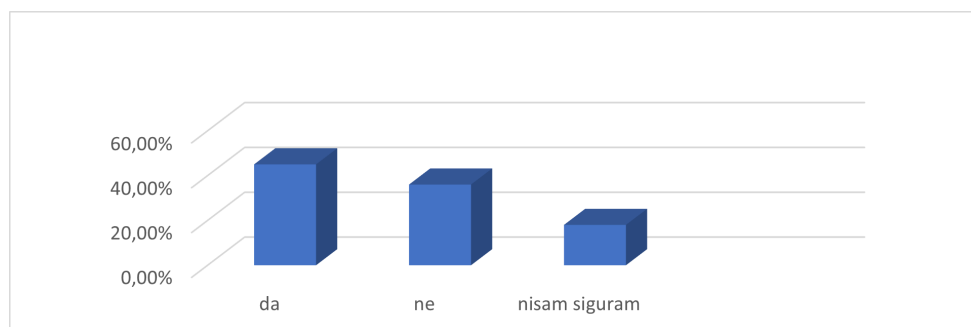
Graf. 12. Utjecaj na kvalitetu duhovnog života



Većina, tj. više od 95 %, ispitanika smatra da „Lectio divina s Don Boscom“ na prikladan način tumači evanđelje. Nadalje, njih 90,50 % smatra da je ovakav način evangelizacije prikladan za stanje u društvu i napredak tehnologije. Isto tako većini ispitanika sviđa se ovakav način evangelizacije. Samo mali dio (2,48 %) ispitanika izjasnio se da mu ovakav način evangelizacije nije draži od klasičnog (preko tiska, časopisa ili letaka).

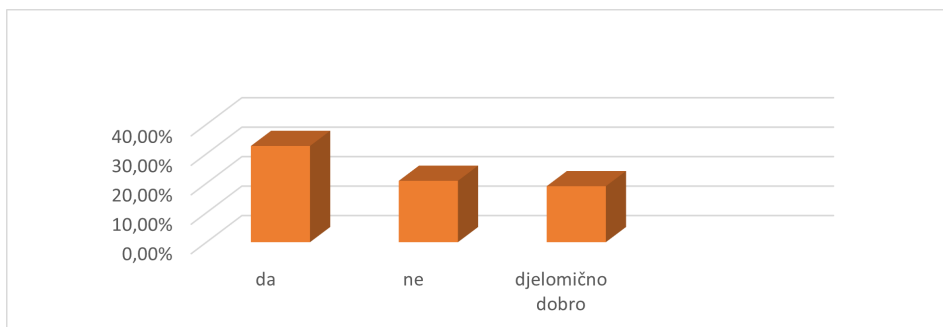
Većina ispitanika koji koriste „Lectio divina s Don Boscom“ ne pripada salezijanskoj župi (63,11 %), ali postotak je manji nego kod onih koji koriste „Novu Evu“ ili „Ja slijedim svoga Kralja“, što dovodi do zaključka da je „Lectio divina s Don Boscom“ poznatija vjernicima koji su salezijanski župljani. Oni koji ne pripadaju salezijanskim župama, za njih su čuli većinom preko prijatelja (31,02 %) te preko interneta (17,55 %). Većina ispitanika nije uključena u rad salezijanske karizme (64,90 %), a od onih koji su uključeni većina su animatori, salezijanski suradnici ili jednostavno volonteri u sklopu salezijanskih župa. Još jedno od pitanja koje ukazuje na različitost ispitanika koji koriste „Lectio divina s Don Boscom“ je odlazak na svetu misu. Iako se najveći broj ispitanika (52,24 %) izjasnio da ide jednom nedjeljno na misu, tek nešto malo manje ispitanika (42,86 %) izjasnilo se da ide svaki dan na misu, a vrlo su rijetki oni koji idu tek nekoliko puta mjesečno na sv. misu (4,90 %).

Graf. 13. Crkva se služi modernom tehnologijom u evangelizaciji



Slijede dva pitanja na koje su ispitanici dali gotovo identične odgovore: oko 45 % ispitanika smatra da se Crkva dovoljno služi tehnološkim dostignućima u evangelizaciji te da dovoljno koristi društvene mreže. Oko 36 % ispitanika nije bilo sigurno, dok je oko 19 % ispitanika odgovorilo da se Crkva ne služi dovoljno modernom tehnologijom i društvenim mrežama. Iako većina ispitanika (78,86 %) ne poznaje druge primjere moderne evangelizacije, (21,14 %) ih se susrelo s drugim načinima kao što su YouTube kanali, internetski portali i slično.

Graf. 14. Crkva kvalitetno komunicira s vjernicima



Kao kod „Nove Eve“ te „Ja slijedim svoga Kralja“, tako i kod „Lectio divina s Don Boscom“ ispitanici su ostali podijeljeni na pitanju o kvaliteti komunikacije Crkve s ljudima. Većina (46,53 %) ih je odgovorila da Crkva djelomično dobro komunicira, nešto manji postotak (32,65 %) smatra da Crkva to radi baš kako treba, dok najmanji broj ispitanika (20,82 %) smatra da Crkva ne komunicira dovoljno dobro s vjernicima i društvom. I kod ispitanika „Lectio divina s Don Boscom“ najviše je onih koji imaju od 21 do 24 godine. U gotovo jednakom omjeru su što se tiče stupnja obrazovanja: srednja škola 33,61 %, prvostupnik na fakultetu 33,20 %, diplomirali 32,38 %. Većina ispitanika (78,78 %) su žene te ih većina živi u Zagrebu (32,79 %), zatim Splitu (17,21 %) te izvan Hrvatske (25,41 %).

Zaključak

Aktualna kriza Crkve u suvremenom društvu nije rezultat samo bezboštva, konzumizma i liberalizma društva već i nesposobnosti Crkve da razumije i autentično se obrati modernom društvu. S druge strane ni samo kompetentno obraćanje, tj. posjedovanje komunikacijskih sposobnosti, nije jamstvo za evangelizacijski uspjeh, već je to prije svega autentičnost života navjestitelja. Autentičnost života i komunikacijska

kompetencija se nadopunjuju te je pitanje načina navještaja evanđelja od velike važnosti za poslanje Crkve. To i istraživanje koje smo proveli prije nekoliko godina, a u ovom članku prezentirali, potvrđuje. U ovom radu fokusirali smo se na istraživanje triju načina digitalne evangelizacije. Anкета s 1841 odgovorom (ispitanikom) potvrdila je kako se, ponajviše mladima, digitalna evangelizacija dopada više nego klasična evangelizacija. Brzina i dostupnost koju internet pruža savršeno odgovara užurbanom životu u kojem čovjek rijetko pronalazi vremena za sebe. Aplikacije poput „Nove Eve“ omogućavaju svakom čovjeku da na mobilnom uređaju, koji većina ljudi uvijek ima kod sebe, ima sve što treba (molitvenik, časoslov, duhovni citat, evanđelje dana...). Jedna mala aplikacija zamijenila je mnogo knjiga i postala najpraktičnije sredstvo modernog katolika. Biblijska razmatranja „Ja slijedim svoga Kralja“ napravljena su u savršenoj dužini (manje od 5 minuta) koja svako jutro (kroz došašće i korizmu) podsjeti vjernika da na trenutak zastane, odvoji nekoliko minuta za sebe i s Bogom krene u dan. „Lectio divina s Don Boscom“ ozbiljnija je varijanta razmatranja „Ja slijedim svoga Kralja“. U odnosu na potonju je duža (traje kroz cijelu godinu), obrađuje evanđelje od svake nedjelje i zahtijeva više vremena i sabranosti. Upravo zbog toga korisnicima pristize e-mailom jednom tjedno i ostavlja prostora vjerniku da pronađe prikladno vrijeme kada će po uputama voditelja uroniti u ljepotu evanđelja te zajedno s njim donijeti nove odluke za svoj život. Istraživanje potvrđuje dobru prihvaćenost postojećih projekata i ukazuje na potrebu još jačeg medijskog angažmana Crkve na području digitalnih medija.

DIGITAL EVANGELIZATION THROUGH THE PROJECTS OF THE CROATIAN SALESIAN PROVINCE

Abstract

The rapid development of technology, particularly digital media, may appear as an overwhelming challenge to the Church's mission. Yet, it is important to recall that throughout its rich history, the Church has often had to cross various cultural thresholds requiring renewed strength and creativity in proclaiming the Gospel. Just as it succeeded in the past, it can undoubtedly do so today. The primary prerequisite for its success in evangelization (inculturation of the Gospel into specific cultures) lies in understanding the culture, openness to the world of media (digital culture), and addressing both its opportunities and dangers. This paper provides a brief overview of ecclesiastical documents on the importance of media for the Church's mission and emphasizes the possibilities offered by new methods of media evangelization, illustrated through projects of the Croatian Salesian Province such as „Nova Eva,” „Ja slijedim svoga Kralja” („I Follow My King”), and „Lectio Divina with Don Bosco.” The research offers valuable insights and experiences that could be beneficial for improving these projects or designing new ones.

Keywords: *digital culture, digital media, evangelization, Croatian Salesian Province.*