



EIŽ PROGRAM DODJELE STIPENDIJA
POTPORA ZA ZNANSTVENO-ISTRAŽIVAČKI RAD

**VIDLJIVOST TEOLOGINJA U HRVATSKIM MEDIJIMA
ZA VRIJEME PANDEMIJE 2020. GODINE**

Anđelka Raguž, mag.nov.

Sažetak

Suvremeni su mediji u socijalnom kontekstu, s jedne strane, mjesta polemika, izražavanja različitih stavova i kreiranja oprečnih mišljenja, a s druge strane i platforme kreiranja heterogenih sadržaja dostupnih disperziranim korisnicima i bez obzira na pojedinačne interese i/ili zahtjeve, tijekom globalne pandemije koronavirusa u 2020. godini, pokazali su se neophodnom konvergiranom platformom za prijenos važnih i vrijednih informacija pri informiranju javnosti o virusu i bolesti COVID-19, „mjestom susreta“, dijaloga, ali i mnogih prijepora.

Temeljem konteksta društvene situacije očitovane primjerom globalne pandemije koronavirusa, ilustrivno je prikazan medijski značaj, kroz odgovore na pitanja: jesu li žene (teologinje) medijski marginalizirane i djelomično stereotipno predstavljene skupine ili su medijski djelatnici sugestivni kreatori određenih društvenih normi? Empirijsko je istraživanje usmjereno na objave/napise u prvih šest mjeseci 2020. godine iz: katoličkog glasila Glas Koncila, virtualnog sadržaja objavljenog na službenim stranicama Informativne katoličke agencije (IKA), objava u emisijama Religijskoga programa Hrvatske radiotelevizije i napisa te konvergiranih sadržaja s virtualnih ekstenzija najčitanijih hrvatskih dnevnih novina: Jutarnjeg lista i Večernjeg lista.

Kroz nalaze kvantitativne analize sadržaja utvrđeno je kakva je vidljivost, odnosno, koliko se mjesta u analiziranim medijima daje teologinjama i vjericama (sugovornicama) tijekom pandemije, s osobitim obzirom, na to kakav je njihov doprinos temama o koronavirusu te koje su teme pritom medijski predstavljene, odnosno, jesu li i na koji način, sadržaji o pitanjima mira, međuvjerskog dijaloga i zalaganja za ljudska prava, dobili svoj (zasluženi) medijski odjek.

Ključne riječi: *suvremeni mediji, izvještavanje, teologinje, žene, pandemija koronavirusa*

Uvod

Koliko su teologinje, njihove aktivnosti, djelovanje i riječ, vidljive u hrvatskim medijima te tko, odnosno, koliko govori u ime vjerskih zajednica u medijskim priložima, pitanja su na koja se primarno odgovara u ovome radu. S osobitim obzirom, empirijsko je istraživanje usmjereno na objave¹/napise² u prvih šest mjeseci 2020. godine, objavljene u vrijeme intenzivne proliferacije pandemije koronavirusa³, u najčitanijem i najutjecajnijem katoličkom glasilu *Glas Koncila* te virtualnom sadržaju objavljenom na službenim stranicama Informativne katoličke agencije (IKA), kao dva medija u vlasništvu Katoličke crkve, što se posredno reflektira i na njihovu uređivačku politiku, selekciju sadržaja i načine te stilove izvještavanja. Također, u radu su izneseni nalazi analiziranih objava u emisijama Religijskoga programa Hrvatske radiotelevizije⁴, koje imaju i ekumensku te međuvjersku dimenziju, kao i objave na virtualnim ekstenzijama⁵ najčitanijih hrvatskih dnevnih novina: *Jutarnjeg lista* i *Večernjeg lista*

Pandemija kao prizma izvještavanja

Val kretanja, proliferacije, utjecaja i do sada prepoznatih posljedica pandemije, koji je, prema određenim spoznajama, zabilježen još u studenom 2019. godine, a globalno se intenzivirao od siječnja 2020. godine⁶, potaknuo je u javnom diskursu, među ostalim, brojna pitanja, kontroverze – oblikovane različitim teorijama i perspektivama – te globalno ujedinio, ali istovremeno i podijelio javno mnijenje oko mnogih donesenih odluka i pitanja, koja su i za vrijeme pisanja ovoga rada, ostala neodgovorena i/ili nedorečena. Nadalje, na metu javne kritike, postavljeno je i propitivanje (međunarodnih) političkih stavova i zajedničkih rješenja usmjerenih prema smjernicama i odlukama u vezi s globalnim sprječavanjem virusa. U skladu

¹ Jedinica analize AV sadržaja bile bi objave emisija Religijskoga programa Hrvatske radiotelevizije i s mrežnih platforma *jutarnji.hr* i *večernji.tv*.

² Prema *Hrvatskom enciklopedijskom rječniku* napis je „novinski tekst koji ne potpada pod obvezujuće pojmove stila, dužine ili teme“ (Jojić i dr., 2003: 791), dakle koristile bismo ga kao opći pojam, a predmnijevao bi tekst, ali i svu opremu uz njega (naslove, nadnaslove, okvire, fotografije i infografike).

³ U daljnjem tekstu: pandemija

⁴ *Duhovne misli, Susret u dijalogu, Mali Radio Vjeronauk, Riječ i Život, Ekumenizam i religija, Mir i dobro, Pozitivno te Zajedno u duhu.*

⁵ Pretpostavka je kako je tijekom pandemije koronavirusa, medijski sadržaj bio dostupniji virtualno od kupovine tiskanih izdanja.

⁶ Georgiou, Aristos, „It is Ben Exactly One Year Since the First Case of COVID Wa Found in China“, *Newsweek*, 17. studenoga 2020. Prva je medijska objava u Hrvatskoj zabilježena na portalu *večernji.hr.*, 14. siječnja 2020.

s time, brojne su države bile primorane postavljati i određene 'interne preporuke i smjernice' u vezi s rapidnim priljevom virusa među građanstvom i krizom koja je uslijed toga naslijedila.

Posljedično, pandemija je utjecala na mnoge sfere društvenoga i političkoga djelovanja. S jedne strane, primijećena je intenzivnija i ponešto drugačija javna komunikacija i ophođenje (odnosa) vlasti i odgovornih dionika prema građankama i građanima, a djelomično i na stil medijskoga izvještavanja i istovremeno na pružanje specifičnoga tretmana određenim aktericama i akterima, odnosno, korisnicama i korisnicima⁷ u medijskom prostoru. S druge strane, položaj vjerskih zajednica u (svjetovnom) medijskom se diskursu, prema rezultatima ovog empirijskog istraživanja, pokazao kao neatraktan dionik u raspravi i usuglašavanju oko eventualnih prijedora u vezi s implicitnim odlukama, koja su se doticala i (zaštite) ljudskih prava. Štoviše, medijska je klasifikacija, pandemiju uokvirila, odnosno, stvorila distinkciju među pojmovima, koji su eksplicitno predstavljali virus *misterioznim*, *smrtonsnim* i *ubojitim*, ignorirajući preporuke strukovnih udruženja⁸, koji su ukazivali da se „emotivnom obojenošću“ i ideološki te vrijednosno obojanim medijskim porukama stvara privid straha i tjeskobe među publikom. S obzirom na ograničeno kretanje i samim time, težu produkciju i nabavu tiskanih izdanja (dnevni) novina, virtualne su ekstenzije potonjih tiskovina i društveni mediji⁹ služili kao platforma za brzo, (ali, i nekontrolirano) širenje (lažnih) informacija i (netočnih) vijesti, a medijske manipulacije ili manipulacije medijima (Jurčić, 2017) (p)ostale su prominentan prijedor. U tom smislu, nedostadne/neprovjerene/netočne informacije, koje su prikazivale, među ostalim, posljedice bolesti COVID-19, kontekst i razloge uvođenja određenih mjera, može bitno

⁷ U daljnjem tekstu izrazi »građanin, akter i korisnik« upotrebljavaju se tako kao da se odnosi na oba roda (muški i ženski) i na oba broja (jedinu i množinu). Dakle, riječ »građanin, akter i korisnik« treba čitati kao da piše »građanin ili građanka, odnosno građani ili građanke te korisnici i korisnice, jednako kao i za ostale pojmove u nastavku rada«.

⁸ Izvještavanje o koronavirusu treba biti točno, odgovorno i oprezno; prenositi točne i provjerene izvore; izbjegavati senzacionalizam i neprecizne izraze, koji bi širili paniku – dio medijskog izvještavanja odražava strah javnosti od pandemije (Vijeće za elektroničke medije, HND, 27. veljače 2020.) Jednako tako, od novinara se traži da u izvještavanju budu precizni, koriste provjerene izvore, demistificiraju mitove, poštuju privatnost, koriste razumljive termine, ne diskriminiraju oboljele, izbjegavaju senzacionalizam u izvještavanju, ohabruju čitatelje/slušatelje/gledatelje da ostanu zdravi izbjegavajući načine zaraze (UNICEF, 2020); jačaju pravo na informirnost (UNESCO, 2020).

⁹ Pojam označava (Van Dijck, 2013: 4) grupu aplikacija kojima se pristupa putem interneta, a koje su bile izgrađene na ideološkim i tehnološkim temeljima Weba 2.0 te koje su omogućile stvaranje i razmjenu *user-generated contenta*, odnosno, sadržaja koji kreira korisnik. Iako su nastale kao aplikacije, José van Dijck (2013: 7) napominje i kako su se transformirale u samostalne platforme, ne kao gotovi proizvodi, već dinamični objekti koji se prilagođavaju s obzirom na potrebe korisnika, ciljeve vlasnika, tehnološku i ekonomsku infrastrukturu, ali i kao reakcija na djelovanje konkurentskih platformi.

su utjecale i na predrasude spram oboljelih, ali i onih, koji su odluke donosili te osuđivanja u vezi s virusom, njegovom transmisijom i utjecanjem na daljnje širenje.

Na razini Europske unije, potonji je val iznjedrio i problem »nefunkcionalne i fragmentirane« politike Unije, prema političkim odlukama, što je posljedično uvelike utjecalo i na sveopće stanje u Republici Hrvatskoj¹⁰, posebno na (u određenim segmentima i oštru) javnu raspravu s određenim društvenim, političkim i religijskim implikacijama te medijsku prezentaciju inih tema. Razjedinjenost stavova i javnih izjava dovele su do djelomične podijeljenosti društva oko pitanja zdravstvene zaštite i istovremeno zalaganja za sveopća prava, (međuvjerski) dijalog i pitanja mira, s osobitim obzirom i na vidljivost religijskih zajednica, odnosno, inih istaknutih sudionica i sudionika, pri možebitnim pitanjima u vezi narušenih ekonomskih prilika i/ili zbog različite diskriminacije, ne samo na temelju pripadnosti određenoj društvenoj skupini, već napose i u slučaju oboljenja.

Teologinje kao medijski subjekt(i) i akterice

Slijedom navedenog, izuzetno je važno promatrati i definirati ulogu i odgovornost medija u procesu reprezentacije određenih subjekata, a u kontekstu rada, riječ je o teologinjama jer je razvidno, kako mediji imaju središnju ulogu pri informiranju javnosti o pandemiji, koja je u danom radu, poslužila kao kontekstualni okvir za prikaz položaja i vidljivosti teoloških stručnjakinja i znanstvenica. S time u vezi, valja podsjetiti, kako je godine 2015. papa Franjo govoreći o ulozi žena u Crkvi i društvu općenito, istaknuo je kako je „došlo vrijeme da se žene ne osjećaju, kao gošće, već potpune sudionice u različitim prilikama društvenoga i crkvenoga života”, što je kroz kontekst društvene situacije u Hrvatskoj, očitovanoj na primjeru pandemije, ilustrativno, medijski oblikovano kroz pitanja: jesu li teologinje medijski marginalizirane, odnosno, jesu li mediji bili (ne)pristrani i (ne)profesionalni te je li medijski prostor namijenjen ženama bio u okviru regulatornih odrednica Kodeksa časti hrvatskih novinara? Nastavno na potonju tvrdnju poglavara Katoličke crkve, a ujedno, zbog važnosti uloge i značaja suvremenih medija¹¹, koji ne predstavljaju u socijalnom kontekstu, samo izvore informiranja, nego jesu (suvremena) mjesta susreta, polemika, izražavanja različitih stavova i kreiranja oprečnih

¹⁰ U daljnjem tekstu: Hrvatska

¹¹ Pod pojmom suvremeni mediji, u radu podrazumijevamo „masovne medije, mobitele i druge alate suvremene digitalne tehnologije“ (Teurlings, 2010).

mišljenja, s jedne strane, te s druge strane, platforme kreiranja heterogenih sadržaja dostupnih različitim korisnicima i bez obzira na pojedinačne interese, medijima se u radu pristupa kao ogledalu društva (Mataušić, 2001: 361-379), koji, istodobno utječe i na društvena i politička strujanja, odnosno, glavnim izvorima informacija o političkoj i javnoj sferi i jednim od faktora koji utječu na oblikovanje identiteta pojedinca, (Pavličková, Nyre i Jurišić, 2014: 231). Slika oboljelih u medijskom diskursu u većoj je mjeri oslonjena na »etiketu« *drugačijih*, a donošenje mjera i smjernica te odluka kao *osuđujućih akcija* (Wright, 2002: 64-65) kroz koje akteri (oboljeli) imaju smanjenu mogućnost medijskih istupa u svoje ime, jednako, kao i oni koji se zalažu za jednakost ljudskih prava, među koje, spadaju i teologinje. Izvještavajući o pandemiji, mediji – koji, među ostalim, oblikuju javno mnijenje i utječu na političke odluke svih razina – stvaraju polarizaciju u društvu (Zambonini, 2009). S time u vezi, svrha je ovog empirijskog istraživanja, kvantitativnom analizom objavljenog sadržaja prikazati usklađenost i/ili prijepore pri izvještavanju o predmetu istraživanja.

Polazeći od pretpostavke, kako su vjerske zajednice pa posljedično i teološki pristupi u objavama svjetovnih medija, često marginalizirani i djelomično obilježeni političkim konotacijama (Bulović, 2004: 172), a da se u hrvatskim, posebno, vjerskim glasilima, premalo čuje glas vjernica, osobito, onih teološki naobraženih, cilj je ovoga rada istražiti, među ostalim, vidljivost teologinja u hrvatskim medijima i njihova zalaganja za ljudska prava, međuvjerski dijalog i izgradnju mira u društvu u vrijeme pandemije koronavirusa u prvom šestomjesečnom razdoblju 2020. godine. Konačno, rezultati istraživanja, bit će sagledani i u kontekstu društvene odgovornosti te vjerodostojnosti medija, koji predmnijevaju dimenziju zajedničkog povjerenja (Bauer, 2007: 30).

Vidljivost vjerskih zajednica i teologinja u medijima

Prema posljednjem popisu stanovništva iz 2011. godine, vjernici čine većinu stanovnika Hrvatske. Najveći se dio njih (86,28 %) izjasnio pripadnicima Katoličke crkve, zatim 4,44 % članovima Srpske pravoslavne crkve, odnosno, 1,47 % muslimanskim vjernicima (Državni zavod za statistiku Republike Hrvatske, 2013: 114). Katolička crkva je, kao što pokazuju brojna istraživanja i osvrta, dugi niz godina institucija, kojoj građani u Hrvatskoj ponajviše vjeruju¹²

¹² Usp., prema istraživanjima imidža novinarske profesije i povjerenja u medije među građanima Hrvatske izražena je općenito mala razina povjerenja u medije (Črpić i Mataušić, 1998). U skladu s time, novinarstvo je bilo na kraju popisa najcjenjenijih profesija (Kanižaj i Skoko, 2010, Digital News Report, 2017; 2018).

(Čuvalo, 2010), a samim time, razvidno je kako bi teologinjama i teolozima trebao biti omogućen pristup i svjetovnim, ali i vjerskim medijima, kako bi se sa stanovišta interdisciplinarnosti progovaralo o socijalnoj zbilji.

Jednako tako, širenjem medijskog prostora jasno bi se utjecalo na repliciranje pristranosti, kontradikcija, predrasuda i društvenih stereotipa u vezi s rodnom ideologijom¹³, rodnim ulogama¹⁴, spolnim stereotipima¹⁵ i pozicijom, koju žene u suvremenom društvu uživaju te napose ono što Anne Louise Eriksson propituje kroz teoriju feminističke politike o svrsi žena u teologiji (Eriksson, 2016, prema: Jutta i sur., 2016). Stereotipno se tako, žene (još uvijek) svrstava u okvir majke i kućanice, dok su muškarci „predodređeni“ za vladanje javnom sferom u širem smislu toga značenja¹⁶. Rodni stereotipi često se očituju kroz opservaciju distribucije žena i muškaraca u javnoj sferi. Jedan od učestalijih načina na koji se takva opservacija ostvaruje je kroz odabir stručnjaka, koji se pojavljuju u medijskom sadržaju i/ili prostoru, što može utjecati na rodne uloge i izbor sadržaja (Armstrong i Nelson, 2005: 820).

Kao što će biti prikazano u nastavku, rezultati empirijskog istraživanja potvrdili su kako su vjerske teme, pitanja i stajališta u jeku pandemije, o kojima je prikladno da govore i istupaju teologinje, personalno uokvirene¹⁷ kroz ulogu Alemke Markotić, ravnateljice Klinike za infektivne bolesti, Dr. Fran Mihavljević i praktične vjernice, čiji su nerijetko javni istupi (u većoj mjeri u svjetovnim medijima) bili usmjereni prema pitanjima vjere, svrhe i važnosti katoličkoga nauka u životima pojedinaca.

Valja istaknuti, kako se takva selektivna medijska vidljivost žena, zato i smatra oblikom suvremene diskriminacije (Hermes, 2012) ali, i dalje se medijska reprezentacija žena uglavnom svodi na njihove participacije u trivijalnim aktivnostima i kroz alternativne uloge (Višnjić, Miroslavić 2008: 251), odnosno, s doziranjem njihova prava na javne istupe, dok su za muškarce u medijima najčešće rezervirane objektivne i važne forme, poput informiranja i

¹³ Danijela Rupčić, članica Vijeća za život i obitelj Hrvatske biskupske konferencije, navodi kako pojmovno određenje rodne ideologije djelomično negira biološke odrednice, kao jedinog temelja određivanja spolnog identiteta ljudskih bića (Hrvatska biskupska konferencija, „Muško i žensko stvori ih“, 15. listopada 2014).

¹⁴ Rod podrazumijeva društvene, kulturološke i povijesne razlike između žena i muškaraca te obuhvaća različite društvene uloge, identitete i očekivanja za žene i muškarce u društvu (Kamenov i Galić, 2011: 11).

¹⁵ Od žena se u tradicionalnom smislu, očekuje da su prvenstveno majke i domaćice, dok su muškarci kao glave obitelji dužni financijsku egzistenciju“ (Fotak, 2015:26).

¹⁶ „Percepcija, iskustva i stavovi o rodnoj diskriminaciji u Republici Hrvatskoj“ (Ured za ravnopravnost spolova Vlade Republike Hrvatske, 2009).

¹⁷ Sa znanstvenog aspekta, novinarski se izbor informacija, pokušava objasniti kroz istraživanje funkcije *gatekeepera*, teorije vrijednosti vijesti, novinarske pristranosti i pristup *framing* teorije (teorija uokviravanja).

educiranja (Leinert Novosel, 2018; Wood, 2011;). Iako, Deklaracija Međunarodnog novinarskog saveza (IFJ), koja od 1954. godine predstavlja etički standard profesionalnoga novinarstva, predmnijeva nedvojbeno izbjegavanje spolnih, rasnih i/ili vjerskih „opasnosti od diskriminacije koju nerijetko potiču mediji“, nalazi istraživanja provedenog, 2017. godine pokazuju, kako su hrvatske najčitanije dnevne novine *Jutarnji list* i *Večernji list* pridbjele upravo prethodno navedenim uokvirivanjima, kroz prikaz žena u kontekstu tzv. *laganijih (ženskih) tema* u kojima ih se prikazuje isključivo kroz majčinstvo, obitelji i sferu kućanstva, s naglaskom na njihova fizička tijela i izgled te ih se definira kao pripadnice slabijeg spola, a inzistira se i na podjeli poslova na ženske i muške (Majstorović i Vilović, 2017).

U skladu s time, rodna ravnopravnost jedan je od ciljeva Europske unije i od temeljne je važnosti za moderni pravni poredak i suvremenu demokraciju te predstavlja (još uvijek) vitalni element transformacije društva „koji će osigurati revitalizaciju demokracije i tako ostvariti bogatije društvo u svakom pogledu“ (Leinert Novosel, 1999: 234).

S time u vezi, ponuditi medijski prostor teološko naobraženim vjernicima, konkretno, vjernicama, značilo bi širenje dimenzije otvorenosti i ravnopravnosti u medijskom diskursu, što crkveni dokumenti na mnogo mjesta i potiču (Ivan Pavao II. Pismo ženama, 1995; Papinsko vijeće za sredstva društvene komunikacije, 2002: 10; Vrhovski Peran, 2013:256-257).

Na tragu takvih razmišljanja bili su i zaključci znanstvenoga simpozija *Vjerska tematika u hrvatskome medijskom prostoru*¹⁸. Predstavnici vjerskih zajednica (Katoličke crkve, Srpske pravoslavne crkve, Islamske zajednice, Židovske zajednice Bet Israel te Baptističke crkve), istaknuli su kako su teolozi i teologinje u manjoj mjeri, zastupljeni u hrvatskim medijima, da je medijsko izvještavanje generalno izgubilo na kvaliteti i analitičnosti, a prednost (p)ostaje brzina i senzacionalistički te trivijalni sadržaj. Posljednjih nekoliko desetljeća, dolazi do sve osjetljivije ravnoteže između javne odgovornosti i privatnih profita te interesa, a Peter Dahlgren navodi, kako se to stalno prevrtanje ostvaruje u korist potonjih. Medijsko se okruženje i novinarstvo suočava s otežanim tržišnim imperativima, koji sve više „podcjenjuju“ kvalitetu sadržaja i preko novinarskih vrijednosti i vrijednosti vijesti, zaobilaze temeljne postulate struke (2010: 5).

S jedne strane, institucionalne i tehnološke su promjene direktno utjecale prije svega na strukturne promjene unutar profesije, a naposljetku i indirektno na ovisnost o sve brojnijoj

¹⁸ Održan je 4. svibnja 2017., u organizaciji Odjela za komunikologiju na Hrvatskome katoličkom sveučilištu u Zagrebu.

industriji oglašivača i vlasnika. S druge strane, rapidan razvoj digitalne i komunikacijske tehnologije utjecao je i na sam medijski sadržaj; novinari rade više nego prije i u kraćim vremenskim rokovima, sadržaj oblikuju istodobno za nekoliko medijskih platformi, a prisutna „rapidna popularizacija vijesti u svojoj krajnosti rezultira tabloidizacijom“ (Car, 2009: 146) i senzacionalnošću sadržaja. Želi li preživjeti u (suvremenom) ekonomsko-tehnološkom poretku i ostati socijalno relevantan segment društva, današnje novinarstvo mora izuzetno brzo i efikasno prenositi veliku količinu informacija. Na tragu toga, postavlja se pitanje, kakve su te (nove) informacije? – koje čine čitavu epohu u neologizmu „informativnog društva, svojevrsnom nastavku industrijskog“ (Luhmann, 1995: 42), a okosnica su „mrežnom društvu“, kako ga naziva Manuel Castells, „gdje su glavne funkcije i procesi sve više organizirani oko mreže, koja sačinjava suvremenu morfologiju naših društava, a sadržajno oblikuje posljedice i ishode u procesima proizvodnje, iskustava, moći i kulture“ (Castells, 2000: 493).

Transformaciju informacija, u tom smislu, Pablo Boczkowski, promatra kroz utjecaj tehnologije i brojnih promjena, koje je unijela u svakidašnju novinarsku rutinu i uzrokovala tendenciju „mimikrije“, odnosno, kopiranja sadržaja, i kao takva, izmijenila suštinu odnosa među istovjetnim medijima i konkurencijom, a „materijalizam postavio parametre novinarskoj praksi“ (Boczkowski, prema: Zelizer, 2009: 56-67). Jednako tako, prema nekim autorima, isključivo je digitalna tehnologija zamaglila granicu između novinara i ostalih medijskih djelatnika. „Urednici trebaju razmišljati na način da radi takve promjene ne posustanu u izradi kvalitetnih vijesti“ (Sagan, 1997, prema: Pavlik, 2001: 129).

U tom smislu, trivijalizacija javnoga diskursa, usko je povezana i s djelomičnom getoizacijom vjerskih tema isključivo u specijaliziranim emisijama i priložima te problemom širenja stereotipa o vjerskim zajednicama i teološkim stručnjakinjama, kojima se uglavnom ne pruža jednak medijski tretman i prostor u dnevnim novinama. Učestali problem nerazumijevanja između (svjetovnih) medija, vjerskih zajednica i teologa, prema đakonu SPC, dr. sc. Draganu Radiću je „što mediji od vjerskih službenika većinom traže odgovore na pitanja, koja vjerska zajednica nije pozvana davati“ te svojevrsno opredjeljenje teologinja i teologa. Traže se komentari na političke, povijesne, gospodarske probleme i događaje, a misija Crkve je govoriti o Evanđelju. Novinari koji se obraćaju SPC često ne poznaju tu zajednicu pa sve informacije na kraju svedu na obrede, tradiciju i običaje (IKA-vijesti, 19/2017: 7-8).

Odnos većinske Katoličke crkve i medija je usmjeren ka razmišljanju, kako su suvremeni mediji „čudesna sredstva i darovi Božji koji se mogu koristiti za dobro i za zlo“ (Papinsko vijeće za sredstva društvene komunikacije, 2000: 18). Najvažniji bi cilj medija u cijelosti trebalo biti „djelovanje prema rastu zajedništva i napretka ljudskoga društva“ (Papinsko vijeće za sredstva društvenog priopćavanja, 2002: 2), dok je uloga vjerskih medija, prema crkvenim dokumentima, prevladavanje predrasuda i gospodarskih, političkih i kulturnih podjela među ljudima i narodima (Papinsko vijeće za sredstva društvenog priopćavanja, 2002: 2). Stoga analiza sadržaja uključuje i objave iz dva medija u vlasništvu Katoličke crkve, što se posredno reflektira i na njihovu uređivačku politiku, selekciju sadržaja i načine te stilove izvještavanja.

U protekle tri godine, rad vjerskih zajednica i glas teologinja, na području ljudskih prava, međuvjerskog dijaloga i pitanja mira u hrvatskim svjetovnim medijima, s osobitim je obzirom bio izražen na području prihvata i zbrinjavanja izbjeglica i azilanata te u radu na zaštiti siromašnih i obespravljenih članova društva (Peran i Raguž, 2017). Tako se pri humanitarnom djelovanju u tzv. *Migrantskoj krizi*, koja je zahvatila jugoistočnu Europu, posebno istaknulo djelovanje Caritas, Isusovačke službe za izbjeglice (JRS) – koja je za taj rad dobila i posebno priznanje Europskoga parlamenta, zatim, Baptističke službe za izbjeglice te Islamske zajednice u Hrvatskoj (Hrvatski Caritas, 2017). Zato je i dio empirijskog istraživanja posvećen povezivanju djelovanja vjerskih zajednica i vidljivosti teologinja u govoru o pandemiji jer je važno sustavno analizirati i provjeravati način konstrukcije i suočavanja s problemima rodne (ne)ravnopravnosti na društvenom nivou, odnosno, stjecati uvide u intenzitet i način ostvarivanja uloge suvremenih medija i medijskog izvještavanja, pri ostvarivanju podjednake rodne zastupljenosti teologinja i teologa.

O odnosu koji bi kršćanski vjernici trebali imati prema pandemiji koronavirusa, poglavar Katoličke crkve je govorio u više prigoda, posebno putem videoporuka i na molitvenim događanjima¹⁹ pozivajući na „kreativnost zajedništva“ i „kreativnost ljubavi“. Papa je u tim prigodama poticao i naglašavao ideju da oboljele treba zaštititi, promicati njihovo ljudsko dostojanstvo, dok medicinsko osoblje treba biti pošteđeno bilo kakvih pritisaka.

Društveno odgovorni mediji, morali bi, prema Papinu mišljenju, biti glas svih članova društva i omogućiti pravovremeni pristup informacija, svima koji o njima djelomično ovise,

¹⁹ Usp. „I u tišini naših gradova odjeknut će Evandjelje Uskrsa“ IKA, <https://ika.hkm.hr/novosti/papa-izolirani-smo-ali-pomozimo-jedni-drugima-kreativnom-ljubavlju/> (IKA, 3. travnja 2020).

odnosno, onima koji dalje stvaraju medijski sadržaj. Konačno, novinarska i etika odgovornosti, o kojima će biti riječi u nastavku rada, trebali bi sukladno Kodeksu časti hrvatskih novinara²⁰ biti polazište profesionalnog medijskog izvještavanja.

Etički i profesionalni standardi medijskog izvještavanja

Etika odgovornosti kao dio (primijenjene) novinarske i/ili medijske etike izuzetno su važan obol novinarskoga poziva, svakodnevnoga djelovanja te odgovornosti prema publici, objavljenim sadržajima, ali u konačnici i samima sebi. Steven J. A. Ward (2011: 54-55) navodi kako se jedino takvo temeljno postupanje svodi na ostvarivanje relevantnih etičkih načela u novinarskoj struci. To dalje ukazuje na odgovorno ophođenje novinara prema publici, kroz samoregulaciju i kontrolu u odnosu na reperkusije izvještavanja po građane. To pak dalje predmnijeva i kako je svaki odgovorni medijski djelatnik, onaj koji svojim radom minimizira štetu prema konzumentima medijskog sadržaja i preuzima odgovornost za vlastite postupke. Zbog toga, Melita Poler Kovačić, napominje, kako novinarska etika, prvenstveno zahtjeva od medijskih djelatnika poštivanje svakog čovjeka (1998), a u konkretnom slučaju i poštivanje prava na privatnost oboljelih pojedinaca, ravnopravnu vidljivost teologinja spram stručnjakinja iz drugih područja i njihovo neometano progovaranje o pitanjima zaštite prava i mira. Etička načela i profesionalni standardi novinarske struke, koji novinarima omogućuju takvo ophođenje su: „istinito, točno, pošteno, nepristrano i uravnoteženo izvještavanje” (Malović, 2005: 18) te objektivni i etički pristupi, bez obzira na svojstva komunikatora i medijskog sadržaja (Kunczik i Zipfel, 2006: 144). Slijedom toga, Ward podsjeća kako, iako demokratski oblik vladavine zahtjeva i slobodne medije, koji omogućuju raznolike i pristupačne kanale javne komunikacije pri različitim temama (2011: 107), etički postulati ne smiju biti zanemarivani i/ili izostavljeni u svakodnevnom radu.

Tabloidizacija sadržaja i senzacionalistički pristup²¹ u obradi informacija, doprinijeli su, s jedne strane, isključivom padu profesionalnih standarda u novinarstvu, etičnosti, a i doveli u pitanje kredibilitet i vjerodostojnost izvora, novinara i medija. A, upravo senzacionalizmom – nepravilnim

²⁰ Članak 15: „Posebna se pozornost, obazrivost i odgovornost zahtijeva pri izvještavanju o samoubojstvima, nesrećama, osobnim tragedijama, bolestima, smrtnim slučajevima i nasilnim djelima. Novinar treba izbjegavati intervjuiranje i prikazivanje osoba koje su izravno ili neizravno pogođene tim događajima, osim kada je riječ o iznimnom javnom interesu. U tom je slučaju novinar dužan voditi računa o časti, ugledu i dostojanstvu osoba o kojima izvještava“ („Kodeks časti hrvatskih novinara“, *Hrvatsko novinarsko društvo*, <https://www.hnd.hr/dokumenti>, 27. studenoga 2009).

²¹ Podrazumijeva uključivanje elemenata šoka i začuđenosti, koji kod publike izazivaju snažne osjećaje i empatiju (Kitch, 2009; prema: Zelizer, 2009: 30), što je osobito primjećeno tijekom izvještavanja o pandemiji.

dimenzioniranjem medijskog sadržaja²² – uz pristup vijesti, kroz okvire personalizacije²³, privlači se pažnja publike, a pred „konkurente – korisnike“ se stavlja novi zadatak – plasirati još više trivijalnog sadržaja, kako bi se „napetost“ publike (o)držala na zavidnoj razini. No, s druge strane postoje oprečna razmišljanja, poput Gansova, koji prepoznaje pojednostavljivanje u prezentaciji i samom sadržaju kao svojevrsnu prednost u „elektroničkoj demokraciji“. Ističe kako je simplifikacija ujedno vještina, a i znanost koja zahtijeva sposobnost odlučivanja i rasuđivanja bitnih od manje bitnih informacija jer uključuju emocije i empatiju, koji čine „dobro novinarstvo“ a širenjem dostupnosti interneta do disperzirane publike, novinari moraju znati objasniti događaje na što jednostavniji i unificiraniji način i učiniti kontekste događaja razumljivim. (2009, prema: Zelizer, 2009: 25 i 48).

Nadalje, iako je objektivnost nužna, nju je teško postići²⁴ pa se kao konstruktivno rješenje nametnula i nepristranost, kao neophodan temelj suvremenog novinarstva, koja predmnijeva da se novinar pri izvještavanju ne svrstava ni na koju od (suprotstavljenih) strana (Malović, 2005: 42) te da omogući jednak medijski tretman svim akterima. To pak dalje implicira, da novinar, kada je riječ o formama medijskog izvještavanja²⁵ koji nisu namijenjeni komentiranju, vlastite stavove ne smije projicirati u izvještaj. Ward slijedom toga, novinarsku objektivnost pod okvirom nepristranosti, predstavlja i kao „vrlo specificiranu epistemičku sposobnost koja se sastoji u lučenju 'čistih činjenica' i izvještavanju o njima“ (2011: 128). Potonje određenje, može se preslikati i na javnu komunikaciju o pandemiji i interpretirati objektivno izvještavanje, kao ono koje ne uključuje ništa osim činjenica – koje isključuje stavove i mišljenja novinara ili autora medijske objave/napisa. William Rivers ističe, kako je objektivnost u uvjetima suvremene globalne distribucije češća i recipročna povećanju porasta profesionalnih vještina medijskih djelatnika i njihova poštivanja principa socijalne odgovornosti (1988). Uravnoteženost, također, predstavlja i zahtjev novinarske profesije za „prikazom svih strana u sukobu ili događaju o kojem se izvještava“. Stjepan Malović zato ističe da „novinar mora predočiti događaj tako da sve strane imaju mogućnost reći što se i zašto se dogodilo“ (2005:

²² (Jergović i Raguž, 2014: 44)

²³ Događaji koji se događaju „običnom čovjeku“, unutar vijesti se personaliziraju pomažu čitateljima/gledateljima/slušateljima da se kroz njih identificiraju (Tucham, prema: Kitch, 2009; prema: Zelizer, 2009: 39), a personalizirani prikaz svijeta je mnogo više kontekstualiziran, tekstuiran i multidimenzioniran (Pavlik, 2001: 22-40).

²⁴ Brojni autor, usprkos tome, ističu kako bi objektivnosti trebalo težiti (usp. Bagdikian, 1971; Hall, 1982; Jensen, 1992; Tillinghast, 1984).

²⁵ Medijski se djelatnici izražavaju na različite oblike i načine, kroz medijski žanrove ili rodove iz dvije opće grupe. U odnosu na tip medijske prakse, razlikuju se monološki i dijaloški, a u suvremenim uvjetima najčešće prisutna forma mješovitih žanrova.

37-38). Naposljetku, samo više različitih pogleda na istu temu, može ukazivati na novinarovu nepristranost i težnju za objektivnošću (Raguž, 2011: 198), o čemu će biti riječi i kroz interpretaciju nalaza analize sadržaja, sukladno ranije predstavljenim smjernicama strukovnih udruženja u vezi s načinom izvještavanja u trenucima intenzivne proliferacije pandemije.

S obzirom na predmet istraživanja, s osobitim se obzirom, faza operacionalizacije istraživanja usmjerava i na pitanja, jesu li se medijski djelatnici pridržavali nekih od spomenutih etičkih standarda struke (nepristranost, objektivnost, uravnoteženost)? – kako bi pridonijeli otvorenosti i raznolikosti javnoga dijaloga u demokratskom sustavu, koji je u kontekstu vidljivosti teologinja u medijima prakticirao ravnopravnost struke i nultu stopu medijske diskriminacije, ili su novinari i urednici ignorirali profesionalni i etički pristup u korist neprofesionalnoga izvještavanja i pružanja ograničenog ili nikakvog prostora teologinjama?

Metodologija istraživanja

Cilj, hipoteze i metoda istraživanja

Temeljem konteksta društvene situacije očitovane primjerom globalne pandemije koronavirusa, ilustrativno će biti prikazan medijski značaj, kroz odgovore na pitanja: jesu li žene (teologinje) medijski marginalizirane i djelomično stereotipno predstavljene skupine ili su medijski djelatnici sugestivni kreatori određenih društvenih normi? S obzirom na postavljena istraživačka pitanja, određeni su ciljevi, kojima će se utvrditi kakva je vidljivost, odnosno, koliko se mjesta u analiziranim medijima daje teologinjama i vjericama (sugovornicama) tijekom pandemije u prvih šest mjeseci 2020. godine, s osobitim obzirom, na to kakav je njihov doprinos temama o koronavirusu te koje su teme pritom medijski predstavljene.

S obzirom na ciljeve i istraživačka pitanja, propitivati će se četiri istraživačke hipoteze:

1. analizirani mediji prilikom izvještavanja o predmetu istraživanja, kršili su barem jedno od glavnih novinarskih načela: objektivnost (poštenje), uravnoteženost i/ili nepristranost;
2. značajna je razlika u medijskoj zastupljenosti teologinja s obzirom na teologe u analiziranim medijima;

3. u svjetovnim medijima, teologinjama tijekom pandemije koronavirusa nije dan medijski prostor;
4. katolički mediji svojim napisima i objavama ostvaruju vidljivost teologinja pri njihovim zalaganjima za ljudska prava, međuvjerski dijalog i mir u hrvatskom medijskom diskursu.

Kako bismo potvrdile ili opovrgnule hipoteze, provedena je kvantitativna analiza sadržaja, koja je prema osobitostima prikladna metoda u društvenim istraživanjima, a omogućuje da se kvantitavnim vrijednostima izraze osobine tekstualnoga i/ili vizualnoga materijala (velikog broja tekstova), koje zatim ukazuju na ukupni udio promatranih osobina u uzorku izabranom iz određene populacije (Lamza-Posavec, 2006: 152). Jednako tako, metodom se kvantificiraju razne verbalne ili neverbalne poruke, prema sadržajnim i formalnim karakteristikama, uspoređuje se sadržaja temeljem razlika unutar samog teksta, a u skladu s unaprijed utvrđenim pravilima istraživača/ica (Zvonarević, 1981: 148). Povrh toga, Ole R. Holsti ističe kako korištenje kvantitativne analize sadržaja, omogućuje i stvaranje zaključaka temeljem sustavnih i objektivnih značajki analizirane medijske poruke (1969: 14; prema Jergović i Raguž, 2014: 39), a samim time ostvaruje se prednost korištenja metode kroz „potencijal za identifikaciju događaja tijekom dužeg vremenskog perioda“ (Wimmer i Dominick, 2010: 161).

Longitudinalno istraživanje medijskog sadržaja nudi uvid u kulturne transformacije: „pojavu određenih tema, njihovo oplemenjivanje u stručnije diskusije, iščezavanje pred drugim temama i raspravama, pojavu novih sudionika u definiranju i raspravi o problemima i nestajanje nekih drugih te [u konačnici]²⁶ može biti provjera načina konstrukcije i suočavanja sa određenim problemima na društvenom nivou“ (Elezović, 2012: 63). Prema tome, kako bi se utvrdila tematska frekventnost od siječnja do lipnja 2020. godine, stupanj i učestalost vidljivosti teologinja u medijskom diskursu i selekcija sadržaja o pitanjima mira, međuvjerskog dijaloga i zalaganja za ljudska prava i tijekom pandemije, potrebno je empirijski i kvantitativno ukazati na ulogu i značaj teologinja u društvu, kako bi se moglo relevantno zaključivati o pokazatelju.

Uzorkovanje

²⁶ Sadržaj u uglatoj zagradi dodale su autorice teksta.

Uzorak čini ukupno 854 analiziranih priloga objavljenih u prvih šest mjeseci 2020. godine. Jedinicu analize činile su sve medijske objave²⁷/napisi²⁸, plasirani u vrijeme intenzivne proliferacije pandemije koronavirusa. Analiza je s jedne strane, obuhvaćala sadržaj virtualnih ekstenzija hrvatskih najčitanijih nacionalnih dnevnih novina: *Jutarnjeg lista* s 366 i *Večernjeg lista* s 355 napisa. S druge strane, istraživanje predmnijeva i 40 napisa (vijesti) objavljenih na službenoj stranici Informativne katoličke agencije (IKA-e), odnosno, 27 pripadajućih kolumni iz najčitanijeg i najutjecajnijeg katoličkog tjednika *Glasa Koncila*, čije su autorice redovite suradnice kolumnistkinje, Đurđica Ivanišević Lieb, psihologinja Lovorka Brajković i Nikolina Mesić, koja piše o temama s područja kulture i školstva. Jednako tako, analizirane su i objave emisija Religijskoga programa Hrvatske radiotelevizije, konkretnije, sadržaj šest radijskih emisija *Duhovne misli*, devet emisija *Susreta u dijalogu* i dvije emisije *Mali Radio Vjeronauk*. Također, analizirano je pet televizijskih emisija *Riječ i Život*, jedna iz ciklusa *Ekumenizam i religija*, 15 emisija najdugovječnije serije Religijskog programa, *Mir i dobro*, 11 emisija *Pozitivno* te naposljetku i 12 sadržajnih emisija naziva *Zajedno u duhu*.

Zbog kriterija navedenih u nastavku (u dijelu o postupku analize empirijskog materijala), riječ je o neprobabilističkom namjernom uzorku, a s obzirom na razdoblje – istraživanje je transverzalno jer proučava pojavu (vidljivost teologinja u medijima) u određenom vremenskom trenutku. Rezultati takvog istraživanja omogućuju uvid u karakteristike proučavane pojave ili procesa u trenutku provođenja istraživanja (Milas, 2009: 507).

Postupak analize empirijskog materijala

Za potrebe analize empirijskog materijala sadržanog uzorkom, izrađena je analitička matrica koja je sadržavala 26 klasifikacijskih kategorija, podijeljenih u pet cjelina. Sadržaj priloga je analiziran kroz sljedeće kategorije: 1) deskriptivna medijska obilježja priloga, 2) profesionalni kriteriji izvještavanja, 3) objektivnost, 4) uravnoteženost, 5) prisutnost teologinja/žena u sadržaju.

Valja napomenuti, kako, iako je istraživačica u fazi konceptualizacije pretpostavila određene istraživačke kriterije, s osobitim obzirom na pojam „teologinja/e“ s pripadajućim

²⁷ Jedinica analize AV sadržaja bile bi objave emisija Religijskoga programa Hrvatske radiotelevizije.

²⁸ Prema *Hrvatskom enciklopedijskom rječniku* napis je „novinski tekst koji ne potpada pod obvezujuće pojmove stila, dužine ili teme“ (Jojić i dr., 2003: 791), dakle koristile bismo ga kao opći pojam, a predmnijevao bi tekst, ali i svu opremu uz njega (naslove, nadnaslove, okvire, fotografije i infografike).

varijacijama na temu, u procesu operacionalizacije istraživanja, ipak je kriterije proširila i na pojam „žena/e“ jer su dotadašnji nalazi (osobito, napisi s portala dnevnih novina) pokazali oskudan kvantitativni doprinos. Stoga će i u interpretaciji nalaza, rezultati sadržaja iz svjetovnih medija biti odijeljeni od nalaza analiziranog sadržaja iz medija u vlasništvu Katoličke crkve, odnosno, javnog radijsko-televizijskog programa. Ostali istraživački kriteriji bili su: medijsko obilježje pojavljivanja osoba, tema i aktivnosti u vezi s predmetom rada, imena i prezimena akterica (teologinje/žene) ili jasno upućivanje da je riječ o sadržaju, koji ih uključuje, fotografija, izjave te dodatni pojmovi: crkva, vjerske zajednice, međuvjerski dijalog, mir i ljudska prava.

Vremenski raspon

Analizom je obuhvaćen objavljeni medijski sadržaj iz referentnih medija od 1. siječnja do 30. lipnja 2020. godine, a kako je kao kontekstualni okvir uzeto (početno) vrijeme intenzivne proliferacije pandemije koronavirusa, istraživanje je usredotočeno na razdoblje od siječnja 2020. godine jer je prvi napis o pandemiji u Hrvatskoj zabilježen na portalu *večernji.hr.*, 14. siječnja 2020. te bi bilo paušalno odrediti zajednički jedinstveni datum u kojem su pojedini mediji započeli s praćenjem ove kontekstualne teme.

Rezultati istraživanja

Medijska vidljivost teologinja na portalima dnevnih novina

Vidljivost žena u svakom od analiziranih medija nije bila jednaka tijekom šestomjesečnog, analizom obuhvaćenog razdoblja. Rezultati pokazuju, kako je najviše medijskog prostora, ženama dao portal *Jutarnjeg lista*²⁹ (366), odnosno, *večernji.hr*³⁰ kroz 355 napisa. No, iako, takvi nalazi mogu ukazivati na otvorenost prema smanjenoj selektivnoj medijskoj vidljivosti žena, ipak je riječ o poražavajućem podatku jer ni u jednom od analiziranih napisa, teologinjama nije dan prostor³¹. Istovremeno, potonji su medijski djelatnici, zahtjev za

²⁹ Na nekim će mjestima u nastavku teksta biti korišten skraćeni naziv: JL.

³⁰ Na nekim će mjestima u nastavku tekstu biti korišten skraćeni naziv: VL.

³¹ Usp., jednako tako, ni teolozi, izuzev napisa (56 JL, 67 VL) o održavanjima vjerskih obreda, s obzirom na propisane mjere, u kojima su se spominjali svećenici, biskupi i Katolička crkva, nisu bili subjekti napisa.

profesionalnom uravnoteženošću u vezi s pitanjima mira, vjere i ljudskih prava, personalno uokvirili kroz ulogu liječnice Alemke Marković, kojoj je u 24 Večernjakova internetska napisa³², odnosno, 31 s portala *jutarnji.hr* osiguran prostor za govor. Valja napomenuti, kako su potonji mediji, liječnicu intervjuirali čak devet puta (četiri puta na mrežnoj platformi *večernji.tv* i jednom u pisanoj formi te četiri puta na portalu *jutarnji.hr*), a popularnosti, koju je uživala u javnom mnijenju, nedvojbeno su doprinijeli i novinari, koji su „koristili“ njezinu poziciju prikazujući ju heroinom pa su nerijetko i naslovima, poput onog objavljenog, 26. ožujka: „Da ti srce pukne: Djevojčica s Murtera nacrtala novčanicu s likom Alemke Markotić“, opravdavaju odabir teme i subjekta (akterice).

Za razliku od medijskih djelatnika iz nakladničke kuće Styria, koji su većinom nepristrano³³ (76 % napisa) iznosili činjenice o Katoličkoj crkvi i nuputcima u vezi s održavanjem Misa, portal Hanza Medije je u četvrtini objava, eksplicitno iznosio porugu spram katoličkih vrednota³⁴ protivno načelima novinarskoga izvještavanja. Broj medijskih objava i napisa, koji su uključivali ženu/e vremenom se intenzivirao pa je najveći broj objavljen u travnju (91JL, 79VL) i svibnju (62JL, 51VL) i u većoj su mjeri ti napisi bili povezani s aktualnom pandemijom³⁵. Takav trend izvještavanja ukazuje, s jedne strane, na porast medijskog interesa za kontekstualnu temu jer je u čak 57 % slučajeva bilo riječ o ženama stručnjakinjama u određenom području (za razliku od ranije prikazanih nalaza, koji ukazuju da se ženama uglavnom dodjeljuje prostor kroz trivijalni sadržaj), no s druge strane na očigledan manjak kontinuiteta i analitičnog pristupa prilikom izvještavanja o društveno važnoj i polemičnoj temi, odnosno, zanemarivanje teološkog doprinosa i osvrta, koji ne bi isključivao teologinje s medijske platforme.

Medijska vidljivost teologinja na portalima Informativne katoličke agencije (IKA-e) i Glasa Koncila

³² Neki od napisa i objava u kojima se akterica dotiče svoga iskustva u vjeri i zalaganja za praktično pridržavanje nauka Katoličke crkve: „Životna ispovijest Alemke Markotić“ (VL, 31. svibnja 2020.); „Alemka Markotić: Nikad nisam bila u partiji, a protiv političkog angažmana nemam ništa“ (VL, 22. svibnja 2020.); „Markotić: Ovakvu situaciju nismo imali od 15. stoljeća“ (VL, 26. ožujka 2020.); „Alemka Markotić: Možda smo na pragu cjepiva za koronavirus 'Optimistični smo, prvi rezultati američke tvrtke su odlični“ (JL, 20. svibnja 2020).

³³ „Dva svećenika i tri časne sestre iz Međugorja zaraženi koronavirusom“ (VL, 30. ožujka 2020).

³⁴ „Koronavirus se ukazao u Međugorju“ (JL, 31. ožujka 2020).

³⁵ Neki od napisa, koji su u uključivali žene, neposredno se nije odnosio na oboljele ili trivijalan sadržaj: „Epidemiologinja: Dolazak stranaca nas dovodi do toga da budemo još oprezniji“ (VL, 16. svibnja 2020.); „Šefica ECDC-a: Europa se mora pripremiti za drugi val epidemije“ (VL, 22. svibnja 2020.); „Povjerenica Helena Dalli: Koronavirus zbog obiteljskog nasilja tijekom izolacije predstavlja nesrazmjern rizik za žene“ (JL, 21. travnja 2020.)

Početa je pretpostavka istraživačice bila, da će u analiziranom razdoblju, veću i češću medijsku uključenost, teologinje ostvarivati u medijima u vlasništvu Katoličke crkve i na platformama javnoga servisa, što se istraživanjem i potvrdilo. Uredništvo katoličkih glasila, pri odabiru vrijednog i važnog sadržaja³⁶, teologinjama je dalo gotovo ravnopravni medijski status, kao i teolozima te su ih uključivali i u one teme, koje su se neposredno odnosile na svakodnevicu ljudi za vrijeme pandemije, ali i prije „prodora“ koronavirusa.

Naime, Informativna je katolička agencija od 1. siječnja do 30. lipnja 2020. objavila 40 vijesti u kojima se eksplicitno spominju teologinja/e. Samim time, Katolička agencija nije marginalizirala važnost i ulogu koju potonje stručnjakinje ostvaruju u hrvatskom društvu, već im je kroz širok spektar različitih tema omogućila javne prezentacije te posredno i popularizaciju potonje znanstvene discipline. Tako su neke od tema, o kojima se pisalo u analiziranom razdoblju, a da nisu bile isključivi osvrti na pandemiju, koronavirus i njegov priljev u širem smislu, bila pitanja: oprosta³⁷, obiteljski katehetski susreti³⁸, komunikacija u obitelji bez i s djecom³⁹, o obiteljskom nasilju i porastu postotka istog tijekom pandemije⁴⁰, o kulturi⁴¹, empatiji, komunikaciji, odnosu vjere i kulture⁴², predstavljanje dvojezično njemačko-hrvatskog Zbornika⁴³ i pokretanje mozaičnog Youtube kanala *Vjernički forum*, kojeg su pokrenuli Katolički laici iz Subotice kao novi medij za evangelizaciju na hrvatskom jeziku⁴⁴. U preostalim se napisima spominje predsjednica Udruge katoličkih intelektualaca, dr. Ružica

³⁶ Temeljne odrednice odabira sadržaja sukladno teoriji selekcije vijesti.

³⁷ Teologinja Silva Vrdoljak govorila je o opraštanju i ozdravljenju – Dubrovnik: Seminar nove evangelizacije „Opraštanjem u slobodu“, (IKA, 24. veljače 2020).

³⁸ Teologinja Suzana Matošević, savjetovateljica iz Bračnog i obiteljskog savjetovaništa u Slavonskom Brodu osmislila je materijale za obiteljske katehetske susrete u Đakovu (IKA, 30. ožujka 2020).

³⁹ Đakovo: teologinja, psihologinja i psihoterapeutkinja iz Centra za savjetovanje Vrhbosanske nadbiskupije (Sarajevo) dr. Sanda Dobrovoljski Smoljo - Prvi „Obiteljski četvrtak“ putem Zoom aplikacije održala je izlaganje o komunikacija u obitelji i s djecom (IKA, 29. svibnja 2020).

⁴⁰ Obiteljsko savjetovanište – žrtve obiteljskog nasilja - teologinja i savjetovateljica iz Bračnog i obiteljskog savjetovaništa iz Slavanskog Broda, Suzana Matošević, teologinja i sveučilišna specijalistica supervizije u psihosocijalnom radu iz Bračnog i obiteljskog savjetovaništa u Osijeku Elizabeta Matuzović te psihologinja Ivana Stvorić iz Savjetovaništa za žrtve obiteljskog nasilja u Slavonskom Brodu (IKA, 29. travnja 2020).

⁴¹ Ana Marčinko predstavila je kršćansko lice kulture u Dubrovniku. (IKA, 6. ožujka 2020).

⁴² Održan simpozij Teologije u Rijeci – uz Predstojnicu Teologije prof. dr. Veronika Nela Gašpar, sudjelovale su još četiri sudionice (IKA, 13. ožujka 2020.)

⁴³ Dvojezični njemačko-hrvatski zbornik „Vielfältige Heimat(en): Kommunikativ-theologische Perspektiven / Raznolike domovine: Komunikativno-teološki pogledi“ urednice Jadranka Garmaz, Marie Juen i Annemarie Hochrainer je 21. zbornik iz serije „Komunikativna teologija“ (IKA, 29. svibnja 2020).

⁴⁴ Uz novinara Vedrana Jegića, spominje se i teologinja Nela Skenderović (IKA, 20. travnja 2020).

Pšihistal, 3.ožujka 2020. i tijekom Tjedna braka u Dubrovačkoj biskupiji, dvije teologinje, koje su govorile o odnosu vjere u obitelji i o obitelji i vjeri, 12. veljače 2020.

Katolički tjednik *Glas Koncila* već duži niz godina, ostvaruje suradnje s istaknutim stručnjakinjama, redovitim suradnicama kolumnistkinjama. Riječ je o Đurđici Ivanišević Lieb, koja tjedno piše u rubrici „Zapažanja“. U analiziranom je razdoblju objavila 20 kolumni o različitim temama (zbir tema: Božić nakon Božića, demografija, stanje domova za nezbrinutu djecu, umjetna inteligencija, komunizam, usporedba života u Hrvatskoj i Engleskoj, kritika Rijeke kao europske prijestolnice kulture, pitanje migracija, širenje straha oko pandemije, osvrt na javne nastupe liječnice Alemke Markotić i akademika Igora Rudana⁴⁵, o svetoj Koroni⁴⁶ te mnogi poremećaji nakon pandemije⁴⁷).

U *Prilici*, mjesečnom prilogu *Glasa Koncila*, redovito objavljuje i psihologinja Lovorka Brajković s Fakulteta hrvatskih studija, koja je u danom razdoblju objavila četiri teksta o odgoju djece, odlasku zaposlenika u mirovinu, odnosu djece i suvremenih medija te o nizu različitih emocija, koje se pojavljuju kod ljudi s obzirom na proživljena iskustva.

Nikolina Mesić redovita kolumnistica o temama iz područja kulture i školstva, objavila je tri teksta od siječnja do ožujka 2020. o korištenju i normama hrvatskog jezika.

Tijekom analiziranog razdoblja, u ovom su tjedniku medijski prostor dobile: Slavica Šnur, scenaristica i redateljica filma o ubijenoj djeci u domovinskom ratu „Otkrhnuti: Njihovi krikovi zovu nas da čujemo njihove roditelje, braću i sestre“, 25. lipnja 2020. u formi intervjua, zatim redovita profesorica Tatjana Buklijaš sa Sveučilišta Auckland, 30. travnja 2020. u tekstu s naslovom: „U krizi treba vidjeti mogućnost boljega početka“ i 12. ožujka, dr. Tanja Pavelin: „O revizijama osuda iz doba Jugoslavije Političke presude iz komunizma još čekaju reviziju“.

Medijska vidljivost teologinja u radijskim i televizijskim emisijama Hrvatske radiotelevizije

⁴⁵ „NEPOTREBNO ŠIRENJE STRAHA O KORONAVIRUSU: Sasvim nove mogućnosti u suzbijanju pandemija“ (*Glas Koncila*, 10. ožujka 2020).

⁴⁶ „OD KORONAVIRUSA DO IZOLACIJE VELIKANA Povijest se ne može skriti“ (*Glas Koncila*, 24.ožujka 2020).

⁴⁷ „UZ ŠIRENJE KORONAVIRUSA Pandemije donose enormne poremećaje“ (*Glas Koncila*, 7. travnja 2020); „SNALAZENJE U ŽIVOTU U OKOLNOSTIMA PANDEMIJE Svijetli momenti u tami pandemije“ (*Glas Koncila*, 5. svibnja 2020.); „TEŠKOĆE U POVRATKU U »NORMALU« Svaki je drugi bez ušteđevine“ (*Glas Koncila*, 26.svibnja 2020.); „ PANDEMIJA SE OSJETI I U NOVČANIKU Hrana je sve skuplja“ (2. lipnja 2020).

Hrvatska radiotelevizija, kao javni medijski servis u vlasništvu države, dužna je sukladno Zakonu o Hrvatskoj radioteleviziji⁴⁸ i Zakonu o elektroničkim medijima⁴⁹, omogućiti položaj (vidljivost) religijskih i vjerskih zajednica, njihovih tema i stručnjaka koji imaju jednaku mogućnost participirati u javnom dijalogu te doprinosti ekumenizmu u društvu, ali i ostvarivanju ravnopravnosti muškaraca i žena u medijskom diskursu. S time u vezi, u prvih šest mjeseci 2020. godine, javna je ustanova objavila emisije sa nešto smanjenim opsegom objava nego još je to ranije bio slučaj i to upravo zbog izvanredne situacije uzrokovane pandemijom koronavirusa.

U tom kontekstu, analizom su bile obuhvaćene tri radijske emisije Hrvatskoga radija, koje se emitiraju s ekumenskom te međuvjerskom dimenzijom.

U siječnju 2020. u *Duhovnoj misli* na Hrvatskome radiju, tako su sudjelovale četiri teologinje: jedna redovnica, jedna katolička vjernica laikinja, dvije žene židovske vjeroispovijesti. Teme su bile svjetlost, slušanje, sjećanje na Holokaust te red ili nered.

U veljači 2020. prostor je dobilo pet žena, od kojih su tri katoličke redovnice – susret, o sv. Luki, blago vama; protestantska teologinja – oprostiti sebi; jedna katolička laikinja – kloniti se zla.

U ožujku 2020. njih pet je dobilo mogućnost javnoga govora, od čega je jedna židovska teologinja – vrijeme; tri katoličke redovnice - uskrsnuće, autentičnost, nadonosci; laikinja – papa Franjo i žene.

U travnju 2020. šest žena – tri katoličke redovnice, jedna vjernica laikinja te dvije židovske laikinje. Teme njihovih razmišljanja bile su kršćanski i židovski blagdani.

U svibnju 2020.⁵⁰ četiri su stručnjakinje sudjelovale u emisiji – protestantska teologinja – darovih Duha Svetoga, dvije katoličke redovnice – skromnost ili bahatost; misliti dobre misli; židovska teologinja – skromnost u židovstvu.

⁴⁸ Stavak 1, članak 7. : „HRT je dužan (...) poštivati i poticati pluralizam političkih, religijskih, svjetonazorskih i drugih ideja te omogućiti javnosti da bude upoznata s tim idejama (...); nepristrano obrađivati politička, gospodarska, socijalna, religijska (...) pitanja, omogućiti ravnopravno sučeljavanje stajališta različitih izvora“
Stavak 2, članak 9. : „U provedbi stavka 1. Ovoga članka HRT će osobito: (...) proizvoditi, suproizvoditi i objavljivati programe namijenjene ostvarivanju ravnopravnosti muškaraca i žena; (...)proizvoditi, suproizvoditi i objavljivati programe iz područja religijske kulture te unapređivati razumijevanje između religija i vjerskih zajednica (...)“ (NN, 94/18).

⁴⁹ Članak 9. : „Djelatnost objavljivanja audiovizualnog i radijskog programa od interesa je za Republiku Hrvatsku kada se programi odnose na: (...)ostvarivanje ravnopravnosti muškaraca i žena, (...)“ (NN, 136/13).

⁵⁰ Većina emisija emitiranih u svibnju su bile reprize ranijih objava.

U lipnju 2020. u potonjoj je radijskoj emisiji, čak osam puta sudjelovala neka od žena – tri puta jedna katolička teologinja, koja je govorila o pitanju empatije i autentičnosti. Na blagdan Tijelova gošće su bile dvije židovske teologinje, koje su dale obol širini židovstva, pitanjima o židovstvu; protestantska teologinja o nadi, dvije katoličke redovnice – život kao škola i napredak u ljubavi.

Druga emitirana emisija na Hrvatskome radiju jest *Mali radio vjeronauk*, u kojoj je 23. veljače 2020. gošća bila profesorica latinskog i grčkog jezika, Antica Nada Čepulić, koja je tom prigodom govorila o sv. Jeronimu.

1. ožujka 2020. uredništvo emisije ugostilo je Sonju Tomić, katoličku teologinju i književnicu.

Susret u dijalogu, treća je radijska emisija u redovnom izdanju u javnom servisu. U analizom obuhvaćenom periodu, 6. siječnja 2020. gostovala je etnologinja, doc. dr. Mirela Hrovatin – a, tema su bili narodni običaji uz Bogojavljenje. 20. siječnja o problemu trgovine ljudima, govorila je profesorica moralne teologije Katoličkog bogoslovnog fakulteta Sveučilišta u Zagrebu, doc. dr. sc. Ana Begić.

24. siječnja 2020. Trag vjere – trgovina ljudima, gošća je bila generalna tajnica unije europskih konferencija viših redovničkih poglavara, s. Marjolein Bruinen.

Prva emisija u veljači, koja je ugostila ženu (stručnjakinju), bila je emisija od 10. veljače, tema je bilo Stepinčevo, o čemu je govorila politička analitičarka i autorica dokumentarnih filmova, Višnja Starešina. 13. veljače o Religijskom forumu i Tjednu braka, govorili su nacionalni koordinatori Tjedna braka u udruzi Fokus, Danijel i Katarina Wurzburg.

Marija Selak voditeljica projekta Ignacijevske duhovne obnove, bila je gošća emisije od 24. veljače 2020. u kojoj je govorila o mladima i korizmi, u ime Studentskog katoličkog centra Palma.

Prva emisija u idućem mjesecu, 2. ožujka 2020. bila je svojevrsni osvrt na post, školu emocija, strah od koronavirusa, a o čemu je govorila teologinja Antonia Čosić.

9. ožujka 2020. Anđela Jeličić Krajcar – katolička teologinja i suradnica medija – govorila je o sedam godina vladavine pape Franje.

Istovremeno, javni je televizijski program uključivao emisije: *Mir i dobro* (četiri u siječnju, četiri u veljači, tri u ožujku, četiri u lipnju); *Pozitivno* (četiri u siječnju, dvije u ožujku

i pet u veljači); *Zajedno u duhu* (četiri u siječnju, pet u veljači i tri u ožujku), *Riječ i život* (dvije u siječnju i tri u ožujku) te *Ekumenizam i religija*, jednu u svakom analiziranom mjesecu.

S obzirom na predmet istraživanja, u nastavku ćemo prikazati o kojem je sadržaju bilo riječi u posljednje dvije emisije u kojima su žene bile gošće, kao stručnjakinje, a ne samo da su usputno spominjale, kao u ostalim audiovizualnim objavama.

Riječ i život – tjedna polusatna emisija Religijskog programa HTV-a, urednika Nene Kužine:

17. siječnja 2020. progovara je o Kršćanstvu u suvremenim uvjetima: koliko je evanđelje implementirano u suvremene deklaracije, rezolucije pa i zakone? Ljubav je suočavanje sa sobom i Bogom. Na kakvim je temeljima moramo graditi prema čovjeku, posebno onome u patnji i potrebi? U kojem pravcu ide Europa, koja je nekoć bila kolijevka kršćanskih temelja? Koji su plodovi Teološko-pastoralnog tjedna i koliko se njegove smjernice slijede u pastoralu? U emisiji su sudjelovali angažirani vjernici laici, Ines Grbić i Nikola Kuzmičić, a odgovore na potonja pitanja ponudio je prof. dr. sc. Tonči Matulić s Katoličko bogoslovnoga fakulteta Sveučilišta u Zagrebu.

24. siječnja 2020. Roditelj – odgojitelj: Roditelji su prvi odgojitelji. Uz njihovu ljubav prema darovanom životu na koji im način pomoći? Na koji način dopunjavati roditeljski i institucionalni odgoj? Kada se govori o Danu života kojeg Crkva slavi prve nedjelje u veljači, neizostavna je obitelj, dostojanstvo roditelja i djece. Kako ga zaštititi moralno i materijalno? Treba li Crkva napraviti dodatni iskorak u pomaganju roditeljima? Koliko roditeljsku formaciju kod sjemeništara i ostalih učenika, prepoznaje rektor Međubiskupijskoga sjemeništa u Zagrebu, vlč. Matija Pavlaković. Gošća je bila prof. dr. sc. Aleksandra Korać Graovac s Katedre za obiteljsko pravo Pravnog fakuleta Sveučilišta u Zagrebu.

7. veljače 2020. Ja ću vas odmoriti: Znači li Svjetski dan bolesnika, kojeg se Crkva spominje na blagdan Gospe Lurdske, 11. veljače, promociju ili suzbijanje bolesti i olakšavanje ljudske patnje? Koliko su volonteri zainteresirani uključiti se u patnje drugih? Treba li pojačati duhovnost u palijativi? Koliko to prepoznaje hijerarhijska Crkva? Ima li suvremena teologija u svojim programima dovoljno učenja o bolesnima i nemoćnima? Što svjedoči karlovački svećenik mons. Ferdo Vražić? Goša je bila predsjednica Udruge La Verna, Blaženka Eror Matić.

6. ožujka 2020. Na pitanja: što čitaš? Koliko se studente i druge osobe željne novih spoznaja upućuje u knjižnice? Na koji način privući čitatelja knjizi i knjigu čitatelju? Koliko je

potrebno digitalizirati knjiško blago da bude što dostupnije javnosti? Kako predstaviti i popularizirati knjiško blago u vlasništvu Crkve? Kakva je čitanost knjiga u prošloj godini? Koliko su knjižnice potrebne za druženja? Odgovore je u razgovoru otkrila, ravnateljica Nacionalne i sveučilišne knjižnice u Zagrebu, prof. dr. sc. Ivanka Stričević.

13. ožujka 2020. Velika žrtva u malom križu. U korizmenom vremenu Crkva stavlja naglasak na pokoru i poziva na trajno obraćenje. Koliko razumijemo potrebe bližnjih? S kojim je ciljem utemeljena Udruga „Branitelj pomaže branitelju?“ Na koji način stradalnike Domovinskog rata uključiti u molitvu? Jesu li hrvatskim braniteljima volonterima, otvorena vrata za pastoralni rad? Na koji način povezati žrtvu, istinu i prošlost s institucijama Crkve i države? Kakvu vjersko-socijalnu sliku Vukovara otkrivaju Zrinka Perić i Danijel Gurov? Gost je bio hrvatski branitelj Željko Miškulin.

Ekumenizam i religija, emisija pod uredništvom Antonije Hrvatine Roth, 31. siječnja 2020. progovarala je o vjerskim pravima i slobodama u Hrvatskoj. Koliko se često krše i u kojoj mjeri? Koje su vjerske zajednice danas najugroženije u svijetu? Gosti su s time u vezi bili predsjednik Udruge za vjersku slobodu, Željko Mraz te dobitnici priznanja za promicanje vjerskih sloboda, bračni par Ana i Otto Raffai.

Zaključak

Razvidno rezultatima empirijskog istraživanja, zaključujem, kako teologinje u svjetovnim medijima tijekom pandemije koronavirusa u prvih šest mjeseci 2020. godine nisu bile atraktivan dionik, već medijski marginalizirane kreatorice sadržaja. Iako, kvantitativni rezultati ukazuju na otvorenost prema smanjenoj selektivnoj medijskoj vidljivosti žena, ipak je riječ o poražavajućem podatku jer gotovo ni jedan od objavljenih napisa s virtualnih ekstenzija najčitanijih hrvatskih dnevnih novina *Jutarnjeg lista* i *Večernjeg lista* nije ni u tekstualnim, ali ni u konvergiranim sadržajima uključivao teologinje, kao znanstvenice, stručnjakinje i ravnopravne sugovornice, odnosno, kao izvore informacija. Nadalje, analizirani su svjetovni mediji, zahtjev za profesionalnom uravnoteženošću u vezi s pitanjima mira, vjere i ljudskih prava, personalno uokvirili kroz ulogu liječnice Alemke Marković, koja je u tom smislu predstavljena „nacionalnom junakinjom“.

Nadalje, teologinjama i teolozima, jednako tako nije pružen svjetovni medijski prostor, izuzev sadržaja o primjeni epidemioloških mjera i smjernicama u vezi s održavanjem misa.

Samim time, potvrđena je početna hipoteza da u svjetovnim medijima, teologinjama tijekom pandemije koronavirusa nije osiguran medijski prostor te djelomično potvrđena i pretpostavka, kako postoji značajno odstupanje u medijskoj prezentaciji i vidljivosti teologinja spram teologa.

Kodeks časti pri Hrvatskom novinarskom društvu uokviruje obvezu medijskih djelatnika za nepristranim, uravnoteženim, objektivnim i točnim tretmanom, pri svakodnevnom izvještavanju, a isti su elementi prisutni i u globalnim smjernicama strukovnih udruženja o tome na koji se način treba izvještavati tijekom pandemije. Nalazi su pokazali i kako su medijski djelatnici bili pristrani u selekciji sadržaja i istovremeno neprofesionalni pri dodjeljivanju prostora teologinjama, kao i znanstvenicama iz ostalih područja, a prezentacijom medijskih sadržaja možebitno su utjecali na javno mnijenje te nije pretjerano stoga reći, kako su dovedena u pitanja i njihova vjerodostojnost te kredibilitet. Slijedom toga, potvrđena je i specifična pretpostavka o kršenju novinarskih načela pri izvještavanju jer su etički prijepori bili prisutni, ne samo kroz eksplicitnu naklonjenost (medijskoj) marginalizaciji teologinja, već i kroz neprofesionalni pristup s odmakom od kvalitetnih rasprava, analitičkih osvrti i/ili intervjua s odabranim stručnjakinjama i stručnjacima.

Istodobno, kontekstualni je okvir pandemije koronavirusa, katoličkim medijima (osobito tiskanim) poslužio kao svojevrsna platforma za novu evangelizaciju i širenje perspektiva u dijalogu s teologinjama, praktičnim vjernicama i stručnjakinjama iz različitih područja. Pitanje pandemije i svih popratnih događanja na globalnoj razini, u katoličkim je medijima i religijskim emisijama javnoga servisa bilo prepoznato iz šire perspektive i kroz pitanja mira, međuvjerskog dijaloga i zalaganja za ljudska prava te se temi pristupalo povezujući ju s drugim osjetljivim društvenim i političkim problematikama, poput primjerice, pitanja obiteljskog nasilja, statusa izbjeglica i migranata te psiholoških problema koji se pojavljuju uslijed ine situacije, u znatno većoj mjeri. Posljedično, pandemija je tijekom prvih šest mjeseci 2020. godine u katoličkom medijskom diskursu, bila povezana sa teologijom kao naukom, odnosno, dan je medijski prostor teološko naobraženim vjernicama da progovaraju, svaka iz svoga područja, o različitim perspektivama međuvjerskog dijaloga, pitanja mira i zalaganja za ljudska prava.

Konačno, razdioba rezultata i drugačijeg medijskog pristupa između svjetovnih i katoličkih medija, indicija su za dodatno promišljanje o pitanjima i perspektivama shvaćanja važnosti uvrštavanja obrazovanja za medijsku pismenost u obrazovni kurikulum te javno

propitivanje učinkovitosti primjene zakonskih regulatornih okvira u kontekstu medijske kulture u uvjetima suvremenog multimedijskog okruženja.

Provedba potonjeg longitudinalnog transverznog istraživanja medijskog sadržaja, svakako je doprinos, koji je kao takav ponudio uvid u sociološke transformacije pri oplemenjivanju budućih stručnih diskusija u promatranju načina konstrukcije i suočavanja s problemima rodne neravnopravnosti na društvenom nivou (s mogućim osvrtom i na retrospektivu iz ranijih razdoblja) te svakako marginalizirane vidljivosti određenih znanstvenih područja u medijima, a posljedično istraživački „otvorio“ i mogućnost za daljnja (komunikološka) istraživanja rodne (ne)ravnopravnosti i medijskog statusa teološki naobraženih vjernika. Naposljetku, ističem važnost suradnje među studijima, posebno između studija teologije i studija koji obrazuju buduće novinare kako bi se povećala medijska, ali i teološko/crkvena pismenost i uočilo područje zajedničkog djelovanja i mogućnosti suradnje u društvu.

Literatura i izvori:

1. Armstrong, C.L., Nelson, M.R., (2005) How Newspaper Sources Trigger Gender Stereotypes, *Journalism & Mass Communication Quarterly*
2. Bauer, Thomas (2007) Vjerodostojnost medija – društveni kapital medijskog društva, str., 21-39, u: Malović, S. (ur.) *Vjerodostojnost novina*. Zagreb: Sveučilišna knjižara, ICEJ i OSCE.
3. Benedikt XVI. (2009) „Nove tehnologije, novi odnosi. Promicati kulturu poštivanja, dijaloga i prijateljstva- Poruka za 43. svjetski dan sredstava društvene komunikacije“, <<http://www.ika.hr/index.php?prikaz=vijest&ID=110467>>. (7. kolovoza 2017).
4. Benedikt XVI. (2011) „Govor predstavnicima generalne skupštine Europske unije za radiodifuziju (EBU)“. IKA-vijesti, 18, p. 21.
5. Bulović, Irinej (2004) Srpska pravoslavna crkva, mediji i demokratija, str., 169-177, u: Đorđević, D. (ur.) *Crkva, verske zajednice, mediji i demokratija*. Novi sad: Medijske reference.
6. Car, Viktorija (2009) Mythical Structures and Narratives in Croatian TV New, *Medijska istraživanja* 15(2): 145-146, doktorska teza.
7. Castells, Manuel (2000) *INFORMACIJSKO DOBA: Ekonomija, društvo i kultura* (svezak 1). Zagreb: Golden Marketing.
8. Črpić, G., Mataušić, M. (1998.) Povjerenje u medije, *Bogoslovska smotra* 68(4): 673-683.

9. Dahlgren, Peter (2010) Charting the Evolution of Journalism: The Horizon of Democracy, *Medijske studije* 1(1-2): 3-17.
10. Državni zavod za statistiku Republike Hrvatske (2013) *Popis stanovništva, kućanstva i stanova 2011. Stanovništvo prema državljanstvu, narodnosti, vjeri i materinjem jeziku*. Zagreb: DZS RH.
11. Elezović, A. (2012) O čemu pišu novine? Analiza sadržaja novinskih naslovnica (siječanj-lipanj 2011.), *Medijske studije* 18(1), 61-88.
12. Eriksson, Anne Louise (2016) Ko i šta su „žene” u teologiji? Nekoliko razmišljanja o pojmu rodosti i njegovim posledicama po feminističku politiku, u: Hausmann, Jutta i sur. Budapest: Nemeck közzött. Luther Kiadó.
13. Fotak, Đurđica (2015) *Položaj Žena Na Tržištu Rada*, Čakovec: Međimursko veleučilište u Čakovcu.
14. Georgiou, Aristos (2020) „It is Ben Exactly One Year Since the First Case of COVID Wa Found in China“, *Newsweek*, 17. studenoga 2020.
15. Hermes, Joke (2012) *Žene i novinari/novinarke imaju prednost*, Zagreb: Ured za ravnopravnost spolova.
16. Hrvatska biskupska konferencija, *Muško i žensko stvori ih* <http://hbk.hr/dokumenti-hbk/musko-i-zensko-stvori-ih/> (15. listopada 2014).
17. Hrvatski Caritas (2017) *Izbjeglička kriza u Republici Hrvatskoj*. Zagreb: Hrvatski Caritas.
18. Hrvatsko novinarsko društvo (2009) Kodeks časti hrvatskih novinara, <http://www.hnd.hr/dokumenti> (27. rujna 2009).
19. Hrvatsko novinarsko društvo (2020) *Vijeće za elektoničke medije: O korona virusu izvještavati odgovorno, točno i oprezno*, <https://www.hnd.hr/vijece-za-elektonicke-medije-o-korona-virusu-izvjestavati-odgovorno-tocno-i-oprezno> (27. veljače 2020).
20. IKA-vijesti. (2017) 19/7-8.
21. Jergović, Blanka i Raguž, Anđelka (2014) Koliko je znanost važna tema u hrvatskim dnevnim novinama? Analiza napisa objavljenih 2012. godine u Jutarnjem listu, Večernjem listu, Slobodnoj Dalmaciji i Novom listu, *Medijske studije*, Zagreb, 5 (10), 36-49.
22. Jojić, Ljiljana; Matasović, Ranko; Anić, Vladimir i sur. (ur.) (2003) *Hrvatski enciklopedijski rječnik*. Zagreb: Novi Liber.

23. Jurčić, Daniela (2017) Teorijske postavke o medijima – definicije, funkcije i utjecaj, *Mostariensia* 21(1): 127-136.
24. Kamenov, Željka i Galić, Branka (2011). *Rodna ravnopravnost i diskriminacija u Hrvatskoj: istraživanje Percepcija, iskustva i stavovi o rodnoj diskriminaciji u Republici Hrvatskoj*. Zagreb: Odsjek za psihologiju Filozofskog fakulteta Sveučilišta u Zagrebu.
25. Kanižaj, I., Skoko, B. (2010) Mitovi i istine o novinarskoj profesiji - imidž novinara u hrvatskoj javnosti, *Medijske studije* 1(1-2): 20-39.
26. Kunczik, M., Zipfel, A. (2006) *Uvod u znanost o medijima i komunikologiji*. Zagreb: Zaklada Friedrich Ebert.
27. Lamza-Posavec, Vesna (2006) *Metode istraživanja u novinarstvu*. Zagreb: Sveučilište u Zagrebu-Fakultet političkih znanosti.
28. Leinert Novosel, S. (2018) Društveni položaj žena u Republici Hrvatskoj: žena i obitelj (1999.–2016.) *Politička misao* 55(1), 53-72.
29. Luhmann, Niklas (1995) *Die realitat der massenmedien*. Opladen: Westfälischen Akademie der Wissenschaften Verlag.
30. Mahony, R. (1999) Wer spricht fuer die Kirche? *Communicatio Socialis*, 32(1): 42-47.
31. Majstorović, Dunja i Vilović, Gordana (2017) Zastupljenost i način prikazivanja žena na naslovnica hrvatskih dnevnih novina: u službi promicanja rodnih stereotipa?. *Medijske studije*, 8(16), 22-23.
32. Malović, Stjepan (2005) *Osnove novinarstva*. Zagreb: Golden marketing--Tehnička knjiga.
33. Mataušić, Juraj Mirko (2001) Mediji u krizi vrednota, *Bogoslovska smotra* 71(2-3): 361-379.
34. Papinsko vijeće za sredstva društvene komunikacije (2000) *Etika u obavijesnim sredstvima*. Zagreb: IKA-Zagreb.
35. Papinsko vijeće za sredstva društvenog priopćavanja (2002) *Communio et progressio. Pastoralni naputak izrađen nalogom II. vatikanskog sabora radi primjene Dekreta o sredstvima društvenog priopćavanja istoga Sabora*. Zagreb: Kršćanska sadašnjost.
36. Pavlik, John V. (2001) *Journalism and New Media*. New York: Columbia University Press.
37. Pavličková, Tereza, Nyre, Lars i Jurišić, Jelena (2014) What Does It Mean to Trust the Media?, str. 236-252, u: Carpentier, N., Schrøder, K., Hallett, L (ur.) *Audience Transformations Shifting Audience Positions in Late Modernity*. New York & London: Routledge.

38. Peran, Suzana (2013). The Place and Image of Women in the Croatian Catholic Media. str. 253-267, u: Anić, Jadranka Rebeka, Filipović, Ana Thea, Knezović, Katica i Šikić-Mićanović, Lynette (ur.) *And God will wipe away all Tears from their Eyes - A theological Approach to the Suffering and Hopes of Women - Gott wird jede Träne von ihren Augen abwischen - Theologische Annäherungen an Leid und Hoffnung von Frauen*. Zagreb: Institut društvenih znanosti Ivo Pilar.
39. Peran, Suzana i Raguž, Anđelka (2017) Vidljivost vjerskih zajednica i njihovog zauzimanja za marginalizirane skupine u društvu na mrežnim stranicama hrvatskih dnevnih novina, str.,164-175, u: Pralica, D. i Šinković, N. (ur.) *Digitalne medijske tehnologije i društveno-obrazovne promene 7*. Novi Sad: Univerzitet u Novom Sadu -- Filozofski fakultet.
40. Poler Kovačić, M. (1998) Što je novinarska etika?, *Medijska istraživanja*, 4(1): 30.
41. Raguž, A. (2011) Djeca u očima novinara: od selekcije do objave u Glasu Slavonije 2010., str. 189.-207.u: Ciboci, L., Kanižaj, I. i Labaš, D. (ur.) *Djeca medija. Od marginalizacije do senzacije*. Zagreb: Matica hrvatska,
42. Reuters Institute (2017) *Digital News Report 2017*. London: Oxford University & Reuters Institute.
43. Reuters Institute (2018) *Digital News Report 2017*. London: Oxford University & Reuters Institute.
44. Rivers, W. L., Cleve, M. (1988) *Ethics for the Media*, Old Tappan: Prentice Hall.
45. Teurlings, Jan (2010) Media literacy and the challenges of contemporary media culture: On savvy viewers and critical apathy, *European Journal of Cultural Studies* 13(3): 359-373.
46. Ured za ravnopravnost spolova Vlade Republike Hrvatske (2009): *Percepcija, iskustva i stavovi o rodnoj diskriminaciji u Republici Hrvatskoj*.
47. Valković, Jerko (2013) *Crkva i svijet medija*. Zagreb: Glas Koncila.
48. Van Dijck, J. (2013.) *The culture of connectivity: A critical history of social media*, New York: Oxford University Press.
49. Višnjić, J. i Miroslavljević, M. (2008) *Problem reprezentacije roda u medijima. Neko je rekao feminizam*. Beograd: Heinrich Böll Stiftung.
50. Ward, S., J., A., (2011) *Ethics and the Media, An Introduction*, New York: Cambridge University Press.
51. Wimmer, Roger i Dominick, Joseph, R. (2010) *Mass media research:an introduction*, 10th., Boston: Cengage Learning.
52. Wood, J. T. (2011) *Gendered lives: Communication, gender, and culture*. Belmont, CA: Wadsworth.

53. Wright, Terence (2002) Moving Images: the Media Representation of Refugees, *Visual Studies*, 17(1): 53-66.
54. Zakon o Hrvatskoj radioteleviziji (2018) *Narodne novine*, br. 94, 7. veljače 2003.
55. Zakon o elektroničkim medijima (2013) *Narodne novine*, br. 136, 30. srpnja 2013.
56. Zambonini, Gualtiero (2009) *The Evolution of German Media Coverage of Migration*. Washington DC: Migration Policy Institute.
57. Zelizer, Barbie (ur.) (2009) *The Changing Faces of Journalism: Tabloidization, Technology and Truthiness*. London & New York: Routledge.
58. Zvonarević, Mladen (1981) *Socijalna psihologija*, Zagreb: Školska knjiga.