

Izvirni znanstveni članek/Article (1.01)

*Bogoslovni vestnik/Theological Quarterly* 81 (2021) 1, 163—183

Besedilo prejeto/Received:01/2021; sprejeto/Accepted:04/2021

UDK/UDC: 272(497.4)"2019":316.774

DOI: 10.34291/BV2021/01/Kraner

© 2021 Kraner, CC BY 4.0

*David Kraner*

## **Medijske reprezentacije kot odsev problema institucionalizacije Cerkve**

### *Media Representations Reflect the Problem of the Institutionalization of the Church*

*Povzeteč:* Iz analize člankov slovenskih medijev o katoliški Cerkvi v letu 2019 ugotavljamo, da je v medijskih reprezentacijah Cerkve močno navzoče izrazito subjektivno poročanje, s tem pa škodljivi trojni medijski učinek: prednostno tematiziranje (*agenda-setting*), okvirjanje (*framing*) in vplivanje na javno mnenje z učinkom spirale molka (*spiral of silence*). Pastoralna in spekulativna teologija bi morali z roko v roki odkrivati znamenja časov tukaj in sedaj, v teh razburkanih časih krize v Cerkvi, in biti trdna opora pastoralnim delavcem z aktualno teološko refleksijo, s slovenskim pastoralnim načrtom in z vseslovenskimi pastoralnimi programi, izdelanimi v sinhroniji s Slovensko škofovsko konferenco. Zdajšnja odsotnost refleksije, načrtov in programov pri pastoralnih delavcih povzroča negotovost, nezaupanje, labilnost in celo odpor številnih duhovnikov do njihovih škofov. V stanju krize identitete so vse negativne novice o Cerkvi, tudi če z majhno negativno konotacijo, videti kakor veliki napadi. Odzivi Cerkve pa so zato lahko nepremišljeni, to vodi v še slabše stanje.

*Ključne besede:* reprezentacije, Cerkev, vpliv, mediji, teologija

*Abstract:* Analyzed articles of Slovenian media about the Catholic Church in the year 2019 show that in media representations of the Catholic Church, there is distinctly subjective reporting, which has a harmful triple media effect: agenda-setting, framing, and influencing public opinion with the effect of a spiral of silence. Pastoral and speculative theology should discover hand in hand the signs of the clock here now, in these turbulent times of crisis in the Church, and be solid support for pastoral workshops with current theological reflection, Slovenian pastoral plans, and all-Slovenian pastoral programs made in sync with Slovenian bishop conference. The current lack of reflection, planning, and programs causes uncertainty among pastoral workers, mistrust, liability, and even resistance of numerous priests against their bishops. In a state of an identity crisis, all negative news about the Church, even with a minor negative connotation, is seen as a

powerful attack. Therefore, the Church's reactions can be reckless, which leads to the worsening of the situation.

*Keywords:* representations, Church, influence, media, theology

## 1. Aktivno delovanje medijev in izziv za spremembe praktične teologije

Prvi vtis ob negativnih medijskih novicah je, da mediji danes želijo katoliški Cerkvi (v nadaljevanju: Cerkev) zmanjšati moč in da pastoralisti ob tem pasivno in prestrašeno molčijo. Vendar je bila v zgodovini, vse od prvega nastopa novičarskih medijev, vedno navzoča napetost med mediji in Cerkvijo, saj imata omenjeni ‚instituciji‘ vsaka svojo lastno naravo delovanja, ki sta si v nekaterih točkah diametralno nasprotni: prva teži k novostim in konfliktnosti, druga pa k edinosti in kontinuiteti s svojimi koreninami (Dulles 1994, 6–9). Praktična in spekulativna teologija morata nujno upoštevati različnost narav delovanja Cerkve in medijev in druga z drugo sodelovati v kulturi in prostoru, hic et nunc, se obojestransko podpirati tam, kjer v pastoriali in teologiji izgubljata učinkovitost (CS, opomba 1). »Teologi izgubljajo izpred oči svoje pravo poslanstvo, ki ni ustvarjanje, ampak razlaganje tega, kar nam je razodeto, poglobljanje vanj in ne uveljavljanje svojih lastnih izvrstnosti.« (Sarah 2019, 106) Tudi glede medijev je kardinal Sarah popolnoma jasen: »Ne pustimo si vsiljevati ritma medijev, ki tako naglo govorijo o spremembah, preobratih ali revolucijah. Čas Cerkve je dolgotrajen. Njen čas je čas resnice iz kontemplacije, ki prinaša ves svoj sad, če resnici pustimo, da v miru požene korenine v zemljo vere.« (106)

V slovenskem pastoralnem načrtu Pridite in poglejte je poudarjeno: »Danes pa vidimo, da je vse več duhovne brezbržnosti, moralnega relativizma in ideološke razdeljenosti. V slovenski družbi se poglobljajo negativni učinki sekularizacije.« (PIP, tč. 12) Devet let pozneje lahko dodamo, da so se brezbržnost, ideološke razdeljenosti in moralni relativizem še dodatno poglobili. Cerkev s svojimi dejanji sama daje zadostno količino materiala, ki ga novinarji v manipulativnih in brezobzirnih informativnih člankih slovenskih medijev uspešno uporabljajo. »Zaradi prepletenosti sodobne govorice s številnimi negativnimi vplivi, katerim je sodobni človek vsak dan izpostavljen, /.../ bo prihodnost zagotovo terjala več dinamičnosti s strani kakršnegakoli oznanjevanja, kateheze in/ali druge komunikacijske dejavnosti.« (Kraner 2018, 89) V tej raziskavi ugotavljamo, da najpogosteje zapisane negativne besede v naslovih medijskih člankov o Cerkvi (zloraba, proti, obsoditi, žrtev, sodišče, pedofil, kriv, boj in stiska) odsevajo problem institucionalizacije Cerkve. V informativnem medijskem diskurzu ne gre pričakovati vsebin, ki bi Cerkev reprezentirale, kako skrbi za evangelijsko sporočilo ljubezni do najbolj ubogih. Namesto tega v objavah medijev najdemo cerkvene finančne nepravilnosti, spolne škandale in neutemeljeno poudarjanje vpletanja Cerkve v politiko.

Izbira načina informiranja javnosti, ki jo uporabljajo mediji, je povezana z dosEGO želenih učinkov. V naši analizi ugotavljamo periodično ponavljanje tem ekstremnega žaljenja, etiketiranja, diskreditiranja in teptanja dobrega imena večine katoličanov. S tem mediji dosegaJO želeni učinek spirale molka (Noelle-Neuman

2002, 40). V Sloveniji se je v letu 2019 podvojilo število evidentnih primerov kristjanofobije glede na prejšnje leto. Cerkev v Sloveniji v Letnem poročilu 2019 navaja šest evidentnih primerov vandalizma, v katerih je pomembno večinoma le uničevanje verskih simbolov (križi, kapele in drugi objekti), v enem primeru pa žaljivo pisanje novinarka revije Mladina (Tajništvo SŠK 2019, 154–160).

Poleg spirale molka bomo izpostavili še dva značilna medijska vpliva: prednostno tematiziranje in okvirjanje. S tem načinom poročanja o Cerkvi slovenski mediji zelo vplivajo na socialne reprezentacije Cerkve: največji vpliv imajo mediji na mnenja, veliko manj pa ga imajo na notranja stališča in drže (Kraner 2019).

Omenjeni zunanji medijski vplivi so lahko dogmatični in pastoralni teologiji v pomoč pri refleksiji, načrtovanju, izvajanju in pri vrednotenju pastoralnega delovanja. Leta 2012 je bilo ugotovljeno:

»Slovenski katoličan je postal ‚izbirni vernik‘. Odloča o tem, kaj bo veroval in česa ne, h katerim obredom in zakramentom bo pristopal in h katerim ne. Močno ga privlačijo zakramenti, ki so podobni obredom prehoda (krst, prvo obhajilo in birma), ter blagoslovi, vse manj pa je prisoten pri nedeljski evharistiji. Od predstavnikov Cerkve pričakuje verske in obredne usluge ter tradicionalne množične dogodke, tudi če nima žive vere v Jezusa Kristusa, božjega Sina in Odrešenika. Tovrstni tip vernika imenujemo ‚oddaljeni kristjan‘, saj ostaja član Cerkve, a je oddaljen od njenega evharističnega jedra.« (PIP, tč. 21)

Stanje se v Cerkvi od leta 2012 do leta 2019 ni izboljšalo. Tudi danes povprečen katoličan sam izbira vsebino vere, se odloča glede na to, kaj mu v tem trenutku ustreza, ne obiskuje maš in od Cerkve pričakuje ‚storitve‘ (pogreb, blagoslov, krst, poroko ...). Medijske reprezentacije Cerkve so izrazito pozitivne ob božiču, za veliko noč in ob blagoslovih (npr. konj, vina, nove ceste) in izrazito negativne ob diskurzu o financah, spolnosti, škandalih in o politiki. V tekstovni analizi naslovov člankov medijske reprezentacije vidimo: občinstvu sporočajo, da Cerkev zlorablja, da je proti ljudem, ima obsojanja vredne voditelje, povzroča žrtve, zadeve s Cerkvijo rešujejo sodišča, med voditelji so pedofili, potreben je boj proti Cerkvi, ker povzroča stiske ljudi itd. Takšne reprezentacije Cerkve nikogar ne privlačijo, do nje vzbujajo notranji odpor, spodbujajo negativna stališča in celo povzročajo zapuščanje Cerkve (nekateri izstopijo, drugi nikoli ne obiskujejo verskih obredov ali pa zelo redko). Strah pred izpostavljanjem medijem, ki ga mediji vzbujajo v katoliških verskih uslužbencih in vernikih, je tipičen za spiralo molka. Učinek vpliva medijev se meri v spremembi mišljenja, notranjih stališč in vedenja. Umikanje vernikov iz cerkvenih skupnosti torej pomeni spremembo vedenja, to pa je najvišja stopnja medijskega učinka.

## **2. Medijsko vplivanje in teorije: *agenda-setting*, *framing*, *spiral of silence***

V medijskem diskurzu kot zadeva (*issue*) redno nastopa Cerkev v Sloveniji. Reprezentacije Cerkve v medijih so sestavljene iz fragmentov najpogostejših besed v

naslovih in njihovih besednih parov, iz mrežne povezanosti najpogostejših besed, pa tudi iz konotacije samega članka. Časovna obdobja objav, v katerih je zadeva Cerkev, so pogosto vezana na politične dogodke (davki, šolstvo in zaščita mladoletnih). Njihova vsebina je v skoraj polovici člankov postavljena v negativne okvire, dobra tretjina je pozitivnih, drugi pa so ,ideološki'.<sup>1</sup> Pomembnim sporočilom, ki jih želi Cerkev posredovati, ne uspe prodreti v javnost, ampak ostanejo nedotaknjena na katoliških medijskih kanalih. Pri reprezentiranju Cerkve v slovenskih medijih je navzoče prednostno tematiziranje (*agenda-setting*), okvirjanje (*framing*) in vplivanje na javno mnenje z učinkom spirale molka (*spiral of silence*).

Govorimo o konceptu ,reprezentacij'. Za Stuarta Halla to pomeni: prek govornice proizvajati pomen nekega miselnega koncepta. Koncept reprezentacij je zanj bistvenega pomena za razumevanje procesa, v katerem člani neke kulture proizvedejo in si izmenjajo neki pomen z uporabo jezika, znamenj in podob, ki reprezentirajo neko stvarnost. Hall si postavi vprašanje: »Na kakšen način koncept reprezentacij poveže pomen in govorico s kulturo?« Odgovarja, da pri tem obstaja razlikovanje med tremi različnimi pristopi različnih teorij o reprezentacijah: refleksivna, intencionalna in konstruktivistična teorija (Hall et al. 2013, 1).

Na drugem mestu Hall poudarja, da obstajata dva procesa reprezentacij. V prvi vrsti je to individualni sistem, ki povezuje celotno kombinacijo predmetov, oseb in dogodkov s serijo miselnih konceptov ali reprezentacij, ki obstajajo v naših glavah (npr. ko govorimo o svojih konceptih o vojni, smrti, prijateljstvu ali ljubezni). Hall je mnenja, da individualni sistem sam po sebi ne zadostuje, zato teži k temu, da se izrazi oziroma reprezentira pomene in miselne koncepte. To lahko naredimo z govorico, ki je vsem skupna. Pri globalnem procesu konstruiranja govornice govorimo o drugem reprezentativnem sistemu. Svoje individualne konceptualne mape hočemo deliti z drugimi, zato jih moramo preoblikovati v skupni jezik tako, da jih povežemo s koncepti in idejami drugih. Pri tem so pomembna znamenja, kakor so besede, glasovi in podobe. Ta znamenja reprezentirajo koncepte in relacije med njimi. (3–5)

V naši raziskavi smo se osredotočili na ,globalni proces konstruiranja' realnosti prek medijskih člankov in upoštevali tri osnovne teorije: prednostno tematiziranje, okvirjanje in spiralo molka.

Prednostno tematiziranje ali teorija prednostnega tematiziranja je proces »neprestanega prizadevanja zagovornikov neke zadeve, da bi pridobili pozornost ljudi, ki delajo v medijih, javnosti in političnih elitah. Teorija agenda-setting ponuja razlago, zakaj so javnosti v demokraciji na voljo informacije o nekaterih zadevah, ne pa tudi o določenih drugih zadevah, in kako se oblikuje javno mnenje. /.../ Agenda je zbirka zadev, ki so posredovane v določenem časovnem obdobju v hierarhični lestvici po pomembnosti.« (Dearing in Rogers 2012, 42) Pomemben element agenda-settinga je njegova potencialno konfliktna narava. Podrobno o tem govorita politologa Roger Cobb in Charles Elder, ki poudarita, da je ena od značilnosti agenda-set-

<sup>1</sup> Z izrazom ,ideološki' smo označevali tiste članke, ki niso bili ne pozitivni ne negativni, ampak so vsebovali oglaševalske elemente neke institucije, ustanove, osebe ali skupine ljudi.

tinga tudi kontroverznost, »ki v določenem časovnem obdobju postane del legitirnega zanimanja, ki si zasluži pozornost politike« (Cobb in Elder 1983).

Okvirjanje vključuje izbor in poudarke neke zadeve, s katerimi se vpliva na človeško zavest, in to s prenosom informacije z neke lokacije na zavest. »Okviriti pomeni, izbrati določene vidike realnosti, kot jo vidimo, in jih narediti bolj izstopajoče v posredovalnem tekstu, in sicer tako, da se poudarijo določena definicija problema, vzročna interpretacija, moralna sodba in/ali predlog, kako obravnavati zadevo, o kateri teče beseda.« (Entman 2012, 99)

Spirala molka je teorija, ki trdi, da izražanje alternativnih mnenj neke manjšine lahko utiša mnenje večine. Razvila jo je Elisabeth Noelle-Neumann, ki trdi, da ljudje zavzemajo svoja lastna stališča v zadnjem trenutku, ker si želijo biti ,na strani zmagovalca'. Človek zelo trpi, ko spozna, da so mu drugi obrnili hrbet, obenem pa z veseljem izkoristi to šibko točko kot vajeti, da bi vladal nad drugimi. (Noelle-Neuman 2002, 40)

Individualno mnenje vplivne manjšine se prek medijev zelo pogosto ponavlja in s tem ustvarja vtis, da je to mnenje večine. Tako se hote vzbujata strah in nelagodnost pri drugače mislečih, ki so jih zaprli v spiralo molka. Ker nihče noče biti poraženec in hočejo biti vsi na zmagovalni strani, se jim ob tem ponuja roka, da sprejmejo javno mnenje kot svoje. (18–21)

Iz predstavljenih teorij vplivanja medijev smo oblikovali raziskovalno vprašanje tekstovne analize naslovov člankov: Katere besede najpogosteje nastopajo v naslovih? Kateri so najpogostejši besedni pari? Kakšna je mrežna povezanost najpogostejših besed?

### 3. Analitična shema in število analiziranih člankov

Analizirali smo 3735 člankov tiskanih, radijskih, televizijskih in spletnih medijev v štirih trimesečnih analitičnih obdobjih leta 2019. *Kliping d. o. o.*, Družba za spremljanje in analizo medijev, nam je vsak dan posredoval članke, v katerih je bila omenjena Cerkev. Relevantne članke smo analizirali prek analitične sheme oziroma vprašalnika v Excelovem dokumentu. Kvantitativne analize člankov smo izvedli s programom SPSS za vsako obdobje posebej, kvalitativne tekstovne analize naslovov člankov pa vse skupaj s programom T-LAB.<sup>2</sup> Analiza zaobjema časopisne članke, radijske in televizijske prispevke informativnega programa in spletne novice Slovenske tiskovne agencije (STA). Različne vrste besedil so v nadaljevanju poimenovane ,članki', tudi če so to radijska oziroma TV poročila. Zaradi lažje obdelave podatkov smo lokalne medije združili v naslednje kategorije: ,drugo – tisk', ,drugo – radio', ,drugo – TV' in ,drugo – web'.

Zanimalo nas je, kako slovenski mediji v naslovih svojih člankov predstavljajo Cerkev. Predpostavljamo, da uredniki dajo zadnjo besedo pri tem, kako bo neki

<sup>2</sup> Statistični program T-Lab (<http://www.tlab.it>) je celoten sklop jezikovnih, statističnih in grafičnih orodij, ki omogoča analizo besedila.

članek naslovljen, in da njihove reprezentacije Cerkve potencialno vplivajo na to, kakšne socialne reprezentacije o Cerkvi imajo ljudje.

Analiza je bila izvedena v štirih obdobjih. Prvo obdobje zaobjema 1246 člankov. Število člankov v tem obdobju je večje od drugih obdobj, ker smo analizirali tudi tiste članke, ki neposredno ne zadevajo Cerkve. S tem smo omogočili analizo tistih člankov, ki zadevajo vernost, religioznost, religije, islam, terorizem itd. Največji odstotek vseh analiziranih člankov je bil objavljen v lokalnih medijih oziroma kot ,drugo – tisk', v spletnem mediju Sta.si, v Dnevniku in v Delu.

V drugem obdobju je bilo analiziranih 516 člankov, to je za dve tretjini manj od prvega obdobja. Kakor je že bilo omenjeno, je bil v tem obdobju spremenjen kriterij izbire člankov za analizo: analizirani so bili samo tisti članki, ki neposredno opisujejo Cerkev, izpuščeni pa vsi tisti, ki opisujejo islam, pravoslavje, protestantizem ali druge religije brez povezave ali omembe Cerkve. Prav tako so bili izpuščeni kratki članki, ki bežno omenijo lokalni dogodek in obenem mimogrede še Cerkev. Največ člankov, analiziranih iz tega obdobja, je bilo v Sta.si, v Dnevniku, v Slovenskih novicah in kot ,drugo – tisk'.

V tretjem obdobju je bilo analiziranih 834 člankov. Drugače kakor v drugem obdobju je kriterij izbire člankov dopuščal tudi članke o župnijskih praznovanjih, ki so bili v drugem obdobju izključeni. V tem obdobju je bilo spet največ člankov objavljenih kot ,drugo – tisk', nato pa si sledijo še Sta.si, Dnevnik, Slovenske novice in Delo.

V četrtem obdobju je bilo analiziranih 1139 člankov. Kriterij izbire je bil enak kakor v tretjem obdobju in se je izkazal za najboljšega. V tem obdobju je bilo spet največ člankov kot ,drugo – tisk', v Sta.si, v Delu, v Dnevniku in v Večeru.

N	Obdobje 1	Obdobje 2	Obdobje 3	Obdobje 4
Delo	114	42	60	102
Demokracija	38	15	32	28
Dnevnik	125	75	78	97
Drugo – radio	13	15	21	20
Drugo – tisk	268	63	235	337
Drugo – TV	49	38	24	43
Mladina	35	16	20	18
Radio Slovenija	104	28	50	64
Reporter	34	20	36	24
Slovenske novice	56	34	73	76
Sta.si	176	65	83	155
Svet24	34	31	21	28
TV Slovenija	106	34	49	67
Večer	94	30	52	80
Drugo – web	0	10	0	0
Skupaj	1246	516	834	1139
			Skupaj vsi	3735

**Tabela 1:** Število analiziranih člankov po obdobjih glede na medij.

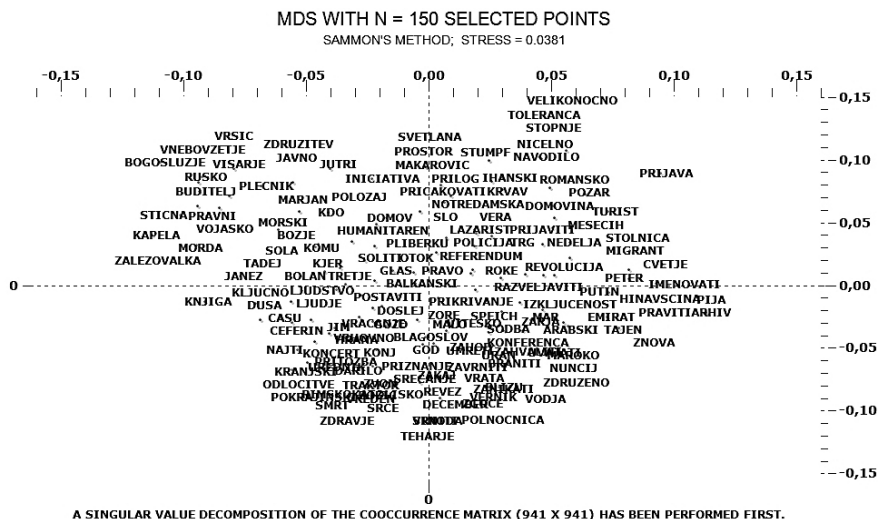
Iz tabele 1 je razvidno, da se število analiziranih člankov v štirih obdobjih precej spreminja. V prvem obdobju so bili analizirani vsi članki, v katerih je bila omenjena religija ali verska skupnost, tudi če niso bili neposredno povezani s Cerkvijo. V drugem obdobju so bili analizirani samo tisti članki, ki izključno opisujejo Cerkev. V tretjem in četrtem obdobju so bili vključeni še članki, ki so povezani s katerokoli temo (tudi necerkveno) in z lokalnimi dogodki, ki omenjajo Cerkev. Številčna različnost med prvim in tretjim oziroma četrtem obdobjem kaže na to, da Sta.si, Delo, Dnevnik, Mladina, Radio Slovenija, TV Slovenija in Večer poročajo o religioznih in verskih temah skoraj toliko kakor o Cerkvi: njene številke se v tretjem in v četrtem obdobju zmanjšajo za polovico. Takšnih sprememb pa ni med ‚drugo – tisk‘ (oz. lokalnim tiskom), ‚drugo – TV‘, Reporterjem in Demokracijo.

#### 4. Tekstovna analiza naslovov člankov

Tekstovna analiza naslovov je bila izvedena s statističnim programom T-LAB. Najpogostejše teme (*items*), ki smo jih predstavili, so sestavljene iz različnega števila lem. Kakor je razvidno iz tabele 2, je tema ‚papež‘ zastopana z največ lemmi.

#	Tema	N	#	Tema	N	#	Tema	N	#	Tema	N
1	papež	359	26	žrtev	51	51	dom	31	76	miren	24
2	biti	267	27	veliko	48	52	pozvati	31	77	obletnica	24
3	Cerkev	136	28	končati	48	53	migrant	31	78	nad	24
4	nov	115	29	božič	45	54	manj	30	79	pomagati	23
5	cerkveno	110	30	pred	45	55	Slovenec	30	80	govor	23
6	slovenski	104	31	zaradi	44	56	slovesnost	29	81	Koroška	23
7	spolno	104	32	danes	42	57	družina	29	82	kajati	23
8	sveto	101	33	teden	41	58	naj	28	83	delo	23
9	duhovnik	94	34	prvi	41	59	spomin	28	84	sprejeti	23
10	Vatikan	92	35	praznik	40	60	vse	27	85	romanje	23
11	zloraba	81	36	obnoviti	39	61	pedofil	27	86	zvon	23
12	Slovenija	77	37	začetek	39	62	dobrota	27	87	dva	22
13	otrok	73	38	svoje	38	63	akcija	26	88	arabski	22
14	obisk	66	39	vatikansko	37	64	imeti	26	89	pod	22
15	škof	65	40	sodišče	36	65	knjiga	26	90	orgle	22
16	katoliški	61	41	nadškof	35	66	Prekmurje	26	91	naše	22
17	kardinal	60	42	brez	35	67	niso	26	92	lahko	22
18	dnevni	60	43	Karitas	35	68	Ljubljana	26	93	ljudje	21
19	maša	60	44	finance	35	69	kriv	25	94	milijon	21
20	državno	57	45	pomoč	34	70	boj	25	95	nadškofija	21
21	župnik	56	46	blagoslov	33	71	stiska	25	96	praznovati	21
22	proti	54	47	Evropa	33	72	vrh	24	97	hrvaški	21
23	srečanje	54	48	drugače	32	73	človek	24	98	želja	21
24	mladi	54	49	življenje	32	74	dobrodelno	24	99	vsako	21
25	obsoditi	54	50	svetovno	31	75	evro	24	100	verniki	21

Tabela 2: Najpogostejše teme v naslovih ( $N > 20$ ).



Slika 1: Večdimenzionalno skaliranje vseh tem.

Najpogosteje so nastopale v naslovih analiziranih člankov teme, ki zadevajo pet področij Cerkev: Cerkev kot institucija (Cerkev, cerkveno, papež, Vatikan, Ljubljana, župnik, škof, kardinal, državno, Karitas); škandali (zlorabe, žrtev in obsoditi, pedofil, kriv, stiska, boj); aktivnosti (obisk, srečanje, praznik, obnoviti, blagoslov, življenje, dobrodelno, obletnica, pomagati, romanje, praznovati); finance (nov, veliko, finance, evro) in zakramenti (maša, sveto, blagoslov).

#### 4.1 Besedni korpus iz analiziranih naslovov člankov

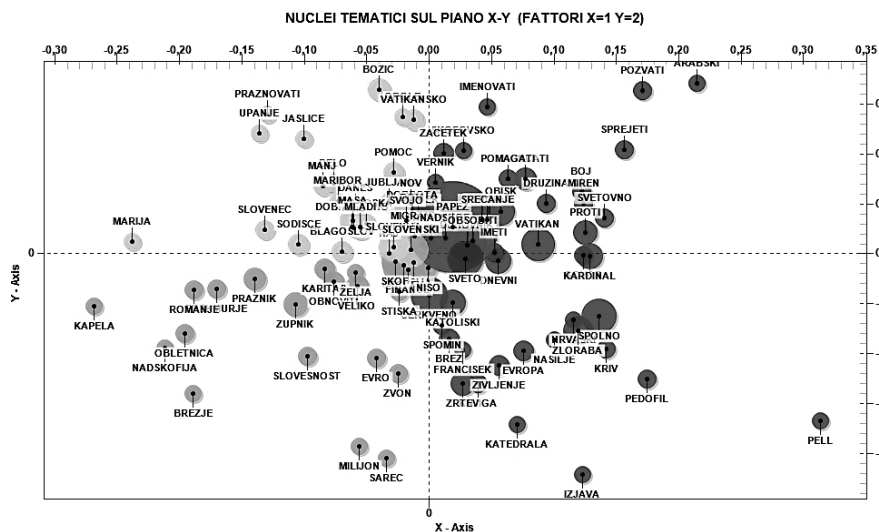
Besedišče naslovov vseh analiziranih člankov sestavlja 941 tem in 20 190 ponovitev. Slika 1<sup>3</sup> prikazuje medsebojno oddaljenost oziroma bližino tem, razporejenih po štirih kvadrantih. Glede na vsebino tem jih lahko poimenujemo z naslednjimi imeni: v prvem kvadrantu Cerkev v tujini (požar, notredamski, stolnica, cvetje ...), v drugem Cerkev v civilni javnosti (Plecnik, javno, združitev, Vršič, Višarje ...), v tretjem pozitivne aktivnosti v Cerkv (srečanje, god, odločitve, blagoslov, konj ...) in v četrtem negativni opis Cerkve (prikrivanje, sodba, zavrniti, braniti, izključenost ...).

Na sliki 2 vidimo najbolj izostren pogled na tematska jedra. Tudi tem kvadrantom lahko damo imena glede na teme, ki nastopajo: prvi kvadrant – Vatikan (Vatikan, svetovno, imenovati, pomagati, pozvati, arabski, srečanje, obisk, papež, nadškof ...), drugi kvadrant – Slovenija (Slovenec, sodišče, blagoslov, mladi, pomoč, Maribor, Ljubljana ...), tretji kvadrant – praznovanje in dobrodelnost (praznik, obletnica, slovesnost, želja, Karitas, evro ...) in četrti kvadrant – zlorabe (zloraba, spolno, žrtev, kriv, pedofil, kardinal, cerkveno, katoliški ...).

Povzamemo lahko, da avtorji medijskih člankov uporabo besed razvrščajo bipolarno v dve skupini. Prva bipolarnost je v tem, da Cerkev striktno delijo na Cerkev v tujini – Vatikan in Cerkev doma – Slovenija. Cerkev v tujini (notredamski,

<sup>3</sup> MDS – Multi Dimensional Scaling.





Slika 2: Tematska besedna središča.

Vatikan, svetovno, arabski, obisk, obsoditi, papež ...) je poleg tega še v diametralnem nasprotju z aktivnostmi v Cerкви – s praznovanji in z dobrotelno (priznanje, srečanje, blagoslov, praznik, obletnica, slovesnost, Karitas, evro ...).

Drugo bipolarnost določa negativni opis Cerkve v Sloveniji – zlorabe (konferenca, Zore, prikrievanje, sodba, braniti, izključenost, zloraba, spolno, žrtev, kriv, pedofil ...), ki je poleg tega v diametralnem nasprotju s temami Cerkve v civilni javnosti – Slovenija (Plečnik, javno, združitev, Slovenec, Maribor, Ljubljana ...).

#### 4.2 Teme v povezavi z besedami (lemami)

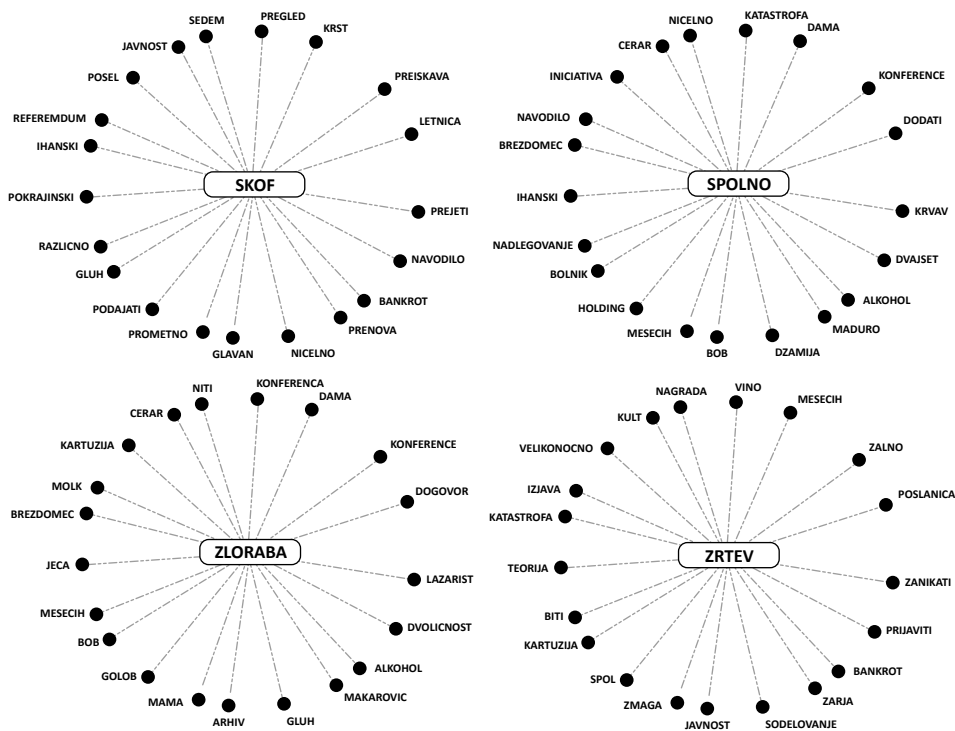
Zanimalo nas je, s katerimi besedami so povezane teme, ki v celotnem korpusu besed najbolj izstopajo, so najzanimivejše in tematsko povezane.

Na sliki 3 vidimo 12 radialnih diagramov. Najbolj relevantne teme (Slika 2) smo razporedili v štiri skupine.

Cerkev v tujini (kvadrant 1) je predstavljena v prvi vrsti s temami papež, Vatikan in obisk. Vsaka od tem je povezana s štirimi negativnimi besedami: papež (bati, bankrot, diskriminacija), Vatikan (dvoličnost, bankrot, hinavščina, nadlegovanje) in obisk (krvav, bankrot, peder, katastrofa). Druge izstopajoče teme so: begunec, arabski, arhiv, cvetje, heroj, emirat, kult, brezdomec, Japonska, ničelno. Te medijske teme časovno sovpadajo s političnimi agendami.

Cerkev doma (kvadrant 2), kakor vidimo v drugi vrsti, predstavljajo teme: slovenski, mladi in maša. Vsaka tema je povezana z vsaj tremi negativnimi besedami: slovenski (dvoličnost, diskriminacija, bankrot), maša (bankrot, gluhi, peder) in mladi (bankrot, tožilstvo, zavrniti). Druge izstopajoče teme v povezavi s Cerkvijo doma (slovenski, mladi, maša) so: ihanski, cvetje, akademija, Gržan, vojaško, nacionalen, obvezno, oratorij. Vse to so teme, ki jih podpira levi pol političnih strank.





Slika 3: Radialni diagrami povezanosti besed.

Cerkveno praznovanje (tretji kvadrant) je predstavljeno v tretji vrsti s temami: cerkveno, škof in župnik. Tudi v tej vrsti sta le dve temi povezani z negativnimi besedami: cerkveno (diskriminacija) in škof (bankrot). Druge izstopajoče teme v povezavi s cerkvenim praznovanjem so: čast, doživetje, bolnik, arhitekt, desnica, krst, javnost, shod itd.

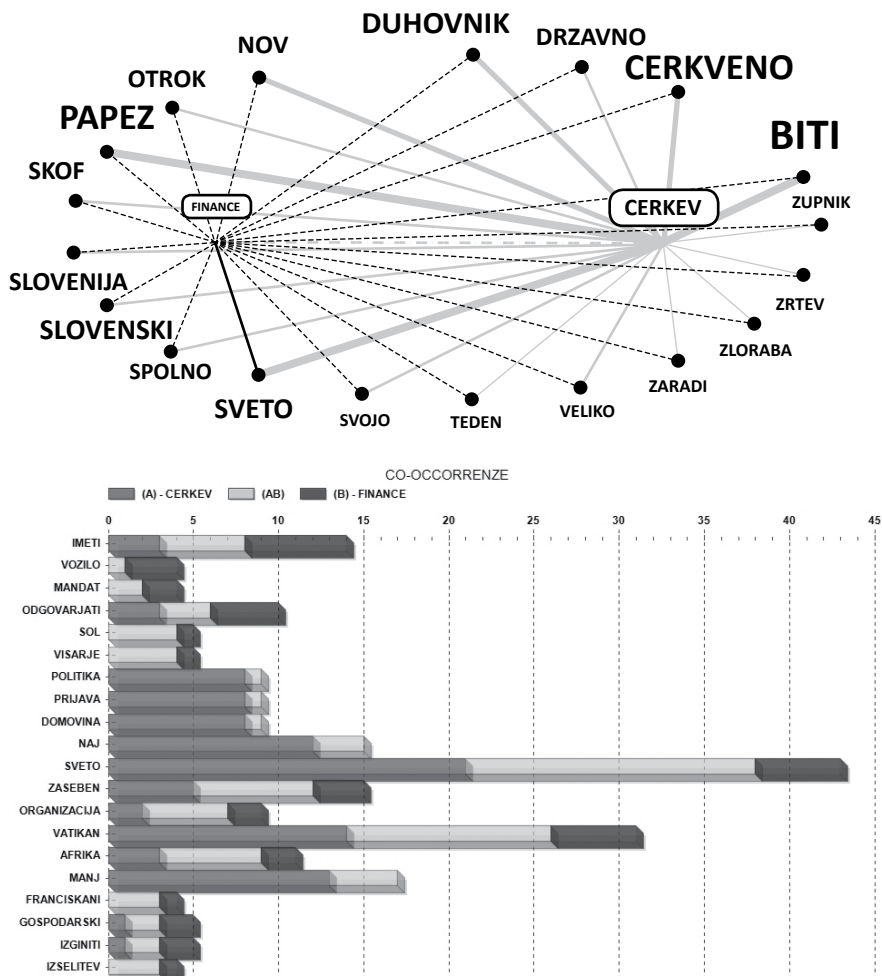
Zlorabe v Cerkev (kvadrant 4) so predstavljene v četrti vrsti s temami: spolno, zloraba in žrtev. Vsaka od tem je povezana s tremi negativnimi besedami: spolno (katastrofa, nadlegovanje, krvav), zloraba (molk, gluhi, alkohol) in žrtev (zanikati, prijaviti, bankrot). Druge izstopajoče teme v povezavi z zlorabami v Cerkev so: Cerar, alkohol, ječa, Golob, mamila, Makarovič, lazarist, konference, zmaga, teorija, izjava, kult, žalno itd.

Ob koncu lahko povzamemo, da so teme, ki so uporabljene v naslovih slovenskih medijev, ko govorimo o medijskem diskurzu o Cerkev, povsod zaznamovane z negativnimi besedami. Teme v povezavi s Cerkvijo v tujini imajo največ negativnih besed. Teme o Cerkev v Sloveniji so tudi močno zasičene z negativnimi besedami. Najmanj negativnih besed je pri opisu praznovanja in dobrot Cerkev. V medijskem diskurzu o zlorabah pa je pri izbranih temah povsod navzoč enak delež negativnih besed kakor med temami, ki jih najdemo v celotnem kvadrantu Cerkev v Sloveniji.

### 4.3 Besedne zveze

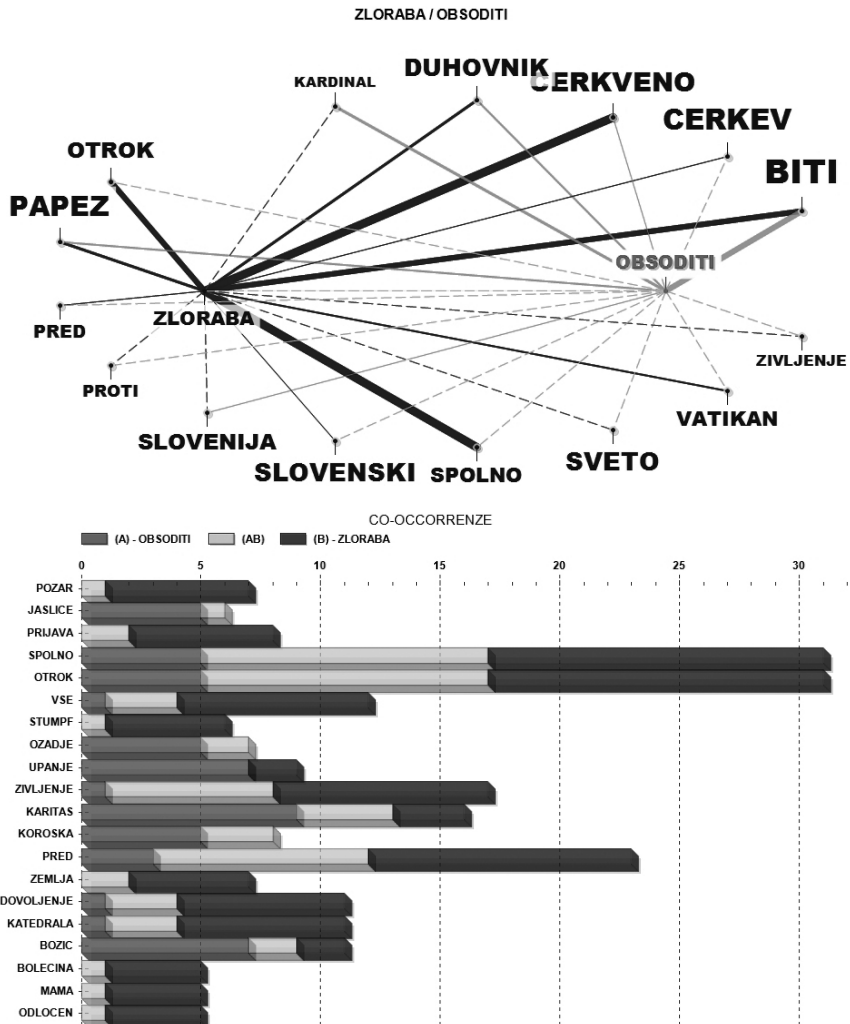
V tem poglavju smo izbrali tematske pare in ocenjevali, kako so tematski pari med seboj povezani z istimi temami. Izbrali smo tiste pare tem, ki bi dali več informacij o najpogostejših temah. V prvi vrsti smo zasledovali povezavo s temami financ in države (finance – Cerkev; cerkveno – državno), nato spolnost in spolne zlorabe (Vatikan – spolno; zloraba – obsoditi; obsoditi – duhovnik), potem povezavo s svetim (sveto – Cerkev), z nasprotovanjem Cerkvi (Cerkev – proti) in z duhovnikovimi odnosi (škof – duhovnik; otrok – duhovnik, duhovnik – sveto). Povsod prilagamo le po eno sliko.

Tematski par finance – Cerkev najbolj povezujejo teme: sveto, Vatikan, imeti, odgovarjati, zaseben in Afrika; cerkveno – državno pa najbolj povezujejo teme: spolno, miren, ozadje, mesto, revež, jaslice in blizu.



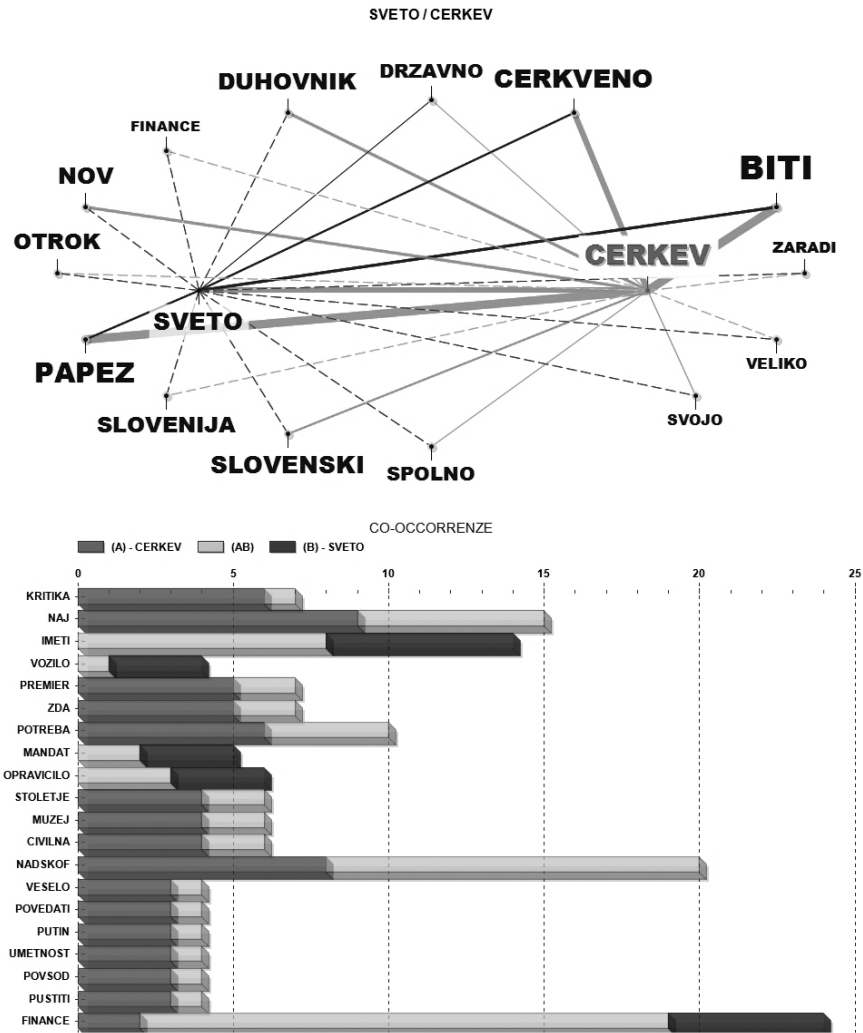
Slika 4: Tematski par finance – Cerkev.

Tematski pari, povezani z Vatikanom in s škandali, so: Vatikan – spolno (povezana z besedami Marija, prekmurski, revež); zloraba – obsoditi (povezana z besedami cerkveno, spolno, duhovnik, biti, sveto, Vatikan, Slovenija); obsoditi – duhovnik (povezana z besedami kardinal, škof, blagoslov, danes, razglasiti ...).



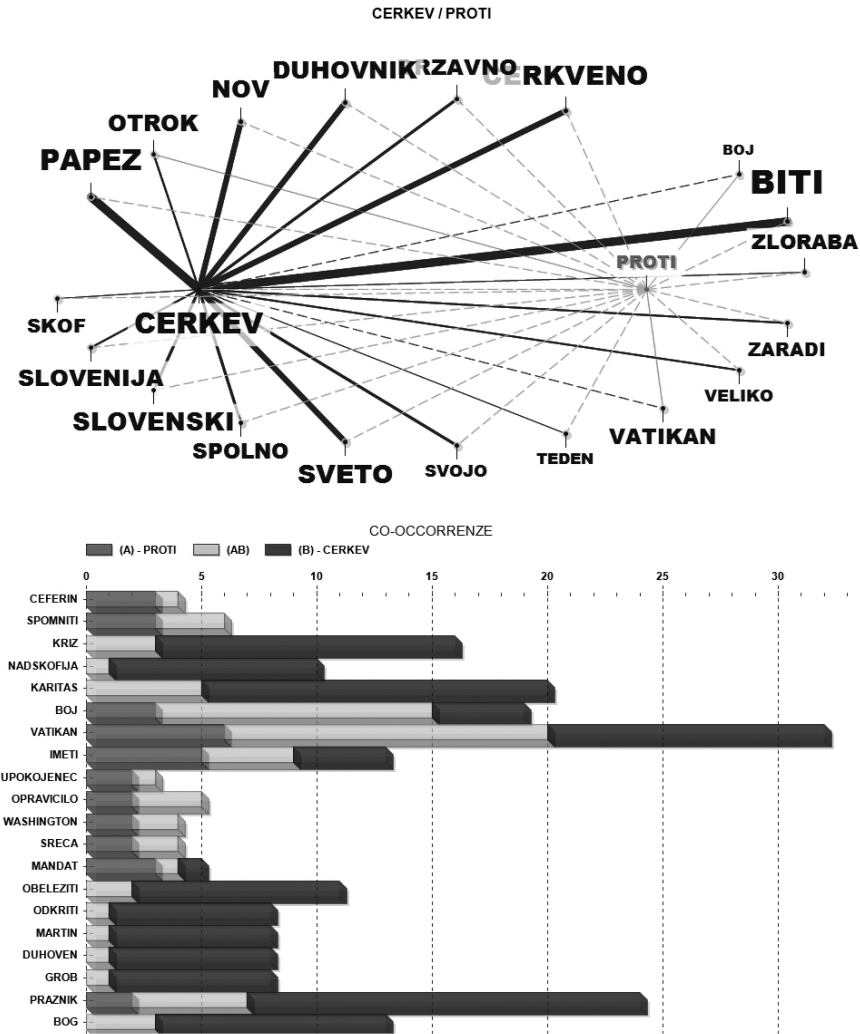
Slika 5: Tematski par zloraba – obsoditi.

Tematski par sveto – Cerkev najbolj povezuje tema finance.



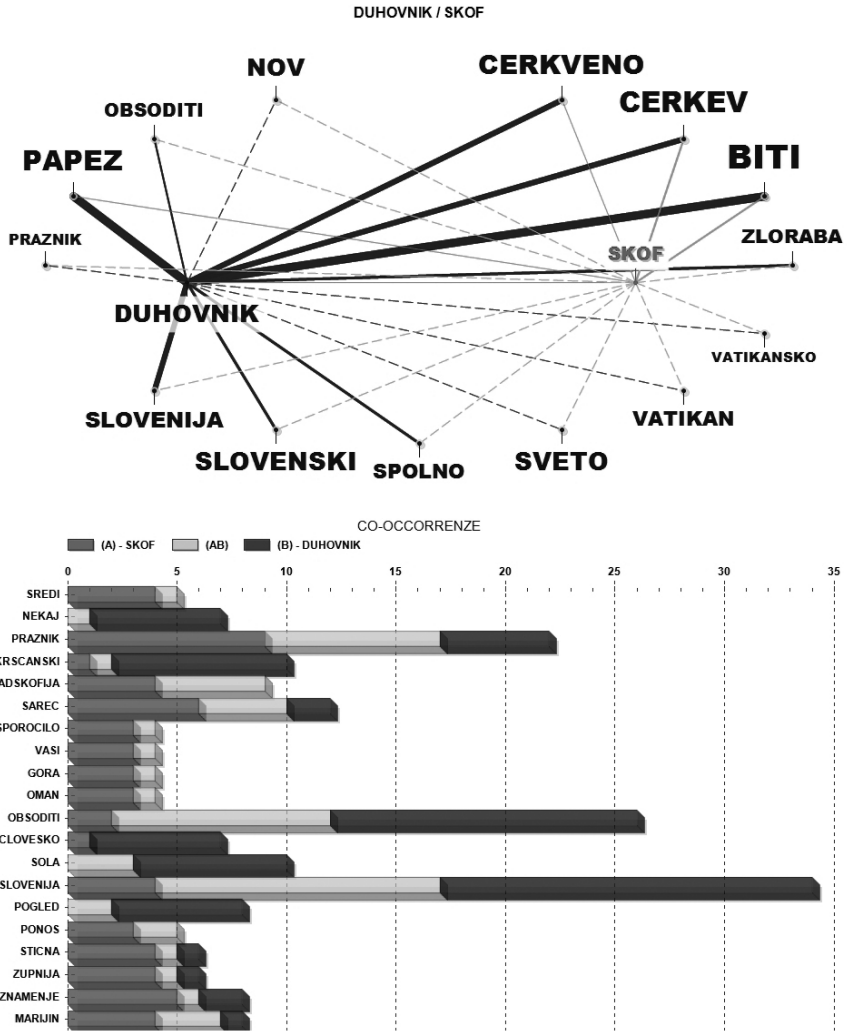
Slika 6: Tematski par sveto – Cerkev.

Tematski par Cerkev – proti najbolj zaznamujejo teme: boj, Vatikan, imeti in praznik.



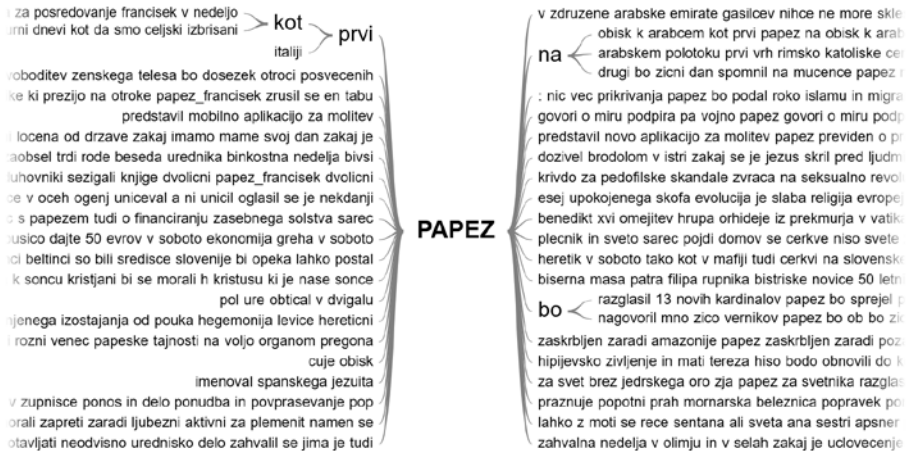
Slika 7: Tematski par Cerkev – proti.

Tematski par škof – duhovnik najbolj zaznamujejo besede: praznik, Šarec, obsoditi, Slovenija in Marijin. Tematskemu paru otrok – duhovnik so skupne teme: Evropa, nadškofija in nedelja. Tematski par duhovnik – sveto opredeljujejo teme: papež, Slovenija, finance, Evropa, znamenje in Martin.



Slika 8: Tematski par škof – duhovnik.





Slika 9: Analiza na podlagi konkordanc – papež.

Iz predstavljenih petih sklopov tematskih parov je razvidno, da slovenski mediji v naslovih člankov Cerkev povezujejo z državo in financami, pri tem pa se sklicujejo na Vatikan, imetje, odgovornost, reveže, jaslice, sveto itd. Zlorabe povezujejo z Vatikanom in se sklicujejo na duhovnike, na dogajanje v Sloveniji in v Vatikanu, na sveto, na kardinale in na škofe in uporabljajo glagola obsoditi in razglasiti. V naslovih medijev nastopata temi Cerkev in sveto, pri tem pa ju najbolj povezuje beseda finance. Temi proti in Cerkev sta najbolj zaznamovani z besedami: boj, Vatikan, imeti in praznik. Temo duhovnik, ki je v povezavi s temami: škof, otrok in sveto, zaznamujejo z besedami: obsoditi, Slovenija, papež, finance, Evropa, znamenje itd.

#### 4.4 Konkordance

Za predstavitev konkordanc ali besed oziroma pojmov s konkretno navedbo vseh mest v besedilih člankov, ki jih zadevajo, smo izbrali tiste, ki opisujejo Cerkev v tujini, Cerkev v Sloveniji in očitke Cerкви. Med njimi so besede: papež, Vatikan, Zore, Slovenija, spolne zlorabe, žrtev, sodišče in proti. Iz vseh treh sklopov so rezultati bolj negativni kakor pozitivni. K besedilu prilagamo le en zgled (Slika 9).

V povezavi s Cerkvijo v tujini smo izbrali besedi papež in Vatikan. Beseda papež je navzoča v največ temah o Cerкви, največkrat je v povezavi s temami: o spolnih zlorabah, o obiskih, o imenovanjih oseb na pomembne funkcije, o odstopih, o pozivih itd. Beseda Vatikan se najpogosteje povezuje s temami: obisk, kardinal, konferenca, srečanje, danes, korupcija, jaslice itd.

V povezavi s Cerkvijo v Sloveniji smo izbrali besedi Zore in Slovenija. Prva je povezana z besedami: nadškof, zmaga svetlobe, veliki petek, škofovska konferenca v Vatikanu, vrhovno sodišče, družina, pri nas ne vidi pedofilskega omrežja, ljubljanska stolnica, spolne zlorabe, kritičen do politike itd., druga pa z besedami: imenovanje novega nuncija, največje orgle, samostojna itd.

V povezavi z očitki Cerкви smo izbrali besede: spolne zlorabe, žrtev, proti in sodišče. Besedno zvezo spolne zlorabe mediji povezujejo: s papežem, s Cerkvijo, z

žrtvami, s prijavami in s prikriivanji. Beseda žrtev ni povezana le s spolnimi zlorabami, civilno iniciativo, trpljenjem, zaščito, domnevanji, preziranjem, ampak tudi z drugimi temami, kakor so prometne nesreče, medvojno in povojno nasilje. Tema proti zadeva tako pozitivne kakor negativne besede: proti evtanaziji, proti zlu, proti ravnanju vlade z migranti, proti korupciji, pedofilom, Cerkvi, propadu, podnebnim spremembam, izkoriščanju, režimu, ukrepa proti, tožilka umaknila obtožnico proti, protest proti, boj proti, tožbe proti, uporništvo proti.

Iz predstavljenih konkordanc lahko povzamemo, da ima tema papež najštevilnejšo mrežo besed. Skoraj povsod so navzoče negativne besede. V konkordancah besede ‚proti‘ odkrijemo, da je Cerkev proti evtanaziji, proti zlu, proti ravnanju vlade z migranti, proti korupciji itd. Seveda ne manjka negativnih povezav: proti patru, proti obsodbam, proti Cerkvi itd. V večini zgledov je pomembna negativna raba besede proti in s tem negativna reprezentacija Cerkve.

## 5. Raziskovalna vprašanja in skladnost analiziranih podatkov s teorijami

Iz predstavljenih analiz je mogoče razbrati: medijska etiketiranost Cerkve je privedena do te mere, da so negativne reprezentacije o njej postale nekaj, na kar se je občinstvo navadilo. Hkrati so s tem Cerkvi odvzeti dobro ime, kredibilnost in smiselnost oznanjevanja evangelija, ki temelji na zapovedi ljubezni do Boga in do bližnjega. Občinstvo kritizira medije in jim verjame zelo malo (Kraner 2019), hkrati pa jih finančno podpira. Občinstvo ima moč in lahko zahteva spremembe v posameznih medijih (Losito 2003; 2007). Potrditev tega so odgovori na raziskovalna vprašanja v povezavi z najpogosteje ponavljajočimi se besedami v naslovih, z najpogostejšimi besednimi pari in z mrežno povezanostjo najpogostejših besed, to pa kaže, da so predstavljene teorije medijskih vplivov močno navzoče v člankih in v naslovih člankov in se ujemajo z medijskimi reprezentacijami.

Slovenski mediji v naslovih člankov, ki so povezani s Cerkvijo, izrazito poudarjajo nekatere teme in praviloma ponavljajo besede zloraba, proti, kriv, pedofil, obsoditi, žrtev, stiska itd. V naslovih člankov Cerkev povezujejo z nekaterimi temami in jo etiketirajo s posameznimi besedami: temo finance izstopajoče poudarjajo besede imetje, odgovornost, reveži, jaslice in sveto; temo zlorabe povezujejo z Vatikanom, z dogajanjem v Sloveniji in v Vatikanu, s svetim, s kardinali in s škofi, sklicujejo se na temo duhovnik in uporabljajo glagola obsoditi in razglasiti; temo sveto povezujejo z besedo finance; temo proti povezujejo z besedami boj, Vatikan, imeti in praznik; teme duhovnik, škof, otrok in sveto povezujejo z besedami obsoditi, Slovenija, papež, finance, Evropa in znamenje. Iz celotne mreže besed smo ugotovili, da se povezujejo v štiri glavne skupine: Cerkev v tujini (Vatikan), pozitivne aktivnosti v Cerkvi (praznovanja), negativni dogodki v Cerkvi (zlorabe), Cerkev in slovenska javnost (umetnost, zgodovina).

Glede na omenjene teorije so to zgledi izražanja alternativnih mnenj neke manj-

šine, ki želi s pomočjo medijev utišati mnenje večine (Noelle-Neuman 2002, 40). Elementi teorije spirale molka so navzoči tudi v drugih zgledih in so evidentni na prikazanih slikah, razen pri temah, ki govorijo o praznovanju, o blagoslovih in o obnovitvah, pri katerih je navzoče minimalno število negativnih besed. Povsod drugod je koncentracija negativnih besed velika. Takšen način opisovanja dela Cerkve namerno v občinstvu vzbuja občutek: »Bolje biti tiho kakor pa drezati.« Takšen pristop se v teh zgledih pritiska ujema s teorijo o spirali molka, vendar je za Cerkev neugoden, saj večina katoličanov pomisli, da imajo mediji prav.

Ko postanejo zadeve medijskega diskurza o Cerkvi povezane s temami finance, zlorabe, politika, se z lahkoto doseže konflikt med javnostmi. Omenjene teme so bile v analiziranih člankih postavljene hierarhično najvišje, nastopale so v vnaprej načrtovanih obdobjih in bile usklajene z dogajanjem na politični sceni. Zato tukaj govorimo o prednostnem tematiziranju (*agenda-setting*) ali teoriji prednostnega tematiziranja (Dearing in Rogers 2012, 42).

V naših tekstovnih analizah smo ugotovili, da mediji v izbor novic vključujejo in poudarjajo naslednje: papež, Zore, žrtev, sodišče, otrok, proti, kardinal, Vatikan, spolne zlorabe. Razvidno je: mediji želijo vplivati na človeško zavest tako, da izbirajo nekatere vidike realnosti in jih naredijo bolj izstopajoče v posredovalnem tekstu, poudarijo nekatere definicije problemov, vzročno interpretirajo, moralno sodijo (Entman 2012, 99).

Na podlagi te analize lahko potrdimo, da je pri reprezentiranju Cerkve v slovenskih medijih navzoče prednostno tematiziranje (*agenda-setting*), okvirjanje (*framing*) in vplivanje na javno mnenje z učinkom spirale molka (*spiral of silence*).

Z ene strani Cerkev sama daje medijem dovolj gradiva za pisanje o njenih neopravičljivih napakah (na področju financ), z druge strani pa mediji očitno poudarjajo njene napake tako, da jih je mogoče razumeti kot razpihovanje sovraštva do katoličanov in kot etiketiranje katoličanov kot drugorazrednih državljanov. Nekateri novinarji Dela, Večera in Dnevnika, na primer, v svojih člankih še vedno omenjajo 'cerkveni finančni holding', 'cerkvena zvonova' itd., čeprav že skoraj desetletje Cerkev ni lastnik. Drugi primer je način pisanja novinarjev o spolnih škandalih v Cerkvi, ki se je ob nastopu civilne iniciative Dovolj je v večini člankov spustil pod nivo novinarskega poročanja. Tretji primer je zadeva Strehovec, ko v informativnih člankih zaznamo neke vrste oglaševanje organizacije oziroma gibanja, ki je s svojimi vrednotami diametralno nasprotno Cerkvi, s tem pa tudi večini državljanov Republike Slovenije, ki so katoliške veroizpovedi. Opazno je podcenjevanje katoliških vrednot, po drugi strani pa minimalno poročanje o izidu tožb, v katerih so sodišča potrdila, da je bilo Strehovčevo ravnanje pravilno, ali pa govorimo celo o zanemarjanju poročanja, kakor se je jasno pokazalo takrat, ko so neznanci generalnemu tajniku SŠK z grafiti po ljubljanskih ulicah javno grozili s smrtjo.

Več kakor očitno je, da pozitivna sporočila, ki jih želi v javnost posredovati Cerkev (npr. izjave za javnost komisije Pravičnost in mir), ne prodrejo dlje kakor do majhnega deleža katoliške javnosti prek katoliških medijev, civilni mediji pa teh sporočil ne objavijo.

## 6. Sklep in izzivi za prihodnost

Poudarjeno negativno pisanje o Cerkvu in povezovanje pomembnih vsebin katoliškega nauka z negativnimi temami vplivata na notranja stališča občinstva, saj jim preustvarjata merila za vrednotenje. Takšne reprezentacije o Cerkvu nikogar ne privlačijo, ker vzbujaajo notranji odpor do Cerkve, negativna stališča do nje in celo zapušanje Cerkve. Pri spremljanju teh tem nekdo lahko hitro sklenu, da je vse, kar je povezano s Cerkvijo, negativno. V verskih uslužbencih in v vernikih se vzbuja strah pred tem, da bi razmišljali drugače od javnega mnenja (Vodičar 2020, 258). Svoje nestrinjanje so pripravljani povedati v zaprtih krogih ali prek verige elektronskih sporočil, nikoli pa se ne upajo izpostaviti v medijih (razen posameznikov). Mediji so uspešni, saj dosegajo želeni učinek v treh stopnjah: najprej vplivajo na spremembo mišljenja, potem na notranja stališča in nazadnje na vedenje. Ker je opazen umik vernikov iz prostora Cerkve, je mogoče sklepati, da imajo tudi na to vpliv mediji. To vprašanje ostaja odprto in bi ga bilo treba v prihodnje tudi poglobiti in raziskati.

Ob koncu ugotavljamo izjemno učinkovitost medijev, uvodoma pa smo izpostavili pasivno delovanje Cerkve in njeno neučinkovitost. Zastavlja se vprašanje, kje je glavni vzrok za neučinkovitost pastoralnega delovanja Cerkve.

Ob tem se navezujemo na Dullesa in na njegovih pet modelov Cerkve: institucionalni model, ko je Cerkev razumljena kot popolna družba; skupnostni ali ‚občestveno-udeležbeni‘ model, ki povzdiguje občestvo ter znotrajcerkveno in zunajcerkveno soudeleženosť; zakramentalni ali ‚skrivnosťno-ritualni‘ model, ki daje prednosť verski praksi in tudi Cerkev obravnava kot zakrament; misijonarski ali ‚doktrinalno-kerigmatični vidik‘, ko ima Cerkev vlogo oznanjevanja in poslušanja Besede; sekularno-dialoški model, ki je po eni strani zaznamovan s svojim sprejemanjem, to pomeni, da je ‚dialoško odprt‘ in poudarja dialog s sodobnosťjo, po drugi strani pa je zaznamovan z delovanjem, je torej ‚diakonalno-aktivistični‘ model, ki postavlja v ospredje evangeljsko služenje, predvsem najmanjšim in zapostavljenim (Midali 2005, 373–374). Dulles razloži vsakega od modelov z uporabo sedmih kriterijev, na podlagi katerih oceni vsak model posebej. Kriteriji so naslednji: spisi kot temelj; krščanska tradicija kot temelj; zmožnosť dati članom družbeno identiteto in poslanstvo; težnja po širjenju krščanskih vrednosť; ujemanje z versko izkušnjo današnjih ljudi; teološka rodovitnosť; rodovitnosť, ki člane Cerkve naredi zmožne, da vstopijo v pozitivni odnos z osebamii zunaj skupine (Dulles 2005, 227).

Ob koncu Dulles izpostavi, da z dajanjem prednosťi nekemu določenemu modelu jasno stopijo v ospredje tudi točno določeni tipi oseb: duhovniki imajo raje institucionalni model, zagovorniki ekumenizma so naklonjeni modelu Cerkve kot mistične skupnosťi, spekulativni teologi se navdihujejo pri zakramentalnem modelu, biblicisti in pastoralisti pri misijonarskem modelu, osebe, ki so vključene v sekularne dejavnosťi, pa raje vidijo sekularno-dialoški model Cerkve (228).

Naša raziskava potrjuje, da mediji najprej opazijo le vidne zadeve znotraj Cerkve in jih po potrebi dodatno negativizirajo tako, da so v skladu s tematskimi po-

udarki. Cerkev v Sloveniji se v javnosti kaže preveč kot institucija, premalo pa kot skupnost, ki si pomaga, ki pomaga drugim, ki drži skupaj. Rezultat obojega so negativne socialne reprezentacije Cerkve. Bolj bo Cerkev pri svojem delovanju vztrajala pri institucionalnem modelu, več bo negativnih reprezentacij v medijih, več odpora bo doživljala pri cerkveni in pri civilni javnosti. Da bi se trend zmanjševanja števila ljudi v Cerkvi obrnil, bo potreben večji poudarek na skupnostnem, zakramentalnem in dialoškem modelu.

## Kratice

- CS** – Drugi vatikanski cerkveni zbor 2004 [pastoralna konstitucija O Cerkvi v sedanjem svetu / *Gaudium et spes* (1965)].
- PIP** – Slovenska škofovska konferenca 2012 [Pridite in pogledjte].
- SPAD** – Société Pour l'aviation et ses dérivés.
- SPSS** – Statistical Package for Social Science.
- SŠK** – Slovenska škofovska konferenca.
- T-LAB** – Text Laboratory.

## Reference

- Cobb, Roger, Charles Elder.** 1983. *Participation in American politics: The Dynamics of agenda-building*. Baltimore: Johns Hopkins University Press.
- Dearing, James W., in Everett M. Rogers.** 2012. Agenda setting. V: Breda Luthar in Dejan Jontes, ur. *Mediji in občinstva*, 41–97. Ljubljana: Založba FDV.
- Drugi vatikanski cerkveni zbor.** 2004. Pastoralna konstitucija o Cerkvi v sedanjem svetu. V: *Koncilski odloki*, 570–667. Ljubljana: Družina.
- Dulles, Avery.** 1994. Religion and the News Media: A Theologian Reflects. *America*, št. 9, 6–9.
- . 2005. *Modelli di chiesa*. Padova: Messaggero di sant'Antonio.
- Entman, Robert M.** 2012. Okvirjanje: Poskus razjasnitve razpršene paradigme. V: Breda Luthar in Dejan Jontes, ur. *Mediji in občinstva*, 99–108. Ljubljana: Založba FDV.
- Hall, Stuart, Jessica Evans in Sean Nixon.** 2013. *Representation*. London: The Open University SAGE.
- Kraner, David.** 2018. Katoliška govornica pred sodobnimi izzivi. *Tretji dan* 47, št. 3/4:83–90.
- . 2019. *Le rappresentazioni sociali della Chiesa Cattolica in Slovenia*. Rim: LAS.
- Losito, Gianni.** 2003. *Il potere del pubblico: La fruizione dei mezzi di comunicazione di massa*. Rim: Carocci.
- . 2007. *Il potere dei media*. Roma: Carocci.
- Midali, Mario.** 2005. *Teologia pratica*. Zv. 1, *Cammino storico di una riflessione fondamentale e scientifica*. Roma: LAS.
- Noelle-Neumann, Elisabeth.** 2002. *La spirale del silenzio: Per una teoria dell'opinione pubblica*. Roma: MELTEMI.
- Sarah, Robert.** 2019. *Proti večeru gre in dan se je že nagnil*. Ljubljana: Družina.
- Slovenska škofovska konferenca.** 2012. Pridite in pogledjte: Slovenski pastoralni načrt. Ljubljana; Celje: Društvo Mohorjeva družba.
- . 2020. Izredna navodila slovenskih škofov za preprečevanje širjenja COVID-19: odpoved svetih maš do preklica. Slovenska škofovska konferenca, 13. 3. <https://katoliska-cerkev.si/izredna-navodila-slovenskih-skofov-za-preprečevanje-sirjenja-koronavirusa-covid-19-odpoved-svetih-mas-do-preklica> (pridobljeno 13. 3. 2020).
- Vodičar, Janez.** 2020. Kritika sekularizacije: tradicija kot pot do trdožive prihodnosti. *Bogoslovni vestnik* 80, št. 2:253–266.