

Sveučilište u Zagrebu

Filozofski fakultet

Odsjek za etnologiju i kulturnu antropologiju

Odsjek za sociologiju

**ODNOS RELIGIJE I MEDIJA:
PRIMJER SCIJENTOLOGIJE U HRVATSKOJ**

Diplomski rad

Ime i prezime studentice: Petra Mađerčić

Mentor: dr. sc. Marijana Belaj, izv. prof.
Komentor: dr. sc. Krunoslav Nikodem, izv. prof.

Zagreb, svibanj, 2014.

SADRŽAJ

1. Uvod	1
2. Ciljevi, hipoteze i svrha rada.....	3
3. Metodologija	4
4. Teorijska polazišta	6
4.1. Novi religijski pokreti.....	6
4.2. Scijentologija	8
4.2.1. Osnivač scijentologije	9
4.2.2. Osnovni pojmovi scijentologije	10
4.2.3. Osam dinamika	10
4.2.4. Thetan, um i tijelo	11
4.2.5. Bol i primjena scijentologije	13
4.2.6. Procesiranje ili auditing	13
4.2.7. Misija scijentologije	15
4.3. Scijentologija i korištenje medija.....	16
4.4. Kritika scijentologije	20
5. Mediji.....	22
5.1. Mediji i stereotipizacija novih religijskih pokreta.....	24
6. Istraživanja odnosa religije i medija	27
6.1. Istraživanja odnosa religije i medija u Hrvatskoj.....	32
7. Rezultati istraživanja	34
7.1. Rezultati istraživanja dnevnih novina.....	34
7.2. Rezultati dobiveni intervjui.....	38
7.3. Studija slučaja televizijske emisije.....	44
8. Rasprava	50
9. Zaključak.....	57
10. Literatura.....	58
11. Novinski izvori.....	62
12. Prilozi	68

SAŽETAK

Odnos religije i medija bio je predmet mnogih socioloških i kulturnoantropoloških istraživanja koja su većinom fokusirana na odnos medija prema religiji te na načine na koje religijske zajednice koriste medije. Rad se bavi sličnim pitanjima na primjeru scijentologije u Hrvatskoj. Naime, od svog službenog djelovanja u Hrvatskoj, 2000. godine, scijentologija je rijetko bila predmet istraživanja akademskih krugova i pripadnika medija. Stoga, sa sigurnošću se može konstatirati kako je scijentologija nedovoljno diskutirana i istražena tema na području Hrvatske. Jedan od ciljeva rada jest istražiti prezentiraju li mediji u Hrvatskoj scijentologiju izvan ili unutar stereotipa o novim religijskim pokretima. Također, nastoji se istražiti je li korištenje slavni osoba u promociji scijentologije inovativno? Metode istraživanja su analiza sadržaja dviju dnevnih novina, polustrukturirani intervju s trima pripadnicima medija i jednim pripadnikom scijentologije i studija slučaja provedena na primjeru televizijskih emisija. Dobiveni rezultati ukazuju na činjenicu kako se pripadnici medija, osim pojedinih iznimaka, prilikom izvještavanja o scijentologiji fokusiraju na inozemnu prostornu dimenziju te nude, većinom stereotipizirajuća izvještavanja. U budućim istraživanjima, potrebno je osvrnuti se na opseg medijskog oslanjanja na inozemne izvore te dodatnom analizom sadržaja obuhvatiti sve medije koji su izvještavali o scijentologiji. Inovativnost scijentološkog korištenja medija u obliku centara za slavne osobe u Hrvatskoj nije uočena. Kanali širenja scijentologije većinom su ograničeni na Dijanetički centar i Misiju scijentološke crkve u Zagrebu. S obzirom na poteškoće prilikom analiziranja pozicije slavni osoba i njihove upotrebe u svrhu promocije, rad upućuje na potrebu istraživanja fenomena na hrvatskim prostorima. Zaključno, rad je osvijetlio činjenicu kako se o scijentologiji, četrnaest godina nakon pojave u Hrvatskoj, nedovoljno izvještava te se koristi neadekvatnim izvorima.

Ključne riječi: *scijentologija, mediji, upotreba medija, stereotip, slavne osobe, Hrvatska*

SUMMARY

Media and religion were a subject of many sociological and anthropological studies which were mainly focused on media representation of religion and the use of the media by the religious groups. This paper describes similar relations on the example of scientology in Croatia. Since its official appearance in Croatia, scientology was

rarely a subject of academic or media research, so it is safe to say it isn't a discussed or researched enough domain. The purpose of this paper is to research whether media in their representations of scientology use the stereotypical frame and whether the scientologist use of the media is innovative apropos use of celebrity people for promotion. The methods used for the research were media content analysis of two daily newspapers, interview with three media members and one member of scientology and case study of television programs. The first hipothesis was confirmed in the results - media members, in their representations of scientology, use foreign reports on scientology which are often stereotypical. In future studies, it is necessary to discuss the extent of media reliance on foreign reports on scientology. Appropriate method would be additional media content analysis. Furthermore, scientologist use of the media isn't innovative and it is limited to the Dianetic centre and the Mission of Scientology church in Zagreb. Due to difficulties of Croatian celebrity status analysis, the paper takes future research of that domain in consideration. To conclude, this paper highlights facts of insufficient media coverage of scientology and use of inadequate sources.

Key words: *scientology, media, media use, stereotype, celebrity, Croatia*

1. Uvod

Pitanjem religije bavili su se mnogi etnolozi i kulturni antropolozi te sociolozi. Iz različitih su očišta razmatrali ulogu religije od funkcije integratora društva kao i čimbenika razdvajanja u slučajevima kada, prema Juergensmeyeru (2004) ¹, personalizira konflikt te je uparena s nacionalizmom ili političkim konfrontacijama do uloge tumača pitanja i problema koje nijedan drugi sustav nije bio u mogućnosti elaborirati. Stewart Hoover na početku knjige *Religion in the Media Age* ističe da „kako sve više zalazimo u dvadesetprvo stoljeće, tako se čini da se religija i mediji sve više povezuju“ te da „veliki dio suvremene religioznosti i duhovnosti upoznajemo upravo preko medija“ (Hoover 2006a: 1). Religija je stoljećima izvor simbola i daje značenje društvu, no u današnje doba i masovni mediji² - tiskani, elektronički i novi mediji poput interneta sve više dobivaju značaj u društvu (Montes 2011: 65).

Unatoč tome što u moderno doba nije više u središtu društva, religija i dalje ima određenu funkciju te se prilagođava društvenim promjenama (Acquaviva i Pace 1996: 48-49). Proces sekularizacije mnogi autori shvaćaju kao smanjenje društvene funkcije crkvene religije u modernom svijetu, odnosno oslobođenje pojedinca od crkvenih ustanova i stjecanje neovisnosti. Unatoč takvim shvaćanjima, sekularizacija ne označava iskorjenjivanje iz čovjeka potrebe za religijskim iskustvom, već, naprotiv, generira procese revitalizacije i religijske inovacije (Acquaviva i Pace 1996: 154-155). Revitalizaciji i religijskoj inovaciji pridonio je i proces globalizacije koji promovira slobodu pojedinca, individualnost te mogućnost izbora. Time se značaj religije povećava te tijekom 60-ih i početkom 70-ih godina 20. stoljeća dolazi do porasta novih religijskih pokreta. Prema Jukiću (1997) i Nikodemu (2004a), porastu pridonose, već spomenut, koncept globalizacije i koncept postmodernističkih kretanja prema pluralitetu vjerovanja, individualizmu te nepovjerenju prema institucijama.

¹ <http://www.juergensmeyer.com/?q=node/7>, 5.5.2014.)

² U tiskane medije ubrajaju se, osim knjiga, dnevna, tjedna, polumjesečna ili mjesečna periodika (novine, magazini, časopisi); u elektroničke medije radio i televizija; novi medij je internet (Lipovčan 2003: 911-912)

Novi religijski pokreti su tematika koja je u zadnja tri ili četiri desetljeća privlačila pažnju kulturnih antropologa i sociologa religije koji su se bavili njihovim razvojem, klasificiranjem, načinom na koji ljudi postaju članovi pokreta te značenjima i ulogama koje imaju u suvremenom svijetu (Hunt 2003: 106). Svojim porastom, pokreti se pomiču prema središtu pažnje medija koji imaju veliku ulogu prilikom predstavljanja novih religijskih pokreta široj javnosti. U suvremeno doba, mediji ne obnašaju samo svoju primarnu funkciju, što je prenošenje obavijesti, već njihova moć jača i postaju kreatori javnog mnijenja (Šundalić i Heteši 2006: 273). Prema McQuail, mediji predstavljaju resurs moći te su dominantan izvor definicija i slika društvene stvarnosti pojedinaca (McQuail, 1988: 3-4), stoga način na koji mediji tretiraju religije upućuje na njihov status u suvremenom društvu. Moć medija da beznačajno može pretvoriti u značajno, nepoznato u poznato i obratno od velike je važnosti za nove religijske pokrete koje mediji mogu s margina uvesti u širu javnost, no isto tako ih tamo i ostaviti (Šundalić i Heteši 2006: 273). U tom kontekstu vrlo je važno naglasiti kako postoji nedostatak informacija o religijskim temama u *mainstream*³ medijima. Iz nedostatka medijskog izvještavanja o predmetu religije i čestog korištenja negativnog okvira prilikom diskutiranja o religijskim pitanjima, proizlazi rasprava o odnosu religije i medija (Montes 2011: 65). Prema Montes, pitanja koja se odnose na vezu između medija i društva te utjecaja medija na javno mnijenje često su tema istraživanja u akademskim krugovima. No, pitanja koja se odnose na način na koji mediji izvještavaju o predmetu religije i njegovu utjecaju na društvo, često su zapostavljena u istraživanjima. Kada se razmotri sve navedeno, postaje jasno kako je prijeko potrebno istražiti ulogu medija prilikom kreiranja znanja javnosti o novim religijskim pokretima. Također, bitno je i istražiti kako i na koji način mediji kreiraju platforme kojima se religijske zajednice mogu koristiti kako bi si priskrbile glas u društvu (Montes 2011: 65).

³ Mainstream mediji su oni mediji čiji se sadržaj prenosi najbrojnijim kanalima te se smatra kako stoga najviše utječu na javno mnijenje i akcije publike. Pod njih se najčešće ubrajaju novine i emitirajući mediji, a njih i sadržaj njihovih proizvoda posjeduje i kontrolira nekoliko bogatih i prosperitetnih industrijaliziranih nacija, najčešće zapadnih. Sadržaj medijskih proizvoda za distribuciju širom svijeta kreiraju upravo te nacije i u proizvode utiskuju zapadne vrijednosti (Croteau i Hoynes 2003:343-355). No, u kojim dijelovima svijeta će publika zaprimiti poruke ovisi o ekonomskoj nejednakosti, a kako će poruke tih proizvoda biti interpretirane te potencijalno alterirane uvelike ovisi o kulturnim vrijednostima primatelja poruka (Croteau i Hoynes 2003:359-360).

2. Ciljevi, hipoteze i svrha rada

Društvene i humanističke znanosti odnos religije i masovnih sredstava priopćavanja razmatraju kroz pitanja kako religijske skupine koriste masovne medije te kako se masovni mediji odnose spram religijskih pojava (Acquaviva i Pace 1996: 171), a sličnim pitanjima bavit će se i ovaj rad. Rad je fokusiran na primjer scijentologije jer je od svog osnivanja, 1953. godine, bila predmet mnogih kontroverzija, između ostalog, i zbog svog odnosa prema medijima.

Aktivnosti Misije scijentološke crkve poput uvodnih predavanja, prevođenja literature i sl., u Hrvatskoj započinju 1990-ih godina, a Misija službeno djeluje od 2000. godine (Marinović Bobinac i Marinović Jerolimov 2008: 364). No, ni akademski krugovi ni mediji scijentologiji u Hrvatskoj nisu pridavali pažnju onoliko koliko su je pridavali nekim drugim novim religijskim pokretima koji su se pojavili u Hrvatskoj, kao što je ISKCON. S obzirom na tu činjenicu, smatram kako je scijentologija nedovoljno istražena i razmatrana tema na području Hrvatske. Stoga je, osnovni cilj rada prikazati na koji način mediji prezentiraju scijentologiju u Hrvatskoj te koliko joj se ustupa medijskog prostora. Unutar osnovnog cilja formiraju se dvije hipoteze. Prva hipoteza rada jest da mediji u Hrvatskoj, prilikom izvještavanja o scijentologiji, podliježu stereotipnim stajalištima o novim religijskim pokretima, odnosno najčešće se usredotočuju na konflikte, skandale te kontroverzije. Naime, prilikom prikazivanja novih religijskih pokreta u medijima, često se problematizira njegova negativnost, senzacionalizam i pristranost. Problematizacija je usmjerena na upotrebu jezika i etiketa poput „kulta“ i „sekte“ te atributa „kontroverzni“, „devijantni“, „problematični“ čime se stigmatizira nova religioznost, upućuje na nasilje u njihovim krugovima te se stvaraju stereotipi i negativne konotacije u javnosti i elitama (Goldberger 2011: 43-44). Istraživanja Halla i Smoczynskog⁴ (2010), izložena u radu, ukazuju na činjenicu kako su hrvatski mediji u periodu od 1990.-2006. godine izvještavali o scijentologiji u kontekstu kontroverzija, skandala i ispiranja mozga, stoga se nastoji propitati je li se takav trend nastavio. Druga hipoteza rada je da scijentologija u Hrvatskoj koristi inovativne metode u medijima, a provjerit će se na primjeru medijske promidžbe scijentologije u Hrvatskoj. Načini na koje su novi religijski pokreti i tradicionalno

⁴ v. Rasprava

prisutne religijske zajednice⁵ u Hrvatskoj koristile medije obuhvaća izdavanje vjerskog tiska, gostovanja u televizijskim i radio emisijama te u novije vrijeme korištenje društvenim mrežama poput Facebooka ili Twittera. No, u scijentološkom kontekstu, inovativnost pri korištenju medija promatra se na primjeru centara za slavne osobe.

3. Metodologija

Metode koje su odabrane za prikupljanje i analizu potrebnih podataka su kvalitativna analiza sadržaja dviju dnevnih novina, intervju te studija slučaja za čiji su predmet analize odabrane emisije koje emitiraju hrvatske televizijske kuće. Iako su za analizu također predviđene radio emisije, osim opisa njihov je sadržaj bio nedostupan. Analizom sadržaja obuhvaćene su dvije dnevne novine, *Jutarnji list* i *Večernji list*, koje predstavljaju primjere novina nacionalne razine te jedne od glavnih oblikovatelja javnog mnijenja. Sadržaj novina promatran je u vremenskom razdoblju od 2009.-2013. godine. Budući da je za istraživanje odabrana kvalitativna analiza sadržaja, uzorak je namjeran stoga su analizirani svi brojevi *Jutarnjeg* i *Večernjeg lista* u kojima se scijentologija pojavljuje kao tema priloga. Analizirane kategorije bitne su za interpretaciju priloga, a odnose se na općenite karakteristike koje pomažu razumijevanju načina na koji dnevne novine procesuiraju informacije i teme o scijentologiji (redni broj, datum, naziv dnevnih novina, naslov članka, izvor tj. autor, vrsta priloga, prostorna dimenzija - domaća ili strana), zatim sadržaj priloga kojim se bilježi pojava svih tema i aktera u priložima u kojima se pojavljuje scijentologija. Osim navedenih kategorija promatrao se i karakter priloga pri čemu se bilježilo je li on afirmativan prema scijentologiji, negativan, odnosno uključuje kritiku, osuđivanje, negativne konotacije, ili je neutralan, tj. opisuje i informira bez zauzimanja vrijednosnog stava prema scijentologiji.

Nadalje, s obzirom na činjenicu da je uobičajena metoda istraživanja polja etnologije i kulturne antropologije intervju s kazivačima što je ujedno i verificirana metoda istraživanja polja sociologije, upravo je intervju odabran kao metoda kojom će se dodatno propitati hipoteze rada. Upiti za sudjelovanje u istraživanju poslani su nekolicini pripadnika polja medija, čime se nastojalo obuhvatiti tiskane, elektronske i

⁵ U Hrvatskoj postoje tradicionalno prisutne, kršćanske i nekršćanske vjerske zajednice. Radi se o katoličkim, pravoslavnim i protestantskim crkvama, islamskim i židovskim zajednicama (Marinović Bobinac i Marinović Jerolimov 2008: 9-10)

televizijske medije, kao i dvama pripadnicima Scijentološke crkve u Hrvatskoj. Na intervju, koji je obavljen elektronskim putem zbog nedostatka vremena kazivača, pristali su Mato Barišić, novinar emisije „Provjereno“ koji je radio reportažu o scijentologiji, Darko Pavičić, novinar *Večernjeg lista* i Ivo Lučić, urednik radijske emisije „Susret u dijalogu“ na Hrvatskom radiju. Iako su bili planirani intervjui sa scijentologom N.V.⁶ i osnivačicom Scijentološke misije u Zagrebu Jasminom Nanuk Nastevski, uspio se održati samo jedan, sa N.V., stoga su podaci koji su relevantni za prikazivanje scijentološke strane odnosa prema medijima u Hrvatskoj ograničeni. Pitanja koja su tijekom intervjua postavljena pripadniku Scijentološke crkve u Hrvatskoj polustrukturirana su i usmjerena na scijentološka stajališta o medijskoj pažnji, odnosno smatraju li da ju dobivaju previše ili premalo u odnosu na druge zemlje, zatim što misle o načinu na koji ih mediji prezentiraju, koji su njihovi načini uporabe medija te smatraju li da su pritom inovativni. Pripadnicima medija usmjerena su pitanja koja se odnose na njihova stajališta o scijentologiji kao predmetu izvještavanja i koliko ih izvještavanje o toj temi privlači, na što se usredotočuju kada izvještavaju o scijentologiji te kakvo je njihovo stajalište o tome koliko se pažnje pridaje novim religijskim pokretima prilikom izvještavanja, a posebno scijentologiji.

Kako bi se rezultati upotpunili, za dodatnu analizu odabrane su sve dostupne televizijske emisije hrvatskih televizijskih kuća u razdoblju od 2009.-2013. godine čiji je predmet ili dio teme bila scijentologija. Osim načina na koji se scijentologija reprezentira, posebno je promatrano sudjeluju li u njima pripadnici scijentologije. Time se propituje i inovativnost scijentološkog korištenja medija. Kategorije koje su prilikom analize bilježene su izvor emisije, ime emisije, datum objavljivanja emisije, trajanje emisije, autor emisije, tema emisije, tj. orijentacija na religiju, osobe, financije, slavne osobe, govori li se o scijentološkom korištenju medija, radi li se o kritičkom odnosu prema scijentologiji te je li fokus izvještavanja na stranoj ili domaćoj prostornoj dimenziji.

⁶ Svi kazivači prije intervjua upitani su žele li da im se ime objavi u cijelosti, pod inicijalima ili pseudonimom, stoga je N.V. po svojoj želji zapisan pod incijalima

4. Teorijska polazišta

Kako bi se dodatno objasnila pozadina konstruiranja hipoteza, u ovom dijelu rada potrebno je objasniti i teorijska polazišta. U sklopu toga, rad se dotiče tematike novih religijskih pokreta, stanja medija u Hrvatskoj, načina na koji mediji općenito stereotipiziraju nove religijske pokrete te dosadašnjih načina na koje su tradicionalno prisutne religijske zajednice i novi religijski pokreti koristili masovne medije.

4.1. Novi religijski pokreti

Jedan od bitnih pojmova za ovaj rad jest pojam novih religijskih pokreta, stoga je potrebno kratko se osvrnuti na njihov razvoj kao i značenje koje imaju u širem društvu. Prema Beckfordu, termin *novi religijski pokreti* razvio se kako bi dijelom zamijenio termin *kult* koji je popularan u široj javnosti. Dosegao je popularnost među društvenim znanstvenicima kao način označavanja karakterističnih grupa koje su 1960. i početkom 1970. godine postale istaknutije u društvu (Beckford 1985: 23). Hunt ističe kako su Stark i Bainbridge, koristeći se teorijom racionalnog izbora, ponudili objašnjenje novih religijskih pokreta. Naime, smatraju kako pokreti popunjavaju praznine koje su ostavile tradicionalne forme. Pokreti nude uvjerljiviji, brži i izravniji put do zadovoljavanja mnogih potreba, daju značenje životu u religijskim terminima te se mogu nositi s mnogim negativnim iskustvima (Hunt 2003: 93-94). Novi religijski pokreti, iako rastu tijekom sredine 60-ih do početka 70-ih godina, nisu novi socijalni fenomen i smatra se kako su produkt velikih društvenih i kulturnih promjena tog vremena. Postoji nekoliko teorija o uzrocima njihovog rasta te se prvenstveno mogu shvatiti kao produkt kontrakturne pobune u 60-im godinama (Hunt 2003: 91).

Naime, na Zapadu su mladi ljudi tražili alternative materijalističkom i individualističkom društvu. Odgovor na njihove potrebe nude brojni novi religijski pokreti, razvijeni krajem hipijevske dekade u 60-im godinama. Oni nude kritiku društva, istovremeno pružajući set vjerovanja te zajednički i alternativni životni stil (Hunt 2003: 91). U moderno doba koje postaje sve više pluralističko, ljudska iskustva mijenjaju se zbog društvene mobilnosti i ekonomskog specijalizma te moralni sistem propada. Posljedice takvog razvoja događaja su alijenacija i anomične tendencije, a novi religijski pokreti, unatoč uvriježenim stajalištima, imaju pozitivnu funkciju u njihovom prevladavanju. Naime, pokreti pomažu socijalnu integraciju uvođenjem individua, uključenih u kontrakturnu, natrag u društvo. S druge strane, smatra se kako pokreti ne

reintegriraju ljude natrag u društvo, već samo pružaju alternativnu bazu pripadanja. Prema Huntu, Gordon, Marx i Ellison ističu kako novi religijski pokreti stavljaju naglasak na izgrađivanje zajednice nudeći povezivanje, društvo i osjećaj pripadnosti koji nedostaje u širem društvu. Također, pokreti se vežu uz samoidentifikaciju te izlaze u susret potrazi ljudi za vlastitim identitetom kroz holističke koncepcije sebstva, posebno kroz terapijske pokrete i mistične kultove (Hunt 2003: 92).

Novi religijski pokreti, prema Huntu, mogu se podijeliti u tri skupine⁷ te svaka označava različite stavove prema svijetu što se očituje kroz osnovna uvjerenja i karakteristike ljudi koje određeni pokret privlači.

Od samog početka novi religijski pokreti su u masovnim medijima predstavljeni kao kontroverzni i ugrožavajući. Korišten je širok spektar tehnika koje su osiguravale da se oko njih održi kontroverzija u očima javnosti. Bez obzira što su radile, sve grupe bile su označene kao iste i jednako problematične. Kontroverzija koja je nastala oko novih religijskih pokreta proizašla je iz konflikta njihovih pripadnika i bliskih članova obitelji. Obitelji su zamjerile novim religijskim pokretima način na koji regrutiraju nove članove, odvajanje članova od njihovih obitelji i prijatelja, razdiranje njihovih karijera, grube životne uvjete te im zamjeraju i intelektualno propadanje pripadnika. Javnost je informacije o novim religijskim pokretima upijala kroz priče o destruktivnim tehnikama kontrole uma, tragičnim uništenjima obećavajućih karijera pripadnika i kroz očaj

⁷ Razlikujemo pokrete koji odbijaju svijet, koji potvrđuju svijet i pokrete koji se prilagođavaju svijetu. Pokreti koji odbijaju svijet imaju jasno definiranu percepciju Boga, snažan sustav moralnih pravila, puritanski set vjerovanja i učenja koja su u konfliktu s širim društvom. Takav pokret najčešće ima karizmatičnog vođu i hijerarhijski ustroj, a traži promjenu svijeta i uspostavu novog duhovnog poretka. Pokreti koji potvrđuju svijet dominiraju nad druge dvije skupine pokreta te prihvaćaju postojeći svijet, podržavaju dominantne vrijednosti zapadnog društva te su često usmjereni poboljšanju prirode, društva te života njihovih sljedbenika. Mogu se vezati uz pojmove klijentelističkih ili kultova publike, čiji se sljedbenici mogu promatrati kao klijenti koji kupuju određenu uslugu kao što je iscjeljivanje ili pomoć prilikom dokućivanja vlastitih sposobnosti. Neki od njih kreiraju potpuno nova i inovativna vjerovanja dok drugi proistječu iz tradicionalnih globalnih religija. Treći tip pokreta su pokreti koji se prilagođavaju svijetu, za koje je karakteristično pokazivanje elemenata odbijanja i prihvaćanja svijeta (Hunt 2003: 90-91).

obitelji čije su voljene „oteli“ kultovi. Pokušaji pripadnika novih religijskih pokreta da se odmaknu od kontroverzija nisu urodili plodom i često ističu kako se njihove riječi iskrivljavaju u medijima (Beckford 1985: 5-10). Stoga, upitno je koliko ih je ispravno nazivati zloglasnim kultovima, a koliko su zapravo možda žrtve medijskog stereotipiziranja. Naime, zbog medijske stereotipizacije i priča o opasnim kultovima pokreti su indirektno pomogli učvršćenju glavnih kulturnih i društvenih granica između slike normalne i abnormalne osobe, pravnih definicija limita obrambene akcije, koja se vodi od strane države i obitelji protiv želje osobe te su doprinijeli učvršćenju novih ideja o opsegu ekonomske baze koju religiozne grupe mogu steći dobrotvornim priredbama pod pokroviteljstvom zakona (Beckford 1985: 11).

Za scijentologiju, koja je i predmet ovog rada, smatra se kako je najvjerojatnije najpoznatija, najrasprostranjenija i najbogatija od svih organizacija osobnog razvoja koje se, kako navodi Hunt, fokusiraju na pozitivno razmišljanje i ljudski potencijal. Pokret ne zahtijeva odbacivanje svijeta te nudi tehnike koje će osloboditi unutrašnje ja i njegov potencijal čije je ostvarenje ključno za uživanje u dobrima života. Mnogi smatraju kako scijentologija funkcionira više na principu korporativne tvrtke nego kao religijska institucija, budući da se organizira oglašavanje i koriste se razne marketinške tehnike kako bi se promovirale usluge (Hunt 2003: 194). Ono što joj se najviše zamjera jest činjenica da ne dopušta u potpunosti otvoren dijalog s medijima, izbjegavajući pitanja koja bi kompromitirala religiju. No, ponekad se podliježe kontroverziji i zanemaruje mogućnost da je to samo obrambena reakcija uslijed mnogih napada kojima su izloženi, kao i pokušaj ispravljanja, potencijalno, iskrivljene istine o scijentologiji. Poznato je kako su mediji skloni senzacionalističkim, kontroverznim vijestima koje prodaju proizvod. No, budući da većinom teže objektivnosti, nije u potpunosti jasno jesu li mediji ti koji su zatvoreni prema scijentologiji ili je scijentologija zatvorena prema medijima zato što ne želi da se sazna više nego je poželjno ili zbog stereotipiziranog tretmana u medijima koji su dosad dobivale.

4.2. Scijentologija

Budući da se rad temelji na primjeru scijentologije u Hrvatskoj, bitno je istaknuti neke osnovne karakteristike tog novog religijskog pokreta, počevši s njezinim osnivačem Lafayettom Ronom Hubbardom.

4.2.1. Osnivač scijentologije

Budući da se smatra jedinim i legitimnim izvorom religijskih i terapijskih učenja Scijentološke crkve od koje je neodvojiv, prvenstveno je potrebno osvrnuti se na osnivača scijentologije Lafayettea Rona Hubbarda (Christensen 2005: 227). „Karizmatik” i „Mesija za tisuće sljedbenika” (Wakefield s.a.), L. Ron Hubbard rođen je 13. 3. 1911. godine u Tildenu (Nebraska, SAD). Bio je vrlo poznat i cijenjen kao pisac avanturističkih priča, znanstvene fantastike i western romana, no ubrzo uviđa ograničenja svojeg poziva koji ne donose veliku moć ili novac. Navodno se jednom obraća skupini pisaca znanstvene fantastike s riječima „pisati za novčić po riječi je smiješno, ukoliko se žele zaraditi milijuni dolara, najbolji način za to je osnovati vlastitu religiju” (Wakefield s.a.). Godine 1949. Hubbard nestaje i, prema glasinama, radi na knjizi o psihologiji. U siječnju 1950. godine, u časopisu *Astounding Science Fiction* izlazi reklama najavljujući članak o znanosti uma, ljudske misli. Bila je to potpuno nova „znanost” nazvana dijanetika. Hubbard ističe kako se dijanetikom fizičke bolesti poput astme ili artritisa kao i druge psihosomatske bolesti mogu izliječiti. U svibnju iste godine izlazi najavljavani članak te je kratko nakon toga objavljena i knjiga *Dijanetika: Moderna znanost mentalnog zdravlja*. Riječ „dijanetika” dolazi od grčkih riječi *dia* što znači „kroz” i *nous* što znači „um” ili „duša” te je definirana kao nešto što um (ili duša) čini tijelu. Učenja dijanetike govore da čovjek nema dušu, već da čovjek jest duša te ona pomaže postići olakšanje od neželjenih emocija, nesreća i psihosomatskih bolesti. Na temelju nje Hubbard kasnije razvija i scijentologiju, a mnogi smatraju kako je ljudima omogućio spasenje u nemirnim vremenima (Wakefield s.a.).

Koliko je Hubbard bio značajan za sljedbenike govori činjenica kako je nakon njegove smrti, 24. siječnja 1986. godine, Scijentološka crkva poduzela mnoge inicijative kako bi ga konstruirala i održala kao jedini religiozni i legitiman izvor scijentologije. Hubbardova karizma i učenja počela su se institucionalizirati, s jedne strane, tako da se osobna karizma transformirala u organizacijsku stabilnost i praktičnost kako se ideje religije ne bi izgubile nakon smrti osnivača (Christensen 2005: 228). S druge strane, za uspješnu religijsku organizaciju vrlo je bitan uspjeh vođe, a njegova učenja sljedbenici moraju smatrati efektivnim i relevantnim. Institucionalizacija je započela već s dijanetičkim učenjima te se kasnije širi na scijentologiju time što svi materijali imaju potpis Hubbarda koji se smatra garancijom standarda. Scijentološki termin „standardna tehnologija” označava Hubbardove upute

na koji način ispravno vršiti procesiranje, a David Miscavige naglašava značaj termina koji je zapravo Hubbardova forma i sljedbenici ga moraju prihvatiti kao jedini put do spasenja (Christensen 2005: 232). Najvažnija od svih scijentoloških inicijativa jest proizvodnja hagiografija o Hubbardu koje slučajne događaje iz njegova djetinstva, mladosti i zrelosti smatraju značajnim za scijentološki kontekst i perspektivu jer vode do njegovog otkrivanja scijentologije. Hubbard je istovremeno obična osoba i nadčovjek koji se tekstualizira i dehumanizira kao osoba s posebnim kvalitetama koja je bila sposobna otkriti, razviti i organizirati scijentologiju te je time i jedini izvor spasenja (Christensen 2005: 249).

4.2.2. Osnovni pojmovi scijentologije

Scijentologija se razvija zbog povećanja čovjekovog znanja o energiji koja je njegov vlastiti um (Hubbard 2009b: 11). Čovjekovo tijelo smatra se energetskim mehanizmom, a poznavanjem energije koja smo mi sami, spoznajemo sebe te upravo to scijentologija omogućava (Hubbard 2009b: 12). Scijentologija dolazi od latinske riječi *scio* koja znači „znati“ i riječi *logos* koja označava „znanost“, stoga ju se može definirati kao „znanost o znanju o tome kako znati odgovore“ (Hubbard 2009b: 25). Hubbard ističe kako je scijentologija utemeljena na tradiciji religiozne filozofije, staroj 10 tisuća godina i smatra se vrhuncem istraživanja koja su započela s vedama, taoizmom, budizmom, kršćanstvom i drugim religijama. Prema Hubbardu, scijentološka religija je precizna i egzaktna te se na nju može gledati kao na organizirani sustav aksioma i procesa koji rješavaju probleme postojanja. Ona je „organizirana sa stajališta duha, sadrži njegovu preciznu i upotrebljivu definiciju, tabele i nastavne predmete i u stanju je mijenjati njegovo ponašanje“ (Hubbard 2009b: 25). Smatra se kako se velika većina loših životnih uvjeta može riješiti scijentologijom te da ona može promijeniti i da mijenja ponašanje i inteligenciju te može pomoći i pomaže ljudima proučavati život (Hubbard 2009b: 25).

4.2.3. Osam dinamika

U životu ima osam poriva koji se u scijentologiji nazivaju dinamikama. Dakle, postoji osam dinamika koje nisu nužno od jednake važnosti jer će svaka osoba naglašavati jednu dinamiku ili kombinaciju dinamika kao važniju za sebe, nego što će to činiti drugi (Hubbard 2009a: 37).

Prva dinamika jest osobna dinamika, tj. u potpunosti izražena individualnost. Druga dinamika jest dinamika seksa, odnosno poriv prema postojanju kroz seksualnu aktivnost, a sastoji se od dva odjeljka, tj. seksualnog čina i obitelji što uključuje podizanje djece. Treća dinamika naziva se grupnom dinamikom te predstavlja poriv prema postojanju u grupama pojedinaca, a njezini dijelovi su škola, društvo, grad ili nacija. Četvrta dinamika jest dinamika čovječanstva ili poriv prema postojanju čovječanstva ili kao dio čovječanstva, a sve ljudske rase zajedno čine tu četvrtu dinamiku. Peta dinamika naziva se dinamikom životinja te predstavlja poriv prema postojanju životinjskog svijeta, a uključuje sve što je izravno i blisko motivirano životom. Šesta dinamika zove se dinamika univerzuma što predstavlja poriv prema postojanju kao fizički univerzum. Univerzum se sastoji od materije, energije, prostora i vremena, što se zajedničkim imenom u scijentologiji naziva „MEST“ (*matter, energy, space, time*). Sedma dinamika je duhovna dinamika koja je poriv prema postojanju duhovnih bića ili kao duhovno biće, a pod nju spada sve duhovno, s identitetom ili bez njega. I posljednja, osma dinamika, naziva se dinamikom beskonačnosti ili dinamikom Boga i predstavlja poriv prema postojanju kao beskonačnosti. Naziva se i Višim Bićem (Hubbard 2009a: 37-38).

Karakteristika dinamika jest da se najbolje mogu prikazati kao niz koncentričnih krugova pri čemu je prva dinamika centar, a svaka iduća dinamika čini sljedeći vanjski krug. Osnova karakteristika pojedinca jest njegova sposobnost da se širi u druge dinamike. Iako dijete pri rođenju ne shvaća dalje od prve dinamike, rastom i širenjem interesa tijekom vremena obuhvaćat će i druge dinamike, a kada u potpunosti shvati sedmu dinamiku, moći će otkriti i pravu osmu dinamiku (Hubbard 2009a: 40).

4.2.4. Thetan, um i tijelo

Ljudi, prema scijentologiji, nisu samo tijela i svaki čovjek sastoji se od tri dijela. Prvi je duh koji se u scijentologiji naziva *thetan*, drugi je um i treći je tijelo.

Thetan je jedinica života koja upravlja tijelom, a naziv potječe od grčkog slova theta, matematičkog simbola, koji u scijentologiji označava izvor života i sam život (Hubbard 2009b: 27). On nema masu, valnu duljinu, energiju, vrijeme niti mjesto u prostoru, osim konsideracijom ili postulatom, te nije stvar, već je kreator stvari. *Thetan* može biti u jednom od četiri stanja: potpuna odvojenost od jednog ili više tijela ili od univerzuma, blizu tijela uz svjesnu kontrolu tijela, u tijelu (lubanji), udaljen od tijela i

ne može mu prići. Njegovo prebivalište najčešće se nalazi u lubanji ili u blizini tijela i on posjeduje moć reinkarnacije te nakon smrti čovjeka traži novo tijelo (Hubbard 2009a: 66-67).

Um je komunikacijski i kontrolni sustav između thetana i njegove okoline. Putem uma, thetan prima različite utiske prošlih aktivnosti i zamišlja stvari o prošlosti i budućnosti neovisno o trenutno prisutnim podražajima. Um se sastoji od tri glavna dijela, a to su analitički um, reaktivni i somatski um. Analitički um sastoji se od vizualnih slika, prošlosti ili fizičkog univerzuma koje nadgleda i kontrolira thetan. Za analitički um najvažnija je svjesnost, odnosno činjenica da osoba zna što zaključuje i čini. Nadalje, reaktivni um predstavlja mehanizam podražaja i odgovora te djeluje ispod razine svijesti. Njime se posebno bavi dijanetika jer se u njemu pohranjuju svi loši događaji koji su se nekom dogodili. Negativni događaji nameću se osobi u trenucima kada je u opasnosti i treba reagirati te tada reaktivni um nudi osobi načine djelovanja koji nisu sigurni i često su vrlo opasni. Somatski um je niža vrsta od reaktivnog uma te sadrži samo djelovanje i podređen je svakom umu koji je viši od njega (Hubbard 2009a: 68-71). Um „opaža, postavlja i rješava probleme koji se odnose na opstanak organizma, budućih generacija, grupe, života i fizičkog univerzuma te sprovodi rješenja u djelo“ (Hubbard 2009b: 60). Um ima čvrstu vezu s opstankom, a kako bi dobro funkcionirao ne smije biti otupljen. Također, um mora smatrati da je sposoban baratati materijom, energijom, prostorom i vremenom fizičkog univerzuma te izbjeći bol i pronaći zadovoljstvo za sebe, buduće naraštaje, obitelj grupu i život. Ukoliko postane otupljen, ne shvaća da njegov opstanak ovisi o suradnji s drugima te gubi svoju misiju opstanka i okrenut je smrti, a primjer toga su kriminalci ili destruktivni ljudi (Hubbard 2009b: 61-63).

Scijentolozi smatraju kako oko tijela postoji fiksirano električno polje koje je u potpunosti neovisno o ljudskom umu, ali na koje um može djelovati. Dakle tijelo postoji u svom vlastitom prostoru koji je stvoren sidrišnim točkama, odnosno točkama koje su nalaze u prostoru drugačijem od prostora fizičkog univerzuma oko tijela. No, ono što je najvažnije jest električno polje koje nadgleda fizičku strukturu tijela (Hubbard 2009a: 73).

4.2.5. Bol i primjena scijentologije

Bol je signal koji znači da je organizam u blizini destruktivne sile ili predmeta, a zanemariti ju znači umrijeti. Naime, nakupljena fizička bol zajedno s gubitkom vodi do smanjenja svijesti, pogoršanja fizičkog zdravlja i smanjenja volje za životom. No, ukoliko se izbrišu ili ponište fizička bol i životni gubici, vitalnost će se vratiti. Prema scijentolozima, sposobnost ljudskog tijela da obnovi samo sebe mnogostruko se poveća nakon što se izbrišu bolna sjećanja. Psihosomatske bolesti poput artritisa, reumatizma i druge ne mogu se izliječiti sve dok se ne uklone nakupljena bolna sjećanja (Hubbard 2009b: 71-73).

Bolesti i poremećaji mogu se podijeliti u dvije opće grupe. Prvu čine bolesti nastale uslijed djelovanja duha direktno na komunikacijske mreže života ili tijela. Druga je nastala zbog poremećaja strukture uzrokovanog fizičkim razlozima. Područje scijentologije obuhvaća situacije kada postoji sklonost dugotrajnim bolestima ili povredama, kada nesreća i briga uzrokuju mentalni ili fizički poremećaj, kada želimo uspostaviti bolju komunikaciju, ili društvene odnose. Scijentolozi smatraju kako se ti problemi mogu najbolje liječiti ili spriječiti neposrednim i izravnim obraćanjem duhu jer je jedino istinsko terapijsko sredstvo u ovom univerzumu duh (Hubbard 2009b: 25-26).

Posebna i specijalizirana primjena scijentologije je njena upotreba za tretiranje tjelesnih simptoma koji proizlaze iz mentalnih ili duhovnih čimbenika pojedinca i grupa te poboljšanje sposobnosti i inteligencije. Procesiranje jest „verbalno provođenje preclara (osobe koja se procesira) kroz točne scijentološke procese“ (Hubbard 2009a: 113). Jedna od grana procesiranja jest preventivna scijentologija koja osobu zaustavlja ili sprječava da dođe u stanja niža od onih kroz koje je već prošla, odnosno time se sprječava razvoj neuroza, navika i štetnih aktivnosti (Hubbard 2009a: 114).

4.2.6. Procesiranje ili auditing

Osim detoksikacije⁸, jedan od najvažnijih scijentoloških obreda, prema Marinović Bobinac i Marinović Jerolimov, jest scijentološko procesiranje (Marinović

⁸ Detoksikacija je program čišćenja organizma koji olakšava procesiranje. Naime prilikom detoksikacije uzimaju se vitamini, ulja te se koristi sauna u svrhu oslobađanja štetnih utjecaja otrova u tijelu i poboljšanja općeg psihofizičkog stanja (Marinović Boninac i Marinović Jerolimov 2008: 368).

Bobinac i Marinović Jerolimov 2008: 368). Scijentološko procesiranje ili *auditing* primjenjuje *auditor* što znači „onaj koji sluša, slušatelj“ (Hubbard 2009a: 114). Auditor primjenjuje seriju procesa koji uključuju treninge i vježbe na pojedincima ili malim i većim grupama ljudi. Auditor ih navodi da uz vlastiti pristanak izvode razne vježbe, tj. procese, a te vježbe rezultiraju poboljšanjem inteligencije, ponašanja i opće sposobnosti. Prema kodeksu auditora, on sluša, procjenjuje i daje naredbe u svrhu povećanja precelarovih sposobnosti (Hubbard 2009a: 6).

Procesi se sastoje od seta pitanja koja postavlja auditor kako bi pomogao osobi da nađe izvor duhovnog nemira, bolje upozna sam sebe i u skladu s tim poboljša svoje trenutno stanje. Postoji mnogo raznih procesa, no moguće je istaknuti nekoliko važnijih. Naime, cilj prve faze je da precelar stekne kontrolu što se postiže vježbama pokretanja, promjene i zaustavljanja nečeg što je precelar u stanju kontrolirati kontrolirati poput malog predmeta koji pomiče po stolu na auditorovu naredbu sve dok ne postane svjestan kako predmet može samostalno pokrenuti, promijeniti i zaustaviti. Kada to učini sa svojim tijelom, može se reći da je precelar pod kontrolom auditora. Zatim se, tijekom druge vježbe nastoji dovesti precelara u stanje u kojem „može posjedovati sve što vidi bez daljnjih uvjeta, posljedica ili ograničenja“ (Hubbard 2009a: 152). Navedeno se postiže postavljanjem naredbi precelaru da kaže što iz svoje blizine može imati, čemu bi dopustio da ostane na svojem mjestu, a čega bi se mogao odreći. Zatim, sljedeći proces bitan je za obnovu znanja koja je za scijentologe važna, a osnova za obnovu znanja jest sposobnost precelara da ne zna, tj. sposobnost brisanja prošlosti vlastitom naredbom. Budući da osoba prestaje biti sposobna igrati igru kada izgubi kontrolu, kada nema dovoljno problema i kada nije voljna biti nadvladana ili nadvladati nekog ili nešto, vrlo je bitno vršiti vježbe stjecanja kontrole, izmišljanja problema i nadvladavanja (Hubbard 2009a: 148-160). Auditor se pritom mora prvenstveno koncentrirati na sposobnost precelara da ima, da ne zna i da igra igru. U daljnjem tijeku procesiranja auditor postavlja precelaru pitanja koja su oblikovana kako bi se otkrili tragovi *engrama*, odnosno loših iskustava, boli kojih se osoba mora riješiti kako bi napredovala. Upravo e-mjerač ili elektro-psiho-metar mjeri spiritualno stanje ili promjenu stanja osobe što daje auditoru uvid u područja na kojima mora poraditi s precelatom. Naime, osoba prilikom korištenja e-mjerača u rukama drži elektrode kroz koje struji lagana električna energija. U trenutku kada uz pomoć slike ili misli ponovno proživi loše iskustvo ili premjesti reaktivni um, mijenja se mentalna masa i energija. Promjene u umu tada

uzrokuju pomicanje igle na e-mjeraču ukazujući auditoru na naboj koji predstavlja štetnu energiju (Hubbard 2009a: 149-150).

Cilj procesiranja je postići točku gdje odgovori više ne pokazuju tragove engrama ili drugih smetnji u komunikaciji koje bi bile vidljive u pomaku igle na mjeraču. Smanjenjem naboja dolazi se do stanja koje scijentolozi nazivaju *clear*. U takvom stanju osoba ne posjeduje reaktivni um koji je izvor strahova, nesigurnosti i iracionalnog ponašanja te je njihovo samoodređenje, edukacija i iskustvo očišćeno od aberacije⁹. S obzirom na činjenicu da se stanje *clear* postiže na prvoj dinamici, postoje i mnoga druga, naprednija stanja svjesnosti i sposobnosti iznad njega. Sljedeće je stanje, stanje postojanja koje se naziva *Operating Thetan* ili *OT*. Riječ operativni u pojmu znači „sposoban djelovati i rješavati stvari“, a thetan označava duhovno biće koje je osnova sebstva. U tom stanju osoba može postojati bez fizičke potpore, bavi se svojom besmrtnošću i kreiranjem pozitivnih efekata na svim svojim dinamikama. Postoji 15 OT stupnjeva, a stupnjeve od 1. do 7. moguće je postići u *Flag Service Organization*, u gradu Clearwater, na Floridi. Stupnjevi od 8. do 15. postižu se isključivo na *Flag Ship Service Organization*, tj. na brodu imena *Freewinds* koji je u vlasništvu Scijentološke crkve. Najviše stupnjeve može postići mali broj članova, a oni koji ih i postignu najčešće su članovi *Sea Organization*. *Sea Organisation* predstavlja bratstvo unutar crkve, a čine ga osobe koje su cijeli život posvetile scijentologiji i njezinom učenju (Macut 2011: 341).

4.2.7. Misija scijentologije

Misija scijentologije nije osvajanje, već civilizacija. Scijentolozi svrhu svog djelovanja pronalaze kroz rad na ljudima kako bi ih se učinilo „dovoljno civiliziranima“ kako bi postali dostojni svoje slobode (Hubbard 2009a: 1). Kako bi se društvu pomoglo u rješavanju problema ljudskih prava, narkomanije, kriminala, nepismenosti i pada morala, osnovane su različite organizacije na svjetskoj razini, a prva od njih *Association For Better Living*, osnovana je 1988. godine. Pod njenim okriljem razvile su se i organizacije koje djeluju u Sjedinjenim Američkim Državama, Kanadi, Južnoj Americi, Europi, Australiji, Aziji te Africi. To su organizacije poput

⁹(<http://www.scientology.org/what-is-dianetics/basic-principles-of-scientology/the-clear.html>, 1.9.2013.)

*Narconona*¹⁰ koji se bavi rehabilitacijom ovisnika o drogama, zatim *Criminon* čiji je cilj rehabilitacija kriminalaca. Od drugih udruga, u inozemstvu, postoje i *Put ka sreći* koja se bavi povećanjem moralnih standarda društva, *Građanska komisija za ljudska prava* koja razotkriva i rješava povrede ljudskih prava te *Misionar dobre volje* gdje se dobrovoljno pomaže ljudima u svladavanju životnih teškoća (Marinović Bobinac i Marinović Jerolimov 2008: 369).

4.3. Scijentologija i korištenje medija

Druga hipoteza ovog rada odnosi se upravo na načine na koje scijentologija koristi medije, razmatrajući inovativnost scijentologa u odnosu na načine na koje su tradicionalno prisutne religijske zajednice i novi religijski pokreti koristili medije do sada. Pod inovativnošću se misli na korištenje slavnih osoba u svrhu promocije. No, prvenstveno je potrebno objasniti odnos scijentologije prema medijima. Naime, odnos scijentologa prema medijima unaprijed je određen prvim i šestim stavkom kodeksa scijentologa. Prihvatajući prvi stavak, scijentolozi prisežu kako neće „slušati niti govoriti za novine, u javnosti ili preclarima niti jednu riječ omalovažavanja o drugim scijentolozima, našoj profesionalnoj organizaciji ili o onima čija su imena usko povezana s ovom znanošću“ (Hubbard 2009a: 116). Šesti stavak propisuje da se scijentologija mora braniti od nepoštenog tretmana u medijima (Hubbard 2009a: 116).

Također, scijentolozi smatraju kako je priča o scijentologiji jasna te se sastoji od sljedećih pet stavaka: filozof je razvio filozofiju o životu i smrti, ljudima je zanimljiva, ljudi je nalaze djelotvornom, ljudi je prenose drugima, ona raste. No, priču o scijentologiji ugrožavaju „trgovci kaosom“ čiji je zadatak zbunjivanje i uznemiravanje ljudi jer stvaranjem kaosa oni zarađuju za svoju egzistenciju. Ako se kaos smanji, smanjo bi se i njihov prihod. Trgovcima kaosom smatraju se političari, reporteri, liječnici, proizvođači lijekova, militaristi, proizvođači oružja, policija i pogrebnički, kao neki od vodećih skupina, no čak i pojedinci te članovi obitelji. Oni se bogate zahvaljujući „opasnoj okolini“, stoga je u njihovom interesu napraviti okolinu što je više moguće prijetećom jer njihovi prihodi, snaga i moć rastu u izravnom razmjeru s količinom prijetećnosti koju unose u okolinu. Prijetećinama mogu iznuđivati poreze,

¹⁰ Narconon Adriatic djeluje u Puli od 2005. godine. (<http://news.narconon.org/croatia/>)

doprinosu, povećavati nakladu ili određivati naknade bez prava na žalbu (Hubbard 2009b: 257-258) .

Nadalje, u odnosu s medijima scijentolozi postavljaju nekoliko pitanja, a ona glavna glase: postoji li dobar tisak te piše li što dobro na naslovnica? Konstatiraju kako će se u medijima najčešće naći vijesti o ubojstvima, iznenadnim smrtima, sukobima i katastrofama te je čak i to, prema njima, senzacionalistički prikazano kako bi izgledalo još gore. Scijentolozi smatraju kako je navedeno hladnokrvna proizvodnja opasne okoline te da ljudima ne trebaju takve vijesti, već da im trebaju činjenice, a ne uznemiravanje. No „ako osobu dovoljno snažno udarite, možete je navesti da vam da novce“ (Hubbard 2009b: 258). To je, prema scijentolozima, osnovna formula iznuđivanja i smatraju kako se tako novine prodaju. Novine sadrže kaos i konfuziju te priča u novinama mora sadržavati sukob tako da dobre vijesti ni ne postoje. „Postoje samo loše vijesti o čemu god da se radi. U društvu u kojem vladaju trgovci kaosom, priželjkivati dobre vijesti je ludo odvažno“ (Hubbard 2009b: 258).

Scijentolozi ističu kako se „istinita priča o scijentologiji“ izmijenila kako bi odgovarala standardima suvremenog tiska te da se sukob kreirao tamo gdje nije ni postojao. Dakle, tisak izmišlja sukob i uznemirenost, a kako bi utjecali na prvu točku istinite priče o scijentologiji, „filozof je razvio filozofiju o životu i smrti“, trgovci kaosom izjavljuju kako L. Ron Hubbard nije filozof te „mogu, jer ih na to prisiljava njihov cilj, u beskonačnost ustrajati u obezvrjeđivanju identiteta osobe koja je razvila tu filozofiju“. Kako navodi Hubbard, medijima se zamjera obezvrjeđivanje osnivača scijentologije i ističe se kako je L. Ron Hubbard bio vrlo dobro potkovan u akademskim temama i humanističkim znanostima. Također se ističe kako činjenica da je filozof razvio filozofiju nije novinska vijest jer ne uznemirava okolinu te da se stoga pišu izmišljene vijesti o gore navedenom (Hubbard 2009b: 259). Drugu točku istinite priče da je scijentologija zanimljiva ljudima, scijentolozi smatraju logičnom jer se u zaključcima scijentologije mogu pronaći odgovori na pitanja za kojima svatko traži odgovore za vlastito sebstvo. No, budući da vijest mora biti uznemirujuća često se izjavljuje kako su ljudi oti, hipnotizirani, odvučeni na čitanje knjiga ili slušanje predavanja. Prema scijentolozima, u treću točku priče kako ljudi scijentologiju nalaze djelotvornom mediji ne zadiru te nikad ne bi s njom povezali nagovještaj o njezinoj djelotvornosti. Smatra se kako bi uvjeravanje medija kako je scijentologija djelotvorna rezultiralo uzrujavanjem reportera. Mediji se osjećaju izdanim četvrtom točkom priče,

odnosno time kako ljudi prenose scijentologiju drugima jer bi ljudi trebali vjerovati samo ono što piše u novinama. Kako bi spriječili usmenu predaju, prema scijentolozima, trgovci kaosom koriste riječi poput kulta te napadaju organizacije i ljude u svojim nastojanjima da zadrže ljude izvan scijentologije. Peta točka priče odnosi se na rast scijentologije te scijentolozi ističu kako trgovcima kaosom nije u interesu svijet učiniti boljim mjestom za život jer ukoliko bi ljudi bili manje uznemireni ne bi se izdvajala nova sredstva za senzacionalistički tisak. Priča o scijentologiji predstavlja im prijetnju jer je istinita i nudi mirniju okolinu u kojoj čovjek može živjeti i osjećati se bolje (Hubbard 2009b: 259-260).

Unatoč kompleksnom i specifičnom odnosu scijentologa prema medijima, religijske zajednice u doba religijskog pluralizma i razvijenog religijskog tržišta teže promociji koja se najčešće odvija kroz korištenje medija. S obzirom na tu činjenicu, uobičajena scijentološka propaganda širi se kroz pisanu riječ, a što je posebno bitno jer najviše utječe na ljude, odnosno potencijalne konzumente, i kroz vizualne slike. Vizualne slike nude se putem promotivnih video-uradaka produkcije Golden Era koja izdaje audiovizualni informativni materijal i materijale za usavršavanje koji su namijenjeni za uporabu unutar crkve. Također se izdaju i filmovi za javnost koji govore o njihovoj borbi za bolje društvo¹¹. Tematika Hubbardovih knjiga i tečajeva je raznolika, a bavi se pitanjima motivacije, organizacije, menadžmenta, postizanja ciljeva, financija, uspješnog braka, roditeljstva, životnih vrijednosti, etike i samopouzdanja. Potražnja za knjigama i tečajevima scijentološkog nauka raste, a kako bi se izašlo u susret toj potražnji, bilo je potrebno adekvatnom brzinom i ekonomijom osigurati knjige i lekcije u bilo kojem jeziku i bilo kojoj količini. Materijali se izdaju u 200 nacija, 150 kultura i 50 jezika. Produkcija knjiga i lekcija obavljala se unutar Crkve od početka do distribucije, odnosno od tiskanja, uveza, graviranja, laminacija, CD replikacija, pakiranja do slanja. Na taj način Crkva je kao izdavač postala najveća svjetska digitalna ustanova za tiskanje knjiga. Izdavač Bridge izdaje knjige o dijanetici i scijentologiji za Ameriku, Aziju i ostatak svijeta, osim za Europu u kojoj knjige izdaje izdavač New Era, smješten u Kopenhagenu u Danskoj. Izdavači tiskaju 1.3 milijuna knjiga i 1 milijun kompaktnih diskova tjedno što godišnje iznosi 67 milijuna knjiga i 52 milijuna

¹¹ (www.scientology.com, 1. 9. 2013.)

kompaktnih diskova. 80 milijuna knjiga L. Rona Hubbarda distribuirano je od 2004.-2009. godine dok je 70 milijuna distribuirano od 2007.-2010. godine.¹²

No, ono što privlači veliku pozornost su upravo slavne osobe. Naime, „spektakularizacija društvene svakodnevice, u različitim manifestacijskim formama, povijesna je konstanta barem od vremena antičke Grčke i staroga Rima“ (Hromadžić 2009: 624). Fenomen se može pratiti još od slavni imperatora te osvajača kao što su bili Cezar i Aleksandar Veliki, sve do reformatorsko-prosvjetiteljskih pojava Erazma i Lutera i političko-aktivističkih ikona Benjamina Franklina i Martina Lutera Kinga. No, ono što je u suvremenom društvu specifično za kulturu slavni osoba je uloga i podrška masovnih medija koji postaju važno oruđe za promociju i produkciju matrice spektakularizma i „selebrizma“ (Hromadžić 2009: 624). Prema Maxu Weberu, jedan od načina na koji se zajednica može nositi s propadanjem običaja, tradicije i autoritativnih institucija jest kroz karizmu i osobne karakteristike određenih individua. Weber smatra kako karizma ostaje relevantna kao vanjska forma legitimacije čak i u modernom društvu (Weber prema Furedi 2010: 495). Naime, unatoč tome što se karizma kroz povijest temeljila na herojstvu ili otkrićima te slavne osobe ne posjeduju navedene kvalitete. One kao vrlo vidljivi uzori u društvu postaju objektima imitacije. Njihova vrlo javna osobnost te individualne kvalitete zajedno tvore formu kvazi-karizme čija je kvaliteta zadobivanje pažnje ljudi. Autoritet je, kako tvrdi Lawrence M. Friedman, preoblikovan u slici slavni osoba, no oni ljudima predstavljaju većinom uzore i referentne točke, a ne promatraju se toliko kao autoritativni vođe (Furedi 2010: 495).

Industrijski kompleks slavni osoba do 1980. godine razvio se do te mjere da je porastao broj magazina fokusiranih na slavne osobe koji nudi detaljne informacije o njihovim privatnim životima, zatim prostor u novinama koji se doticao slavni osoba, klubovi obožavatelja. Porast tržišta zainteresiranog za informacije koje su nudili televizija i tisak ukazuje na fascinaciju slavni osobama i njihovu različitost od obični ljudi (Kurzman, Anderson, Key, Lee, Moloney, Silver, Van Ryn 2007: 353). Prema Hromadžiću, trend posvećivanja sve većeg medijskog prostora slavni osobama je u stalnom porastu te im se dodjeljuju pozicije „trendsettera“, odnosno osoba koje utiru put novim stilovima i obrascima (Hromadžić 2009: 626). Stoga je zanimljiva činjenica da

¹² (www.scientology.com, 1.9.2013.).

već 1955. godine Hubbard prepoznaje njihov potencijal i stvara „Projekt slavnih osoba“ koji upravlja procesom pridobivanja slavnih osoba u scijentologiju i nudi nagrade scijentolozima koji regrutiraju ciljane slavne osobe. Porastom umjetničke zajednice unutar scijentologije, Crkva scijentološkog centra za slavne osobe osnovana je 1970. godine u Los Angelesu. Centri za slavne osobe nude u neometanoj okolini usluge poput procesa ispitivanja umjetnicima, političarima, vodećim ljudima u industriji te sportskim figurama. Time se postiže poboljšanje njihove kreativnosti i vraćaju visoki etički standardi. Umjetnici tako postižu vlastite duhovne ciljeve i svoju inspiraciju usmjeravaju duhovnom podizanju cijelog društva pri čemu im pomaže Centar za slavne osobe. Internacionalni centar za slavne osobe koordinira aktivnosti zajednica slavnih osoba u Las Vegasu, New Yorku, Parizu, Firenci, Beču i Nashvillu.¹³ Otvaranjem centara za slavne osobe simbolizira se početak ere potrošačkog kapitalizma te se slavne osobe uvode kao marketinški alat. Hromadžić smatra da se time odgovornost za procjenu vrijednosti i potrebitosti proizvoda u određenoj mjeri prebacuje s potrošača na autoritete slavnih osoba. Ljudi se navode da počnu birati proizvode ne zbog njihove namjene, već zato što ih koriste slavne osobe. Na taj način, potrošači se poistovjećuju sa slavnom osobom, vjerujući da kupnjom određenog proizvoda i sami imaju udjela u slavi kakvu ima slavna osoba koja promovira taj proizvod. Oglašavanje proizvoda uvijek je okrenuto potencijalnim konzumentima te, kao što je rečeno, mora se stvoriti identifikacijska veza između proizvoda i konzumenta. Bez obzira na činjenicu što nam se sviđa reklama ili uloga određene osobe u njoj, ukoliko se ne možemo vidjeti u toj ulozi, vjerojatno nećemo postati konzumenti (Hromadžić 2008: 18).

4.4. Kritika scijentologije

Kako bi se pokušalo ukazati na razloge zbog kojih je scijentologija ozloglašena, a time i predmet medijske pažnje, potrebno je iznijeti i kritiku tog novog religijskog pokreta. Iz kulturnoantropoloških istraživanja religijskih inovacija proizašla su tri modela formiranja kultova, a to su psihopatološki, poduzetnički i subkulturno-evolucijski model. Stark i Bainbridge smatraju kako se kroz svoju povijest scijentologija iz čistog poduzetničkog, odnosno klijentelističkog novog religijskog pokreta preobrazila u pokret s dva lica. Naime, dok je tvrdila kako se njezina učenja

¹³ (http://www.scientology.cc/en_US/index.html, 1.9.2013.)

temelje na znanosti, istovremeno se pozivala na svoj status religije. Scijentologija, prema Starku i Bainbridgeu, nije samo novi religijski pokret, već internacionalna organizacija koja je bila vježbalište za mnoge druge osnivače pokreta i koristila je kao inspiraciju za osnivanje novih. Njezina povijest vrlo je dobro dokumentirana kroz novinske članke, vladina povjerenstva, sudove i njihovu vlastitu, izuzetno raširenu publikaciju (Stark i Bainbridge 1985: 263-264). Etnografsko istraživanje Williama Simsa Bainbridgea trajalo je šest mjeseci i odvijalo se unutar bostonskog ogranka scijentologa. Istraživanje je nadopunjeno opširnijim proučavanjem Procesne Crkve Sudnjeg Dana, ogranka scijentologije koji se razvio u Engleskoj, te znanstvenofantastične subkulture iz koje je scijentologija iznikla. Proučavanjem tematike došlo se do spoznaje kako scijentolozi štite svoj nauk od pobijanja putem empirijskih dokaza te postoje mnogi javni dokazi njihovih pokušaja da se obrane. Mnoge su autore i izdavače odveli pred sud tražeći da se spriječi daljnje izdavanje knjiga koje im oduzimaju ugled. Neke od tih knjiga su *Scientology*, *The Now Religion* Georgea Malka, zatim *The Scandal of Scientology*, autorice Paulette Cooper te knjiga Florence Conway i Jamesa Siegelmana imenom *Snapping*. Tijekom svojeg istraživanja Bainbridge je promatrao te ujedno i sudjelovao na jednom od satova scijentološkog nauka i povukao je pitanje ispravnosti knjige Georgea Malka, ali je odmah bio izoliran od drugih polaznika. Dobio je rutinsku terapiju koja je osmišljena kako bi se bolje osjećao zbog problema, ali mu nije dan nikakav objektivni dokaz koji bi pobio Malkovu kritiku. Reakcija scijentološke grupe na Bainbridgeov spomen zabranjene knjige upućuje na sumnju da nešto skrivaju od javnosti ili da su heretičke knjige tabu u njihovom okruženju (Stark i Bainbridge 1985: 265).

Scijentologija se suočava s mnogo nezadovoljnih konzumenata, no unatoč tome često se u tužbama uspješno nagode s tužiteljem oslanjajući se na svoj status religijske organizacije. Ipak, 1979. godine morali su isplatiti svotu od dva milijuna dolara Julie Titchbourne koja je tvrdila da su joj prevarili kćer. Naime, scijentologija nudi svojim članovima, kako je već spomenuto, navodno stanje visokog mentalnog razvoja koje se naziva *clear*. U tom stanju osoba posjeduje dobro pamćenje, povišenu inteligenciju, jaku snagu volje i osobnost, odličnu vitalnost i kreativnu imaginaciju. Iako su te tvrdnje možda točne, postoje osnovane sumnje u postizanje tog stanja. Jedna od glavnih kritika i osnovna teza koju iznose Stark i Bainbridge jest da stanje *clear* nije stanje osobnog razvoja, već socijalni status. Status *clear* ima posebnu čast unutar statusnog sustava

pokreta i očekuje se određeno ponašanje osobe koja je u tom stanju. Osobe se moraju ponašati superiorno i okružene su raznim strateškim mehanizmima koji sprječavaju odstupanje od propisanog ponašanja.

Kada se govori o scijentologiji u europskom kontekstu, mnogi znanstvenici ističu kako se scijentologija i u Europi susretala sa tužbama i suđenjima, posebno u Njemačkoj i Francuskoj. Slučajevi vođenja sudskih sporova u Njemačkoj, od 1976. do 2002. godine koje je proučavao Greg Taylor, većinom se odnose na osporavanje religijskog statusa scijentologije, optužbe da je profitna organizacija, zaustavljanje ljudi na ulicama kako bi ih upoznali s naukom, plaćanje poreza, vraćanje novca za tečajeve i seminare. Scijentolozi su se također borili s bojkotom vlade te nadgledanjem njihove aktivnosti. Lista svih nepravdi koje su prema njima do sada učinili sudovi predana je 1996. godine i Europskom sudu za ljudska prava, no komisija ih je odbila saslušati (Taylor 2004: 160-175).

U Francuskoj, u kojoj je od doba Revolucije vladala antireligijska tradicija, 1905. godine donesen je Zakon o odvajanju države i Crkve koji je omogućio da organizacijski model Rimokatoličke crkve postane „referenca za prihvatljive oblike religijskog iskaza“ (Nikodem 2004b: 390). Stoga, manifestiranje religijske pripadnosti postaje prihvatljivo za pripadnike religijskih skupina i organizacija s dugom tradicijom. No, pojavom novih religijskih pokreta javljaju se i anti-kult pokreti čije narative, u odsustvu akademskih istraživanja i narativa, prihvaćaju i vlada i mediji (Introvigne 2004: 216-217). U takvim okolnostima, kada se proširila u Francusku, scijentologija se našla pod nizom optužbi. Godine 1970. scijentologija se suočila s optužbama za prijevaru te je Hubbard napustio zemlju (Macut 2011: 332). Francuski parlament 1995. godine Scijentološku crkvu je proglasio opasnom sektom te se od tada scijentologija susreće s mnogobrojnim dodatnim optužbama za obmanu i prijevaru.

5. Mediji

Mediji su oduvijek bili posrednici između religije i šire javnosti te imaju važnu društvenu ulogu i utjecaj jer se bez informacija osoba ne razvija, ne raste te ne sudjeluje u životu društva, a ulogu informiranja u današnjem društvu preuzeli su upravo mediji (Nikodem i Valković 2011: 784, 793). Knjige, časopisi, novine, radio, televizija, kino, videi su neki od oblika masovnih medija koji igraju središnju ulogu u našim životima omogućavajući nam neprestani protok informacija i zabavu. Oni su ujedno selektivni i

kreativni, što bi značilo da selektivno izvlače sadržaje iz svakodnevnog života i kreativno proširuju te oblike (Sullivan i Jewkes 1997: 29-30). Mediji su često kritizirani da određene društvene grupe kategoriziraju i prikazuju stereotipizirano, odnosno na generaliziran, parcijalan i selektivan način, te se negativne osobine koriste kako bi definirale cijelu grupu (Branston i Stafford 2006: 142-143). Donsbach i suradnici u studiji iz 2009. g., *Entzauberung eines Berufs*, tvrde kako je poštovanje medija u zadnjim godinama dovedeno u pitanje te navode pet ključnih uzroka: sekularizacija medija, medijski skandali, razotkrivanje komercijalne osnove medija, negativan pristup u izboru vijesti i gubitak profesionalnoga identiteta (Skoko 2011: 370).

U takvim okolnostima, novinari su za većinu vlasnika postali potrošna roba te ne postoje jasni kriteriji ulaska u struku, poput diplome, a ni kriteriji napredovanja unutar redakcija. Posljedica svih navedenih čimbenika jest pad kvalitete. Budući da vrijeme postaje jedan od ključnih čimbenika koji utječe na kvalitetu proizvedenog, novinarima je sve teže zadovoljiti profesionalne i etičke kriterije koji se očekuju od novinarske struke. Naime, zbog činjenice kako su novinari danas izloženi većem broju informacija te većim vremenskim pritiscima, sve češće se pribjegava imitiranju i plagiranju sadržaja (Skoko 2011: 368). Neosporna je i činjenica kako na uređivačku politiku medija sve više utječu veliki oglašivači, a uzrok promjena u medijskom ponašanju pronalazi se i u rastućem utjecaju odnosa s javnošću, tj. PR-a koji prema Baerns determiniraju novinarstvo. Naime, iako novinari mogu birati i izabrati kojim se informacijama žele koristiti i zadržati svoju neovisnost, oni se podređuju redakcijskim izborima, umjesto da aktivno istražuju (Skoko 2011: 370).

Navedeni trendovi primjećuju se i u suvremenoj novinarskoj praksi u Hrvatskoj, a ogledaju se u padu profesionalnosti u novinarskom izvještavanju i uređivanju medija, u sve manjem broju klasičnih novinarskih istraživanja, provjere drugih izvora i integrativnih tekstova (Skoko 2011: 370). Istraživanja etičkih prijepora u hrvatskim medijima koja je vodila Gordana Vilović rezultirala su navedenim kategorijama: neistinito izvještavanje, anonimni izvori, prikazivanje samo jedne strane, narušavanje temeljnih prava čovjeka, narušavanje prava manjinskih društvenih skupina, propagandni tekstovi, loš ukus i opscenost te nepodudarnost teksta i naslova (Skoko 2011: 372).

Mediji često, s vrlo malo stvarnih uporišta, objavljuju senzacionalističke informacije te se naslovna informacija u velikom broju slučajeva temelji samo na

pretpostavkama. Također, sugovornicima se mnogo puta pripisuje ono što nisu izjavili ili se njihove riječi interpretiraju na način da ne odgovaraju onome što su rekli, o čemu mogu svjedočiti mnogobrojni demantiji. Dakle, trendove koji se javljaju u hrvatskim medijima, možemo obilježiti sljedećim pojavama: tabloidizacija, komercijalizacija, senzacionalizam, objavljivanje neistina i manipuliranje činjenicama, nepridržavanje profesionalnih standarda, narušavanje etičkih normi i gubitak vjerodostojnosti. Može se reći kako je novinarstvo u Hrvatskoj pretrpjelo značajne promjene koje se ne očituju samo kroz veći broj dostupnih medija ili novih medijskih kanala, već se većinom radi o ozbiljnim strukturalnim promjenama unutar profesije. One su jednim dijelom inicirane procesima unutar novinarskih redakcija te promjenama na tržištu koje imaju utjecaj na medije zbog snažne oslonjenosti na oglasnu industriju, koja ima veliki udio u financiranju medija (Skoko 2011: 367).

Uzevši u obzir sve navedeno, smatram kako navedeno stanje u hrvatskim medijima može rezultirati pogrešnom reprezentacijom novih religijskih pokreta koji u suvremeno doba u svijetu počinju dobivati više medijske pažnje pa tako i medijskog prostora.

5.1. Mediji i stereotipizacija novih religijskih pokreta

Znanstvenici često kritiziraju medijska izvještavanja o novim religijskim pokretima pripisujući im atribute poput podjarmljujućih, iskrivljenih te punih omalovažavajućih stereotipa. Iako se unutar pokreta povremeno javljaju ekscesi ili zlostavljanja, normu izvještavanja u medijima čine pretpostavke o njihovim nedjelima i prijestupima. Tendencija kreiranja narativa o nekonvencionalnim religijskim zajednicama koji naglašavaju mračnu sliku novih religijskih pokreta pretpostavlja pitanja o pristranosti medija te izaziva kritiku znanstvenika. Kritike ističu kako neznanje, nekompetencija i nedovoljni izvori onemogućuju shvaćanje uloge religije u svijetu (Wright 1997: 101).

Priistranost novinara prilikom izvještavanja o novim religijskim pokretima ima nekoliko faktora. Naime, kako je prethodno navedeno, novinari su suočeni s rokovima do kojih se priča mora predati, stoga često nemaju dovoljno vremena za kvalitetnu istragu religijske grupe. Istraga bi uključivala pozive, pretraživanje baza podataka o prijašnjim pričama o grupi ili pregledavanje informacija stručnjaka što od novinara zahtijeva trud i vrijeme. Stoga su, zbog nedostatka znanja ili direktnog kontakta s

predstavnicima pokreta, priče često temeljene na osobnim impresijama koje često reflektiraju kulturne stereotipe. No, nedostatak znanja o religiji nije jedini izvor pristranosti prilikom medijskog izvještavanja, već neki novinari smatraju netradicionalne religijske prakse kulturno uvredljivim. U prošlosti su se medijska izvještavanja novih religijskih pokreta orijentirala na mormonsko prakticiranje poligamije te na nekonvencionalnu uređenost bračnih zajednica Unifikacijske crkve i pokreta Rajneesh. Pritom se zanemarilo dobrovoljno sudjelovanje osoba te su pokreti optuženi za fizičko-psihološku prisilu članova. Pristranost prilikom izvještavanja također ovisi o položaju religijske zajednice u društvu. Centar društva ispunjen je općeprihvaćenim uvjerenjima i vrijednostima te se marginalizirane religijske grupe koje se nalaze na periferiji često smatraju devijantnima i nemaju jednaki tretman kao *mainstream* religijske organizacije. Novinari su u takvim situacijama, prema Beckfordu, čuvari morala čija zadaća nije čuvati marginalizirane, neakomodirane skupine (Wright 1997: 103-105).

Nadalje, Beckfordova istraživanja kontroverzija oko kultova potvrdila su kako se čak i osobe na koje novi religijski pokreti direktno utječu, oslanjaju na medije kao izvor informacija o njima. Činjenica je kako je vrlo malo ljudi uspjelo ili pokušalo kontaktirati pokrete te su se, kako bi prikupili informacije, radije okrenuli novinarima. Zbog tajnovitosti i obrambenog stava većine kontroverzalnih novih religijskih pokreta, novinari su imali ključnu ulogu posrednika između novih religijskih pokreta, njihovih članova i ljutih nečlanova (Beckford 1994). Privilegiranu poziciju novinara istražitelja mogli su ugroziti bivši članovi, no većina ne želi iznositi u javnost svoja prošla opredjeljenja i stajališta. U takvim okolnostima važnu ulogu imaju anti-kult pokreti, posebno njihova veza s novinarima, koja se mora razmotriti prilikom analiziranja kontroverzija oko novih religijskih pokreta. Dio svojega uspjeha anti-kult pokreti duguju visokom stupnju religijske nepismenosti ili nedostatku upoznatosti s religioznom među kršćanima u najnaprednijim industrijskim društvima na zapadu. Naime, u doba kada je malo mladih ljudi upoznato sa raširenim religijskim tradicijama s kojima mogu usporediti nove religijske pokrete, ne postaje teško usaditi strah od nepoznatog u umove ljudi. Usađivanje straha najčešće se postiže infiltriranjem ideja o znanstvenofantastičnim, opasnim i čudnim događanjima unutar pokreta te se najčešće usredotočuje na nereligiozne aspekte pokreta kao što su prijevara, eksploatacija i kriminal. Mnogo priča temelji se na informacijama stručnjaka o novim religijskim

pokretima koji često ne posjeduju potrebno znanje ili dokumente koji bi ih kvalificirali za raspravu u toj domeni. Samoproглаšeni stručnjaci rašireni su u anti-kult domeni, no stajališta onih koji i posjeduju kompetencije odbacuju profesionalni kolege prozivajući ih za korištenje teorija koje nisu prihvaćene unutar struke. Novinari takve priče anti-kult pokreta nekritički preuzimaju, bez dodatnih adaptacija te nude publici senzacionalističke priče koje ne zahtjevaju prethodno znanje o religiji (Beckford 1994).

Promatranjem načina na koji tisak i emitirajući mediji portretiraju nove religijske pokrete, Beckford ističe kako su aktivnosti pokreta vrijedne izvještavanja jedino kada je u priču upleten konflikt te publika rijetko prima drugačije informacije. Konflikt je lajtmotiv priča te ako je vezan uz jedan pokret generalizira se na druge i tako često postaje izlika za istraživanje svih drugih pokreta. Treći aspekt novinarske konstrukcije konflikta novih religijskih pokreta jest prosljeđivanje referencija iz jednoga medija u drugi. Ukoliko se priča pojavi na televizijskim programima i zatim u novinama, povećava se njezina vjerodostojnost i naglašava negativni imidž novih religijskih pokreta. Budući da anti-kult pokreti pružaju medijima negativne informacije o novim religijskim pokretima, razvila se određena dinamika između medija i anti-kult pokreta. Informacije koje mediji nude publici dalje se koriste kao dokazi u propagandnim kampanjama anti-kult pokreta. Zbog jake veze medija i anti-kult pokreta te činjenice da se publika oslanja na informacije o njima koje nude mediji, novim religijskim pokretima teško je ispraviti prevladavajuću stereotipizirajuću sliku (Beckford 1994). Naime, grupe koje su stereotipizirane kao problematične ili opasne često imaju manji pristup utjecajnim pozicijama u medijima, njihov materijal se ne objavljuje te se moraju nositi s teretom reprezentacije (Branston i Stafford 2006: 153).

Nadalje, prema Beckfordu, jednostranost informacija o novim religijskim pokretima, naglašavanje sličnosti među pokretima te pripisivanje konflikata, istovremeno pokušavajući prikriti konflikte koje je stvorila država rezultira povećanim obrambenim stavom publike te potencijalnim povećanjem moralne panike. S obzirom na činjenicu kako i državni autoriteti često potvrđuju informacije o novim religijskim pokretima koje su iznesene u medijima, Beckford naglašava kako nije posvećeno dovoljno pažnje posljedicama senzacionalističkog izvještavanja o religijama, odnosno stereotipiziranja novih religijskih pokreta (Beckford 1994).

6. Istraživanja odnosa religije i medija

U ovom dijelu rada izložen je kratki prikaz socioloških i kulturnoantropoloških priloga istraživanjima odnosa religije i medija. Budući da su istraživanja mnogobrojna i nemoguće ih je sve obuhvatiti, za prikaz su izabrana ona koja su najrelevantnija za istraživanje ovog rada. Ako se kreće od samih početaka odnosa religije i medija potrebno je spomenuti, kako Hubert Knoblauch (2004) ističe, kako povezanost religije i medija seže u daleku prošlost kada se s pojavom i širenjem pismenosti počinje snažnije širiti religija i njezina organizacija. Naime, pismenost mijenja sam karakter religije jer dok se u usmenoj predaji „dopušta mali odmak i male mogućnosti apstrakcije iskustava, riječi pak mogu trajnim pisanim materijaliziranjem postati objektom analitičko-logičnih razmatranja i argumentiranih rasprava“ (Knoblauch 2004: 258). Stoga, pojavom tiskarskog stroja religijski materijali, poput Biblije, postaju dostupni svima te su se brže širili nauci religija i „autentična“ Božja riječ. Pisani mediji duže vrijeme su dominirali, no odnos religije i medija produbljuje se posljednjih desetljeća širenjem modernih masovnih medija, poput televizije i radija, te uvođenjem novih tehnologija koje dopuštaju interaktivno korištenje (Knoblauch 2004: 257-258). „Digitalna tehnologija omogućila je višestruke mogućnosti prenošenja informacija, što medijske kuće rabe kako bi istu informaciju plasirali u različitim oblicima uz pomoć različitih medija sa što manje ljudi“ (Krajina i Perišin 2008: 936).

Za Kristensten, pojava mnogobrojnim masovnih medija vrlo je pozitivna i može se dovesti u vezu s njezinom tvrdnjom da ukoliko pokušamo shvatiti religijske podatke s drukčijeg gledišta od gledišta vjernika, negiramo religijsku realnost. Naime, takva negacija često se događa zbog neshvaćanja važnosti korištenja različitih medija, što često rezultira preferiranjem jednog oblika medija (Kristensten prema Hoover i Lundby 1997: 187). No, prema Hooveru i Lundbyu (1997), vrlo je bitno prihvatiti multimedijски, a ne monomedijски pristup. Naime, u prilog argumentaciji o važnosti multimedijskog pristupa prilikom razumijevanja religija ide pet stavaka, a prvim se ističe kako su ljudi jedni od najznačajnijih medija. Preferiranjem samo jednog medija zaboravlja se kako ljudi svoju religioznost mogu na različite načine izražavati i prenositi drugima. Drugim stavkom se tvrdi kako su mediji dio religijskog razmišljanja te se, ukoliko želimo pristup punom spektru tog razmišljanja, mora prihvatiti multimedijски pristup. Nadalje, budući da religijsko iskustvo seže izvan dometa riječi te ga je često teško opisati, mora se koristiti više gledišta i medija u pokušajima da ga se shvati. Prijelaz s literalne na

televizijsku kulturu, kako se tvrdi četvrtim stavkom, dovodi do promjena u iskustvu svetog te mnogi znanstvenici televiziju smatraju kvazi-religijskim fenomenom. Stoga, Hoover i Lundby, kako je naznačeno petim stavkom, smatraju kako se navedene činjenice ne mogu ignorirati i religijske studije moraju ih uzeti u obzir (Hoover i Lundby 1997: 187-191).

Nadalje, Hoover i Clark (2002) ističu kako su se u prošlosti religija i mediji razmatrali kao odvojena, neovisna područja istraživanja. No, naglašavaju kako se u današnje doba granica između religije i medija sve teže razaznaje (Hoover i Clark 2002: 1). Sociolozi, psiholozi te drugi znanstvenici koji se bave masovnim komunikacijama, područje masovne komunikacije dijele na tri domene koje se istražuju. Domene su: 1) institucije, strukture i profesionalne grupe odgovorne za proizvodnju medija, 2) sadržaj, sustavi poruka ili tekstova koje proizvode te 3) utjecaji tih poruka na različitu publiku. Istraživanja prve i druge domene posebno su značajna za ovaj rad jer se bave pitanjima kojih se istraživanje dotiče, stoga predstavljaju svojevrsne temelje rada. Naime, istraživanja domene medijskih institucija, dovela su do pitanja pristranosti novinara koji izvještavaju o religiji. Propituje se utječu li na izvještavanja njihova vlastita religijska uvjerenja. U drugoj domeni, studije koje se odnose na sadržaj medija ili medijske tekstove relevantne za religiju, tendirale su promatrati medijske reprezentacije. Neke od analiza sadržaja mjerile su relativnu prisutnost ili odsutnost religije u tisku ili pokrivenost prilikom emitiranja vijesti. Druge analize ukazale su na sustavnu pogrešnu reprezentaciju religije općenito ili pak specifičnih religija. Takvi pristupi često pretpostavljaju instrumentalističku paradigmu, usredotočujući se na implikacije kako će medijske reprezentacije utjecati na uvjerenja publike i na njihov stav o religiji (Hoover 2006b: 306-308).

Fenomen televangelizacije koji se javlja 70-ih godina produbio je odnos religije i medija (Hoover 2006b: 308). Njegova pojava rezultirala je dodatnim raspravama o religijskoj upotrebi medija, utjecajima religijske televizije na publiku te se javljaju i pitanja koliko mediji pokrivaju religijsku tematiku (Hoover i Scofield Clark 2002: 1).

Nadalje, istraživanja utjecaja poruka medija na različitu publiku od ere televangelizma dijele se na studije koje su fokusirane na posebne vrste medija i njihov odnos s ciljanom i neciljanom publikom te na studije o posebnim vrstama religijskih publika i njihova različita tumačenja religijskog konteksta. U radovima posvećenima

utjecaju na publiku malo je dokaza o značajnim utjecajima medija na religioznost, religiozna uvjerenja ili praksu. Utjecaji koji su i dokazani kroz istraživanja, većinom su informativne prirode ili se odnose na jačanje religijskih skupina, što su najviše pokazala istraživanja televangelizma. Također je potrebno spomenuti i istraživanja koja su fokusirana na traženje informacija te selektivnost gledatelja i čitatelja. Istraživanja su došla do spoznaje kako religijski identificirane i motivirane publike pokazuju prakse koje su jedinstveno vezane uz njihovu religioznost. Dobiveni rezultat je značajan jer predviđa proširivanje definiranja veze između religije i medija (Hoover 2006b: 309).

Religija je za medije oduvijek predstavljala problem iz mnogo razloga, a najznačajniji je pretpostavka tiskanih i emitirajućih medija kako je religija inherentno nestabilna i kontroverzna tematika. Takvo razmišljanje u tiskanim je medijima dovelo do nevoljkosti pokrivanja religijske tematike. Ukoliko je izvještavanje potrebno, ono se svodi na ograničene kategorije i konvencije. Elektronski mediji, iz istih razloga, stvaraju politike koje nude kontekst za religiju istovremeno držeći ih na marginama televizijskog ili radijskog rasporeda emitiranja. No, otpor medija prema religiji počeo je slabiti, dijelom zbog razvoja dubljih i širih religijskih tržišta te se mediji sve više počinju formirati kao tržišta za religiju. U tome su ulogu igrale strukturalne i ekonomske promjene koje uključuju porast kanala dostupnih putem kabelskih i satelitskih usluga, eksplozija specijaliziranog tiska te integracija interneta na medijsko tržište. Nakon 11. rujna 2001. godine ubrzali su se trendovi otvaranja prema religiji te mnogo medijskih producenata i urednika uviđa kako postoji rastuće tržište za medijske materijale koji su relevantni za religiju (Hoover 2006b: 312-315).

Nadalje, Acquaviva i Pace smatraju kako se mnogobrojni masovni mediji poput televizije, novina, filmova, časopisa, radija, reklama, videoigara i CD-ova, često povezuju samo sa zabavom i smatraju se irelevantnim za živote ljudi. No, takvo shvaćanje odbacuju kao netočno i ističu činjenicu kako su masovni mediji uključeni u mnoge druge aspekte društvenih aktivnosti te znatno utječu na naša iskustva i javno mnijenje (Acquaviva, Pace 1996: 172). „U suvremeno doba, kada religioznost sve više karakterizira individualizam, gdje izgradnja identiteta polako izlazi iz tradicionalne arene obitelji, Crkve i škole u kojoj se nekoć oblikovao svjetonazor, mediji postaju nova arena u kojoj se kroje značenja“ (Sever 2012: 33). Stoga, mediji se mogu promatrati kao kontekst unutar kojeg su važne ideje i vrijednosti predstavljeni, raspravljeni i vrednovani (Hoover 2006b: 308). Unutar tog konteksta komentiraju se i religijske

vrednote te se događa oblikovanje religijskoga i društvenoga identiteta. Kulturalni studiji, koji se razvijaju u drugoj polovici 60-ih godina 20. stoljeća u Velikoj Britaniji, vrše jedno od prvih istraživanja načina na koji pojedinci unutar jedne skupine koriste medije i „upijaju“ njihove proizvode. Takvi proizvodi mogu sadržavati religiozne teme i iskustva te na taj način utjecati na stvaranje religioznoga značenja (Sever 2012: 31).

Spoznaja da religije ne ostaju ravnodušne na činjenicu da mediji zauzimaju velik prostor u društvu vrlo je bitna za ovaj rad i konstruiranje druge hipoteze. Naime, religijske zajednice traže izravan ili neizravan način ulaska u svijet masovnog priopćavanja čijom upotrebom mogu dosegnuti do ljudi čak i u njihovim domovima. Isto tako, mediji traže način kako govoriti o religiji u skladu s onime za što se smatra da je vijest, a to je nešto spektakularno, što privlači pozornost, znatiželju, fascinira gledatelje ili pak čitatelje. Najviše se vrednuju oblici religioznosti koji su vijest te se mogu prikazati kao medijski događaj, odnosno događaj koji je potencijalno spektakularan i izniman. Mediji nameću religijama i svima koji žele govoriti o vjeri na televiziji ili tisku precizna pravila, ako ne žele izgubiti važnost. Religija se u nametnutim uvjetima može ili prilagoditi toj logici i postati „roba“ masovnih medija ili može ostati ispod razine društvene vidljivosti. Stoga, sve više raste interes religijskih organizacija za tisak i reklamu te se u tom kontekstu spominje i termin religije koja je marketinški orijentirana. Najpoznatiji primjer toga je televangelizam u Americi koji se širio putem televizijskog prijenosa govora propovjednika, a protagonizam i spektakularnost glavni su razlozi uspjeha tih programa i propovjednika (Acquaviva, Pace 1996: 171-174).

Na sve veće značenje masovnih medija u širenju religije i novog oblikovanja njezinih sadržaja ukazuje i fenomen *Electronic Church*. Naime, fenomen se javlja u Sjedinjenim Američkim Državama s čijim su televizijskim postajama 40-ih i 50-ih godina velike denominacije počele surađivati. *Electronic Church* razvila je vlastite emisije te vlastitu organizacijsku strukturu unutar medijskog područja koja je snažno utjecala na religijske, ali i političke i kulturalne institucije. Povezanost religije i medija ne ograničava se samo na *Electronic Church*, već se i emisija *World Mission* Billya Grahama emitirala preko satelita u 165 zemalja svijeta. Katolička crkva također ima dugu tradiciju uporabe medija. U tom kontekstu, potrebno je spomenuti kako Katolička crkva u Hrvatskoj ima vrlo razvijenu nakladničku djelatnost te kako jedna od izdavačkih kuća, Kršćanska sadašnjost, izdaje brojne naslove teološke, duhovne i

beletrističke literature čiji je cilj promicanje koncilske i liturgijske obnove. Objavljaju se mnoga druga glasila kao što su *Glas Koncila* koji prati najvažnije događaje unutar crkve općenito i unutar Crkve u Hrvatskoj, zatim *Mali koncil* namijenjen djeci, *Kana*, *Veritas*, *Služba Božja*, *Služba Riječi* i *Živo Vrelo* koji promiču liturgijsku obnovu. Biskupije i župe u Hrvatskoj povremeno objavljuju biskupijska i župna glasila te postoji i Informativna katolička agencija čije je sjedište u Zagrebu (Marinović Bobinac i Marinović Jerolimov 2008: 41-42).

Unatoč tome što upozorava na mogući negativni utjecaj elektroničkih medija na području moralnosti, Crkva ih prihvaća i počinje s produkcijom emisija vjerskog sadržaja na radiju i televiziji. U Zagrebu djeluju dva radija, Katolički radio i Radio Marija. Religijski katolički sadržaji prisutni su i na Hrvatskoj televiziji koja emitira nekoliko emisija. Pokrenuto je i internetsko glasilo *Duhovno vrelo* te *Katolici na internetu* (Marinović Bobinac i Marinović Jerolimov 2008: 41-42). Također, prijenosi misa zauzimaju važno mjesto unutar radijskih i televizijskih programa. U Hrvatskoj se prva misa, koju priređuje Redakcija religijskog programa, prenosila 1990. godine te se otada misa prenosi svake nedjelje iz zagrebačkih župa, a od 10. siječnja 1997. godine i iz drugih hrvatskih biskupija i hrvatskih katoličkih misija u drugim zemljama. Mise na televiziji u Hrvatskoj se prenose više od dva desetljeća, a u prijenos se nerijetko uključuje i cijela župa što je prigoda i za pastoralne aktivnosti. Potrebno je spomenuti kako se osim misa svake godine prenosi i Papin *Urbi et Orbi* iz Vatikana (Valković 2013: 129-136). Novi religijski pokreti intenzivno koriste elektroničke medije te internet kako bi se promovirali i raširili svoj nauk (Knoblauch 2004: 260-262).

Korištenjem medija, religije i novi religijski pokreti mogu prodrijeti u popularnu kulturu koja je, kako tvrdi Titus Hjelm, postala „zlatni rudnik“ stvaranja identiteta na različitim razinama. „S jedne strane, pop-kultura može privući ljude k postojećim religijama, dok s druge strane nudi modele za stvaranje individualne religioznosti“ (Sever 2012: 33). No, Davie analizira korištenje vjerskim simbolima, umjetničkim i biblijskim referencama prilikom oglašavanja te diskutira o pozitivnoj i negativnoj strani korištenja medija. Osim pozitivne strane korištenja medija kao što je jačanje religijske poruke jer je u radijskoj ili televizijskoj emisiji moguće doprijeti do puno više ljudi, naglašava i jednu negativnu posljedicu (Davie prema Geiger 2006: 209). Naime, postavlja se pitanje mijenja li se načinom prenošenja i priroda poruke. Jedan od razloga za postavljanje tog pitanja jest i činjenica kako npr. emitiranu propovijed, koja

može biti ista ona koja se propovijeda u crkvi, drugačije doživljavaju oni koji ju slušaju ili gledaju kod kuće. Propovijedima se često manipulira u svrhu stvaranja materijala primjerenog za jedan različit medij koji zbog manjka atraktivnosti ili vremenskog ograničenja izbacuje elemente liturgije i time se poruka mijenja. Posljedica toga je, kako ističe Davie, negativan učinak medija na religijsko sjećanje¹⁴ (Davie 2005: 147-148).

Dakle, može se zaključiti kako polje istraživanja medija i religije raste iz mnogo razloga: pojava televangelizma, rast masovnih medija, a najvažniji je prepoznavanje važnosti veze religije i medija. Medijski ukusi i ponašanja postali su vrlo važni, čak određujući markeri religiozno moduliranih društvenih značenja i društvenog iskustva. To se posebno odnosi na grupe kao što su tinejdžeri, djeca, one koji se zanimaju za alternativnu spiritualnost te na one koji žele pronaći informacije o rastućoj različitosti religijskog područja. Mediji postaju ključni te u nekim slučajevima i jedini izvori simbola i tvrdnji o rastućoj religijskoj različitosti. Za individualne čitatelje, gledatelje i slušatelje mediji nude informacije o mnogim religioznim Drugima te informacije o našim vlastitim religijskim vjerovanjima i tradicijama (Hoover 2006b: 309).

6.1. Istraživanja odnosa religije i medija u Hrvatskoj

Budući da se tema ovoga rada odnosi na hrvatski kontekst, neophodno je spomenuti i dostignuća hrvatskih znanstvenika na području istraživanja odnosa religije i medija u Hrvatskoj. Naime, u Hrvatskoj su se sociolozi te etnolozi i kulturni antropolozi bavili tematikom religije, ali su je jako rijetko promatrali u vezi s medijima. Dosadašnja sociološka istraživanja religije, većinom su se bavila religijskim identitetom, pitanjima institucionalne religioznosti u suvremenom hrvatskom društvu, necrkvenom religioznosti te se razmatrala uloga religije u Hrvatskoj prije i poslije pada komunizma. No, valja istaknuti i nekoliko istraživanja koja su se dotakla odnosa religije i medija. Rad Krunoslava Nikodema i Jerka Valkovića (2011) analizira, između ostalog, pitanje koliko mediji u Hrvatskoj poštuju uvjerenja i stavove različitih vjerskih skupina, agnostika i ateista. Pitanje se analizira s obzirom na osnovne sociodemografske

¹⁴ Religijsko sjećanje je sjećanje koje je akumulirano i prenosi se u crkvama, obrazovnim sustavima i putem masovnih medija. Davie ga promatra kao europsku karakteristiku koja prevladava među mladim ljudima, a portretiraju ga mediji (Davie 2005:49-54).

karakteristike ispitanika, političke orijentacije i osnovne religijske karakteristike ispitanika. Dolazi se do zaključka kako se 70,7% ispitanika slaže da mediji u Hrvatskoj poštuju uvjerenja i stavove katolika. No, mišljenja o poštivanju uvjerenja i stavova ostalih vjerskih skupina te agnostika i ateista su podijeljena (Nikodem i Valković 2011: 783, 811). Nadalje, Vine Mihaljević (2003) analizira stupanj povjerenja laičkih pokreta unutar Crkve prema medijima te stupanj upotrebe novih medija kao što su osobno računalo, internet ili e-mail. Rezultati pokazuju izrazito visok stupanj nepovjerenja prema svim medijima te nizak stupanj učestalosti korištenja novih medija (Mihaljević 2003: 1015-1019).

Istraživanje koje je od velikog značaja za ovaj rad je istraživanje prikaza manjih vjerskih zajednica u medijima, među kojima je i scijentologija, a izvršio ga je Goran Goldberger (2011). Cilj istraživanja bio je dati uvid u način prezentacije malih vjerskih zajednica u člancima četiriju dnevnih novina u Hrvatskoj, *Novog lista*, *Slobodne Dalmacije*, *Večernjeg lista* i *Vjesnika* u dva razdoblja, od 1990.-1998. godine i od 1999.-2006. godine. Rezultati istraživanja pokazuju kako „postoji razlika u prezentaciji tradicionalno i povijesno prisutnih te novijih i netradicionalnijih vjerskih zajednica u dnevnim novinama, s obzirom na specifičnosti društveno-političkog konteksta dva razdoblja istraživanja” (Goldberger 2011: 7).

Etnološka i kulturnoantropološka istraživanja religije u Hrvatskoj odnosila su se na rekonstrukciju mitskih krajolika, na propitivanje mehanizama i načina oblikovanja religijskog identiteta, odnosa institucionalne i izvaninstitucionalne religioznosti, novih religijskih pokreta, problema religijskog iskustva, pitanja religijskog konflikta i dijaloga, procesa posvećivanja osoba, mjesta i vremena, pitanja hodočasničkog iskustva i fenomena hodočašćenja, sekularnog hodočašća i oblikovanja svetih mjesta. No, u kontekstu istraživanja koja se dotiču odnosa religije i medija, najrelevantnija su istraživanja fenomena hodočašća i oblikovanja svetih mjesta kojima se bavila etnologinja Marijana Belaj (2012). Naime, autorica se dotakla pitanja načina na koji internet kao medij oblikuje granice svetih mjesta. Ističe, kako se moć svetišta širi putem interneta, odnosno internetskih stranica koje osim povijesnih informacija, nude i svjedočanstva te izvješća o ishodima hodočašća u određeno svetište. Internet, s jedne strane hodočasničko mjesto smješta u svakodnevni prostor, dok hodočasnici, s druge strane, u hodočasničko mjesto unose svoje probleme svakodnevne. Uzevši u obzir navedeno, može se reći kako procesi sakralizacije svakodnevnice i desakralizacije

hodočasničkog mjesta zamagljuje granicu između profane i sakralne stvarnosti hodočasničkog mjesta (Belaj 2012: 38-39).

7. Rezultati istraživanja

7.1. Rezultati istraživanja dnevnih novina

Istraživanjem su obuhvaćene dvije dnevne novine *Jutarnji list* i *Večernji list* u razdoblju od 2009.-2013. godine. U navedenom razdoblju scijentologija se spominjala u ukupno 83 članaka, konkretno 48 (57,8%) članaka *Jutarnjeg lista* i 35 (42,2%) članaka *Večernjeg lista*. Ukoliko se pažnja obrati na broj članaka u svakoj analiziranoj godini, primjećuje se kako je ukupni broj članaka u kojima se spominje scijentologija najveći u 2009. godini s trideset i dva (38,6%) članka, zatim slijedi 2012. godina s devetnaest (22,9%) članaka i 2013. godina s trinaest (15,7%) članaka. Najmanji broj članaka prisutan je u 2011. godini (13,3%) te 2010. godini (9,6%). Veći broj članaka u 2009. godini moguće je potaknut smrti sina Johna Travolte, jednog od pripadnika Scijentološke crkve, jer se od tog događaja bilježi veći interes za scijentološku tematiku, posebno izvještavanja o scijentološkim tehnikama za koje se smatra da su u tom slučaju krive za smrt Jetta Travolte. Ukoliko se razmatraju razlozi pojave većeg broja članaka 2012. godine, kao jedan od razloga može se istaknuti razvod Toma Cruisea i Katie Holmes, koji je potaknuo mnogobrojna druga svjedočenja o scijentologiji i rasprave o razlozima razvoda te se pritom kao razlog najčešće ističe scijentologija i njezine „sektaške metode“.

Prilikom analiziranja načina na koji novine procesuiraju scijentološku tematiku došlo se do zaključka kako su u 54,2% članaka autori novinari, dok su drugi najbrojniji izvor informacija agencije (19,3%), većinom strane. Također, iako su određene članke potpisali autori, potrebno je napomenuti kako se u njima oslanjaju na inozemne izvore kao što su *Daily Mail*, *Vanity Fair* i *Magazin Star*. Najzastupljenije vrste priloga su vijest (33,7%) i izvješće (59%) koji su informativnog karaktera te ih slijede feljton (4,8%) i intervju (2,4%), a u većini članaka scijentologija je sporedna tema ili se samo spominje (49,4%) dok se kao samostalna tema javlja u samo 26,5% članaka. Nadalje, o scijentološkim temama najčešće se izvještava u kontekstu inozemne prostorne dimenzije (88%) prilikom čega su najzastupljenije Amerika i Francuska te u manjem broju Australija, Bahami, Velika Britanija i Haiti. Do miješanja domaće i inozemne prostorne dimenzije dolazi u šest (7,2%) članaka te se u tim slučajevima uz spominjanje

scijentologije u hrvatskom kontekstu navode svjedočenja bivših članova Crkve ili ističu kontroverzije vezane uz Crkvu u drugim zemljama poput tužbi ili sudskih sporova. Domaća prostorna dimenzija izvještavanja o scijentologiji je najmanje zastupljena (4,8%) te se izvještavanja odnose na scijentološka događanja u Splitu i Zagrebu te posjet Toma Cruisea Hvaru. Članci većinom nisu imali najavu (96,4%) te je samo njih tri, odnosno 3,6% imalo najavu na naslovnoj strani novina, a naslovi analiziranih članka su u 83,1% članaka odgovarali tekstu.

Teme o kojima se najviše izvještava jesu slavne osobe koji su aktualni ili bivši pripadnici scijentologije (48,2%) te scijentološka učenja i tehnike (37,3%) o kojima se piše u negativnom kontekstu. Ističe se njihova pogubnost za neke pripadnike Crkve. Pritom se najčešće raspravlja o scijentološkim tretmanima poput „detoksikacije”, „uzimanju vitamina”, „odlasku u saune” te o „problematičnom stavu scijentologije prema medicini.“ Od zastupljenijih tema, potrebno je spomenuti optužbe i suđenja Scijentološkoj crkvi (7,2%). Osim scijentoloških tehnika i metoda u 7,2% članaka govori se o samoj scijentološkoj religiji koja je objektivno prikazana. U tim člancima akteri su većinom pripadnici scijentologije u Hrvatskoj koji daju svoj komentar na određenu temu popraćenu kontroverzijama. Potrebno je spomenuti kako se u taj postotak ubrajaju i članci iz domaće prostorne dimenzije koji su popratili akcije scijentoloških volontera u Zagrebu i Splitu. Nadalje akteri koji se najviše ističu su, već spomenuti pripadnici scijentologije u Hrvatskoj te aktualni i bivši pripadnici iz drugih zemalja (72,3%), najčešće Amerike. Također, bitno je istaknuti kako su među akterima i pripadnici medija (7,2%) koji ili vrše vlastita istraživanja o scijentologiji (posebno u hrvatskom kontekstu) ili se javljaju kao izvršitelji zabrane scijentološkog korištenja medija, konkretno u slučaju Wikipedije protiv Scijentološke crkve. Od zastupljenijih aktera ističe se i represivni aparat države¹⁵ (4,8%) u kontekstu optužbi i suđenja scijentologije za „organiziranu prijevaru” te „iznuđivanje novaca od članova”. Iako se orijentacija aktera prema tematici, tj. scijentologiji u 50,6% slučajeva ne može odrediti, ukoliko se razmatraju pozitivna i negativna orijentacija, očigledno jest da prevladava ona negativna (30,1%). Potrebno je napomenuti kako su teme obrađene površinski te se

¹⁵ Pod represivni aparat države ubrajaju se sud, policija, vojska i zatvor

većinom zadržava na deskripciji npr. scijentoloških tehnika ili nauka dok se u dubinu i raspravu o uzrocima i posljedicama ne zalazi.

Negativna orijentacija članaka prisutna je u 62,7%, a analiza dominantne terminologije prisutne u člancima pokazuje kako se scijentologija najčešće spominje uz pojam „Crkve” (43,4%), no uz njega se dodatno vežu pojmovi kao što su „vjerska organizacija”, „vjerski pokret” te „kontroverzni pokret”. Sljedeći najbrojniji pojmovi koji se vežu uz scijentologiju su „sekta” (10,8%) uz koju se spominju pojmovi „kriminal”, „ilegalna praksa” te „kult” (6,02%) uz koji se spominju pojmovi „kult pohlepe, iznude i pranja mozga”. Kada se govori o pripadnicima scijentologije najčešće se ne koristi opis (39,8%), no često ih se opisuje kao „sljedbenike” (21,7%), „članove” (15,7%), „pripadnike” (7,2%) te nešto rjeđe kao „pristalice” (1,2%) i „pobornike” (2,4%). Unatoč negativnostima, scijentologija se u 2,4% članaka spominje u pozitivnom kontekstu kada se govori o njezinim pozitivnim učincima, većinom na slavne osobe. Također, vrlo je visok postotak članaka koji ne zauzimaju kritički stav prema scijentologiji, 34,9%.

Prilikom razmatranja činjenice nastoji li se člancima prenijeti poruka čitateljstvu došlo se do zaključka kako u 90,4% članaka poruka ne postoji. No, ipak u nekim člancima postoje implicitne (7,2%) i eksplicitne (2,4%) poruke upućene imaginarnom čitatelju (9,6%). Neke od implicitnih poruka upućuju npr. na financijski aspekt Scijentološke crkve u negativnom i osuđujućem tonu u kontekstu priče o osnivanju humanitarne zaklade za preminulog sina Johna Travolte. Naime, ističe se „A budući da je Travolta gorljivi scijentolog, ne sumnjamo da će dio novca otići i njegovoj crkvi.” Postavlja se pitanje zbog čega je zaključeno da će novac zaklade nevezane direktno uz Scijentološku crkvu istoj otići? Smatram kako je poruka koja se šalje pomalo negativna jer njome implicira kako je gotovo imperativ da dio novca prikupljen u zakladi ide Scijentološkoj crkvi zbog toga što je Travolta ili toliko „obmanut” scijentologijom da bi financirao Scijentološku crkvu koristeći se resursima iz humanitarne zaklade ili da je to svojevrsan zahtjev Scijentološke crkve. Nadalje, poruke impliciraju štetnost scijentoloških tehnika, scijentološku prijevaru i iznuđivanje novaca od članova. Eksplicitne poruke ističu kako je potrebno izglednijati se kako bi bio prihvatljiv pripadnik Scijentološke crkve, navodima „...koristi ovakvo piće ne bi li bila mršavija i snažna, kao što se i očekuje od sljedbenice Scijentološke crkve”. Zatim, navod da će „Travolta morati dobro razmisliti o budućim koracima, ne želi li da njegove afere

postanu javno dobro” potvrđuje priču koja se provlači kroz članak, a to je da je Scijentološka crkva

„...sekta (koja) čuva tajne dosjee s neugodnim činjenicama iz života svojih članova.. navodno postoje podaci o Travoltinim homoseksualnim sklonostima i vezi sa scijentologom Jeffom Kathreinom...”

Smatram kako se čitateljima time šalje negativna poruka o navodnim metodama Scijentološke crkve aludirajući na neprovjerenu činjenicu kako one uistinu postoje.

Iako rezultati pokazuju kako se čitatelju u člancima ne ostavlja velika mogućnost zauzimanja vlastitog, kritičkog stava (8,4%) te se neki izneseni stavovi nameću kao jedino relevantni (7,2%), potrebno je uzeti u obzir kako se u većini članaka ne može odrediti (84,3%) koliko je prostora ostavljeno stavovima čitatelja. Stoga, navedeni rezultati ne mogu biti dovoljno relevantan pokazatelj otvorenosti medija prema stavovima čitatelja o scijentološkoj tematici.

Ukoliko se rezultati analize sumiraju dolazi se do zaključka kako se scijentološkoj tematici pristupa više informativno nego istraživački ili analitički. Također, unatoč tome što su izvor izvještavanja u većini članaka novinari, činjenica je da su orijentirani na inozemnu prostornu dimenziju i da se neki koriste inozemnim izvorima poput *Vanity Faira* ili *Daily Maila*. Stoga, može se reći kako se prilikom izvještavanja u Hrvatskoj mediji oslanjaju i na inozemna izvještavanja o scijentologiji. Hrvatski mediji prilikom izvještavanja podliježu stereotipizaciji novih religijskih pokreta nudeći čitateljstvu negativne poruke o scijentologiji te koristeći se vokabularom kao što je „sekta“, „kult“, „kriminalna organizacija“, „organizirana prijevara“, „iznuđivanje novaca“, „zlostavljanje članova“ i „ispiranje mozga“. Također, prisustvovanje pripadnika scijentologije u Hrvatskoj kao sugovornika u člancima može biti pokazatelj načina scijentološkog korištenja medija, koje se u ovom slučaju nije pokazalo inovativnim.

7.2. Rezultati dobiveni intervjuima

Pitanja¹⁶ koja su postavljena prilikom intervjua individualno su prilagođena za svakog kazivača ovisno o tome kako su se postavili prema temi prije intervjua i koliko su bili spremni odgovarati na pojedina pitanja.

Pitanje koje se tijekom intervjua prvenstveno nametnulo je ono koje se odnosi na prikazanost scijentologije u medijima i na mišljenje kazivača o tome koliko mediji kreiraju sliku scijentologije u Hrvatskoj te na koje su aspekte pritom usredotočeni.

BARIŠIĆ: „Mislim da se scijentologijom, čast izuzecima, vrlo malo ljudi bavilo. Iskreno, do vlastite želje da saznam nešto više o tome i napravim priču, mnoge stvari su mi bile potpuno nepoznate. Činjenica jest da je slika koja prevladava u medijima o scijentologiji, vrlo štura i jednostavna. Najčešće se opisuje kao ‘sekta za bogate’. Moj osobni stav je da većina medija zapravo i nije kreirala ikakav stav o scijentologiji, već se po principu zanimljivosti, s vremena na vrijeme doticala ove teme i to gotovo uvijek i isključivo kroz priče poznatih holivudskih pripadnika te religije.”

PAVIČIĆ: „...odgovoriti se može općim odgovorom da mediji kreiraju sliku i stav o svemu. I to ne samo kod nas. Često puta to zna biti površno i pogrešno, pa se dobiva ‘iskrivljena slika’, jer je neka pojava ili događaj prezentiran onako kako ga vidi neki novinar, urednik ili redakcija. Scijentologija u tome nije nikakva iznimka.”

LUČIĆ: „Ako pogledamo prisutnost malih vjerskih zajednica u hrvatskoj javnosti, onda se scijentologija s obzirom na broj objava zapravo ne bi trebala žaliti. Zahvaljujući vezanosti za poznate osobe, ona se povremeno pojavljuje ali kroz tekstove koje mediji prevode iz inozemnih izdanja. To, alohtonost informacija, važno je obilježje informiranja o scijentologiji. Ti se tekstovi, međutim, ne bave suštinskim vjerskim temama nego raznim biografskim intrigama ljudi itd.”

N.V.: „Mišljenja sam kako mediji vole samo materijale za crnu kroniku i kontroverze. Loše vijesti se bolje prodaju od dobrih. Većina svjetskih medija je u privatnom vlasništvu i širi unaprijed određenu propagandu koja ide u korist

¹⁶ Odgovori na pitanja preneseni su onako kako ih je sugovornik ispisao, uključivši i gramatičke i pravopisne pogreške.

npr. farmaceutskim tvrtkama i sl. Logika je slijedeća, ako se financiranje psihijatrije popelo na 80 milijardi USD godišnje a Scijentologija pomaže ljudima bez psihofarmatika onda je normalno za očekivati da će taj i slični lobiji pokušati stati na kraj Scijentologiji. To nije samo slučaj za Scijentologiju. Istraži malo za hranu npr., B17 vitamin koji liječi rak i sl. Scijentologija je kod nas prikazana uglavnom onako kako medijima odgovara. No svakako sam mišljenja da je pristrana slika i informacije su preuzete iz drugih članaka a ne sa izvora kao što sam ranije spomenuo. Mediji su jedini koji kreiraju sliku u Hrvatskoj jer nažalost nema dovoljno scijentologa koji bi prikazali drugu stranu medalje. Upravo zato smo organizirali 'žuti šator' kako bi bolje informirali ljude. Ljudi su jako dobro reagirali i dobili informacije koje preko medija nisu bile dostupne. U Hrvatskoj Scijentologija nije toliko rasprostranjena zbog toga što nema dovoljan broj ljudi koji bi aktivno sudjelovali u promociji putem letaka, tečajeva. Scijentološka literatura dostupna je samo kod nas i eventualno nekih knjižnica u gradu Zagrebu poput NSK il KGZ-a."

Sljedeće što me je zanimalo je mišljenje pripadnika medija o privlačnosti scijentologije kao teme o kojoj bi mediji željeli izvještavati.

BARIŠIĆ: „Svaka tema koja je poput ove, dakle, tema koja je pomalo u tajnosti, o kojoj se šuška, a malo zna, jest zanimljiva. Činjenica je da scijentologiju prakticira oko osam milijuna ljudi diljem svijeta. U nas i nije toliko zastupljena, tako da sam pri izradi priloga morao sugovornike pronaći izvan zemlje. No to što je u nas malo zastupljena ili nije, ne mora značiti da nekoga ne zanima i da o njoj ne želi nešto znati više.”

PAVIČIĆ: „Kao prvo, scijentologija nije jako zastupljena u Hrvatskoj. Odnosno, sasvim je nova i nepoznata. Sve što se doznaje o scijentologiji uglavnom se doznaje iz inozemnih medija, a riječ je uglavnom o atraktivnim (namjerno neću reći – senzacionalističkim) napisima, koji se kod nas prenose, a odnose se ili na svjetski poznate osobe povezane sa scijentologijom (npr. Tom Cruise) ili s nekim problemima vezanima uz scijentologiju, npr. svojedobna tema o zabrani scijentološke crkve u Njemačkoj. Dakle, tema o scijentologiji je vrlo malo. S druge strane, to je i zbog toga što su sami scijentolozi samozatajni i ne traže neku posebnu medijsku i javnu pozornost. Učinili su tek, koliko mi je poznato, prije godinu-dvije u Splitu na nekom javnom predstavljanju dijanetike na rivi ili na nekom takvom javnom prostoru.”

S obzirom na činjenicu da se istraživanje odnosi na medijsko izvještavanje o scijentologiji, bilo je bitno saznati jesu li se kazivači ikada bavili tom temom.

BARIŠIĆ: „Sama Scijentologija je poprilično mistificirana. O njoj se ponešto zna, ponajviše preko poznatih osoba koje su bile ili još uvijek jesu članovi Scijentološke crkve/pokreta. Ideja je došla upravo zbog mnogih medijskih natpisa koji su govorili o slavnim pripadnicima od Toma Cruisea do Johna Travolte i inih. Zanimalo me koliko ima istine u natpisima da se radi o visoko profitnoj organizaciji koja naplaćuje svoje članstvo, kojima metodama se koriste i u što vjeruju sami pripadnici...Zanimalo me dakle što se krije iza svega,tko su ljudi koji se time bave i koliko ima istine u svemu da se radi o sektu koja manipulira ljudima...upravo u tom vremenu... bila je aktualna priča o Tomu Cruiseu i Katie Holmes koji su prolazili mučan razvod braka. A za sam razlog razvoda, često se spominjala i scijentologija i različiti stavovi oko prakticiranja iste. Kako se mi u pravilu nikada ne bavimo poznatima i slavcima, oni su nam samo bili povod za dublju analizu i istraživanje na ovu temu!”

LUČIĆ: „Nisam nikada radio emisiju o scijentologiji. Pored gornjih razloga, glavni razlozi su što mene na vjerskom planu osobito ne privlači scijentologija jer sam katolik. Drugo, scijentologija se nije ničim osobito nametnula u javnosti da bi postala temom, da bi zadužila novinare da je stave u program i traže stručnjake za tumačenje. Treće, imidž scijentologije kao pojave koja često dolazi isprepletena sa šou biznisom i sa skandalima, dodatno me odbija. . Imao sam namjeru raditi jednu emisiju u kojoj bi ugostio pripadnike malih vjerskih zajednica da razgovaramo je li pripadanje maloj zajednici bolje ili lošije za prakticiranje vjere, ali jednostavno nije došlo na red. Emisija ima obaveze prema Katoličkoj crkvi na temelju Vatikanskih ugovora, tako je većina tema vezana za ovu crkvu.”

Budući da se jedan od kazivača izjasnio kako je svojevremeno obradio tematiku scijentologije u emisiji „Provjereno“ zanimalo me je na koje se izvore pritom oslanjao te koji su bili ciljevi emisije.

BARIŠIĆ: „Glavni izvori informacija, uz dostupnu literaturu, bili su mi ljudi koji prakticiraju scijentologiju, odnosno njezinu metodu Dijanetiku. U Domžalama kraj Ljubljane pronašao sam gospodina Jožu Levina čija obitelj i on sam, već više od deset godina prakticiraju scijentologiju. Jedna od sugovornica bila mi je i gđa Mojca Borko, slikarica iz Ljubljane koja godinama prakticira

Dijanetiku. No tu je i druga strana priče. John Anthony Duigain, Irac koji je zbog istih razloga ušao u scijentologiju i tvrdi da nakon određenog stupnja – scijentologija postaje sekta koja kontrolira svoje članove i upliće se u svaku sferu života pojedinca. Njegovo iskustvo je završilo bijegom iz kampa za koji tvrdi da je bilo mjesto mučenja. U svemu mi je mnogo pomogla gđa Branka Dujmić Delcourt, predsjednica CISK-a, Centra za informiranje o sektama i kultovima. Ona je bila i osoba koja me upoznala s g. Duigainom. Cilj mi je uvijek dobiti informacije od samih aktera priče. Jedne i druge strane. Kako se ovdje radi o vrlo kontroverznoj temi, trudio smo se i uspio obuhvatiti sve aspekte priče. Od samog nauka i metoda kojima se koriste, pa do osoba koje su članovi zajednice. Među njima su bili oni koji imaju i pozitivna i negativna iskustva. U svakom prilogu nastojimo svi u našem timu objektivno prikazati stanje stvari.”

S obzirom na krizu novinarstva koja, prema nekim znanstvenim člancima, vlada u Hrvatskoj, zanimalo me je stajalište kazivača o situaciji u Hrvatskoj te teže li objektivnosti ili popuštaju pred senzacijama.

BARIŠIĆ: „Senzacija uvijek ima. I uvijek će biti onih koji se za njima vode. Naš i moj cilj je uvijek bio ostati objektivni, informativni, isitiniti. To je princip rada kojeg negujemo već punih šest godina i on ima rezultat. Senzacije bez pokrića i bombastičnost je kratkog vijeka trajanja. I ona je osobna, bolje reći pojedinačna. Ovisi o novinarima i urednicima koji se vode za tim principom rada, koji je meni i okruženju u kojem radim – strana. Štoviše, redovito ‘kopamo’ iza tih senzacija, objašnjavamo i donosimo sve aspekte priče, kako bi razriješili misterije i donijeli pravo stanje stvari.”

PAVIČIĆ: „Današnji mediji su krajnje sekularizirani, a posebno u našoj zemlji, gdje su u vodstvima redakcija i na ključnim pozicijama koji ili vrlo malo poznaju religiju i religioznost ili što je još gore – izrazito su prema religiji svjetoznazorski isključivi. Mi živimo vrijeme glumljene demokracije, koja se zloupotrebljava na sve moguće načine kako bi političke, gospodarske i ostale društvene elite ugrabile što veći dio ‘kolača’ za sebe. Tu mediji imaju važno mjesto i njihova je uloga potpuno podređena toj vrsti interesa. To najbolje potvrđuje teza da su npr. od političara (koji su prosječni, a često i ispodprosječni ljudi) napravili mega-zvijezde, o kojima sve znamo, a da to svojom društvenom ulogom nimalo ne zaslužuju. O religijskim zajednicama govori se i piše vrlo malo iz pozitivnog aspekta i naglašava njihova pozitivna uloga u društvu. Više

se naglasak stavlja na negativnosti i afere. Takav je, naprosto, mentalitet i vrijeme u kojem živimo.”

Nadalje, budući da je priroda odnosa scijentologije prema medijima vrlo specifična, zanimala su me mišljenja pripadnika medija zbog čega je to prema njima tako.

PAVIČIĆ: „Gledajte, napraviti u današnjem svijetu nešto da se za to zna i da se čuje o tome a učiniti to bez medija gotovo je nemoguće. Pogotovo posljednjih godina u vrijeme interneta. Tako svi upadamo u zamku da, s jedne strane, ocrnjujemo medije kao sveprisutne (čitaj: previšeprisutne) i kao takve čak i štetne, a da s druge strane ne možemo bez njih. Bez obzira da li nam trebaju kao sredstvo našeg predstavljanja ili našeg informiranja. U tome kontekstu, kako i sami primjećujete, funkcionira i scijentologija. Naime, teško je neku ideju i program predstaviti široj javnosti i pridobiti njezinu pažnju ako se ne poslužite medijima. Bilo kakvim. Od banalnog ‘prženja’ nekoliko CD-a koje ćete podijeliti prijateljima do tiskanja novina koje će čitati deseci tisuća ljudi. A svatko tko prezentira neku svoju ideju, potrebu za medijima osjetit će jako nakon što se sudari sa zidom nerazumijevanja (ili nedajbože sotoniziranja i napadanja) u drugim medijima. Naprosto će osjetiti potrebu da ima svoj utjecajan medij ili da djeluje preko nekog drugog pouzdanog i savezničkog medija, koji će ga moći ispravno i objektivno prezentirati.”

LUČIĆ: „Možda je odnos scijentologije prema medijima određen nečijom osobnom poviješću, i kao takav se nastavio pronositi. Mediji su sustav prenošenja javnih informacija, pa je razumljivo da netko može imati negativan odnos zbog kontrole i zloupotreba nekih medija, pa čak i većine njih. Međutim, bez komunikacija nije moguća ni jedna zajednica, pa ni scijentološka, pa bi scijentologija u tom slučaju svojim angažmanom mogla nadomjestiti nedostatke koji postoje u općoj javnosti.”

Budući da su pripadnici scijentologije u Hrvatskoj organizirali nekoliko događanja, bez obzira na njihov odnos prema medijima, medijska podrška prijekopotrebna je prilikom oglašavanja, stoga se nametnulo pitanje jesu li scijentolozi kontaktirali kazivače koji su pripadnici medija kako bi izvijestili o nekim događanjima ili aktivnostima zajednice.

BARIŠIĆ: „Ne, nikada me nitko od scijentologa nije nazvao, niti mi je itko pristupio ni na koji način. Kao što sam dosad i naveo, do same priče –vrlo sam malo znao o scijentologiji, a prve osobe koje su u njoj, upoznao sam upravo prilikom snimanja za emisiju Provjereno.”

PAVIČIĆ: „Mislim da sam ja pronašao njih, tj. da sam dugo tražio kontakt za scijentologe. Teško mi je sada reći, ali mi se čini da sam sa scijentolozima stupio u kontakt prije osam ili deset godina. Bilo je to preko njihova Dijanetičkog centra u Zagrebu. Tada nisu bili registrirani kao "crkva", tj. kao vjerska zajednica. Ne znam da li su sada i koji im je formalni status. Mislim da su tada, preko nekih naših ljudi koji su se sa scijentologijom upoznali na Zapadu, ispitivali 'tržište' i uopće radili procjene da li se i kako širiti u Hrvatskoj. Sudeći po maloj ili gotovo nikakvoj zastupljenosti u javnosti, čini mi se da je scijentologija u Hrvatskoj još uvijek na svojim počecima. Zapravo, radi se i o prilično ekskluzivističkom pokretu, koji sam po sebi i nije namijenjen najširim masama, a koji je čak i samozatajan i zatvoren, pa ne treba očekivati da će se i u bliskoj budućnosti o scijentologiji u javnosti govoriti na velika zvona. Dakako, osim ako se ne pojavi neki hrvatski Tom Cruise, koji će je prezentirati kroz svoju popularnost. Tada će scijentologija sigurno biti top tema!”

LUČIĆ: „Meni se osobno nikada nije javio nitko iz scijentističke crkve. Nisam ni s kim o tome razgovarao”.

N.V.: „Kada je bio žuti šator Scijentoloških misionara dobre volje u Zagrebu (više na www.volunteerministers.org) svi mediji su pisali o tome, ali kada smo te iste medije obilazili uoči otvaranja da nas najave preko svog medija, svi su odbili. Poslali smo priopćenje za tisak Jutarnjem listu, Večernjem listu i novinama 24 sata te smo sa Jutarnjim listom imali sastanak u EPH. Znači, ako se nešto događa privlači pažnju, a ako nitko ništa ne radi neće biti spomenuto”.

Osim pitanja jesu li se pripadnici scijentologije obratili pripadnicima medija, bitno je i pitanje jesu li se mediji obratili pripadnicima scijentologije, te budući da su mediji kontaktirali N.V. nekoliko puta zanimalo me je jesu li bili informirani o scijentologiji te jesu li pitanja inovativna ili se uvijek ponavljaju ista.

N. V.: „Svi oni su imali informacije koje su u medijima bile dostupne. Drago mi je da su me kontaktirali jer pokazuje da ipak poštuju svoju struku. Kada su dobili podatke potpuno su promijenili sliku o Scijentologiji i prikazali Scijentologiju u pozitivnom svijetlu.”

Kako bih propitala inovativnost scijentološkog korištenja medija u Hrvatskoj, zanimalo me je postoje li u Hrvatskoj centri za slavne osobe, iz kojih razloga oni postoje te smatra li kazivač kako slavne osobe utječu na promociju scijentologije.

N.V.: „Dakako da prisutnost poznatih osoba utječe na promociju Scijentologije. U Hrvatskoj nema CC-a. Mislim da je jedini razlog za postojanje CC-a privatnost i ugodno okruženje. Kada bi neka poznata osoba došla u običnu scijentološku crkvu vjerojatno ne bi mogla niti prošetati hodnikom da ju ljudi ne traže autogram i sl. Primjerice ja sam vidio jednu poznatu osobu u Parizu u CC-u. Pila je kavu pored mene i nitko joj nije prišao i gnjavio. Bila je kao i svaka osoba tamo.”

7.3. Studija slučaja televizijske emisije

U studiji slučaja analizirane su sve dostupne¹⁷ emisije čija je tema ili dio teme bila scijentologija.

1. Naslov emisije jest „Hrvatska uživo”, a prilog je imena „Scientologija u Hrvatskoj” (4.3.2010, autor Petar Vlahov, trajanje 11:05). Izvor emisije je Hrvatska radio televizija, prvi program.

U emisiji se prikazuje reportaža Snježane Babić koja ukratko opisuje učenja i ciljeve scijentologije naglašavajući kako „poučava da je čovjek besmrtno duhovno biće neograničenih sposobnosti. Njegova iskustva sežu mnogo dalje od jednog životnog vijeka. No čovjek se... razmazio materijalnim bogatstvima, a osiromašio duhom. Zato ga scijentologija želi duhovno rehabilitirati kroz savjetovanja, takozvane audite.” Autorica pritom ističe kako se „auditi masno naplaćuju” fokusirajući se na financijski aspekt scijentologije. U prilogu sugovornik, neuropsihijatar, dr. Vladimir Gruden ističe kako je Hrvatska plodno tlo za „sekte” te da u „sektama” korist imaju osnivači koji koriste sugestivnost ljudi koji traže pomoć. Ističe se kako se u SAD-u scijentologija koristi slavnim osobama kao što su Tom Cruise i John Travolta kako bi promovirali scijentologiju, odnosno oni služe kao „propagandni aparat tog ispiranja mozga”. Zauzvrat, scijentologija gura njihove karijere. Nadalje se govori kako scijentologija želi

¹⁷ Unatoč navedenim naslovima i datumima pojedinih emisija, njihov sadržaj nije bio dostupan, za analizu, a radi se o emisiji „Exkluziv tabloid“ koja se emitira na RTL televiziji. Naslovi su „Scijentološka kontroverzija“ (23.9.2009.) te „Sve za promociju“ (20.1.2010.).

zavladati svijetom te se pritom služi mentalnom manipulacijom, financijskom prijevarom te se „skriva pod krinkom borbe protiv ovisnosti i vjerske zajednice”. Naglašava se kako scijentologija ima status vjerske zajednice u Hrvatskoj dok se u Belgiji, Njemačkoj i Francuskoj progoni kao kriminalna organizacija. S obzirom na njezin status u Hrvatskoj, prilog propituje bivšu ministricu pravosuđa Vesnu Škare Ožbolt tko je zaslužan za takvu odluku. Ističe se potreba za zakonom koji će regulirati aktivnosti alternativnih zajednica jer se i scijentološkim metodama uzimanja velikih doza vitamina i minerala može ugroziti zdravlje ljudi. Za informiranje o „sektama” potrebna je prava informacija čemu služe mediji i internet, a autorica ističe kako „ne bi bilo naodmet donijeti zakon o „sektama” kakav Francuska ima već 9 godina.

Nadalje se u emisiji o scijentologiji raspravlja s Dragom Plečkom i Nevenom Duvnjakom iz područnog centra Instituta „Ivo Pilar” u Splitu. Naglasak je opet na financijskom aspektu, odnosno velikim svotama koje se mora izdvojiti za procesiranje te se raspravlja o razlogu malog broja scijentologa u Hrvatskoj. Pritom se ističe kako se scijentologija bazira na znanstvenofantastičnoj ideji o narodu iz svemira zbog čega su neprihvatljivi kršćanskom svijetu. Osim toga govori se i o scijentološkom odbacivanju psihijatrije i farmacije zagovarajući vlastite tretmane koje voditelj naziva ispiranjem mozga. Ističe se kako postoji realna opasnost od manipulacija te kako javnost treba upoznati s novim religijskim pokretima, „sektama”, „kultovima” kako bi se moglo prepoznati koji su dobronamjerni.

2. Naslov emisije jest „Exkluziv Tabloid”, a ime priloga jest „Otkrivamo tajnu vezu između Kiće Slabinca i Toma Cruisea” (28.10.2010, redakcija RTL, trajanje 2:50 minuta). Izvor emisije je RTL televizija.

U emisiji povodom otvaranja scijentološkog šatora na Kvaternikovom trgu autorica razgovara o scijentologiji s hrvatskim i mađarskim pastorima Scijentološke crkve, Jurom Nanukom i Istvanom Szaniszlom te s jednim pripadnikom scijentologije u Hrvatskoj. Početak priloga obilježen je slavnim osobama koje pripadaju Scijentološkoj crkvi kao što su Tom Cruise, John Travolta te Isaac Lee Hayes. Ističe se kako je scijentologija „dobila vjetar u leđa” otkad joj se pridružio Tom Cruise koji je „hodajuća reklama”. No, iako se u kontekstu scijentologije većinom spominju slavne osobe, scijentolozi ističu kako je ona otvorena svima jer „... scijentologa ima i kućanica i radnika i profesora sveučilišnih pa tako i filmskih glumaca”. Uz slavne osobe u prilogu

spominju se i kontroverzije vezane uz scijentologiju, kao što je činjenica da je ona bila predmet istrage njemačkih obavještajnih službi. No, Nanuku i Szaniszlu je data prilika da pojasne kontroverzije pa ističu da je ta služba raspuštena te se dotiču i scijentoloških uvjerenja o nekorištenju farmaceutskih lijekova, kako autorica kaže da je „sve to zavjera farmaceutskih tvrtki”. Propituju se i financije Scijentološke crkve ističući kako ju financiraju sljedbenici, što Nanuk opisuje scijentološkim sistemom financiranja donacijama jer nema potporu države kao Katolička crkva.

3. Naziv emisije je „Red Carpet” dok je naslov priloga „Sve tajne scijentologije” (15.11.2010., Jasna Nanut, trajanje 7:28 minuta). Izvor emisije je Novat TV.

Prilog je fokusiran na slavne osobe i kontroverzije. Prikazivani su kadrovi govora Toma Cruisea prilikom otvaranja Scijentološke crkve u Madridu gdje ističe kako mu je scijentologija pomogla pri prevladavanju disleksije te je ona zaslužna za njegov uspjeh u životu. Njegovu fokusiranost na pomaganje ljudima potvrđuje i Ivan Arjona iz Scijentološke crkve u Madridu ističući kako je Cruise pomagao ljudima s problemima nepismenosti, ovisnostima o drogi. Nadalje, u prilogu se iznose osnovne informacije o tom pokretu i osnivaču L. Ronu Hubbardu čiji se značaj ističe time što ima svoj ured u svakoj Crkvi. Fokus je stavljen na kontroverzije oko scijentologije zbog borbe protiv farmaceutskih tvrtki o čijim proizvodima i štetnosti istih govore Cruise i glumica Kelly Preston. No, prilog ističe i kontradiktornosti o neuzimanju lijekova prikazujući kadar Cruiseovog gostovanja u emisiji „The View” gdje navodi: „Govore nam da idemo na liječničke preglede i uzimamo lijekove.” Autorica priloga Ivana Arjonu suočava s optužbama da se Scijentološka crkva miješa u brak, seksualne odnose članova, homoseksualnost i istospolne brakove, što on odbacuje. Također, Arjona objašnjava i prakse scijentologije kao što je tišina prilikom poroda. Osim Toma Cruisea Katie Holmes, Johna Travolte i Kelly Preston, spominju se i drugi slavni scijentolozi Will Smith, Jada Pinkett, Kirstie Alley, Juliette Lewis u kontekstu doniranja milijunskih svota novaca za privatnu scijentološku školu. Autorica ističe kako scijentologija u Hrvatskoj postoji 10 godina i ima samo 20-tak sljedbenika, što ukazuje na neblagonaklonost prema novim religijskim pokretima.

4. Naziv emisije je „Duhovni izazovi” dok je naslov priloga „ Zagreb, volonterska akcija scientološke crkve” (2010., Leon Čuljak, trajanje 3:11 minuta). Izvor emisije je Hrvatska radiotelevizija, prvi program.

Tema priloga je volonterska akcija Scijentološke crkve naziva „Nešto se može učiniti” koja se odvijala na Kvaternikovom trgu u Zagrebu. Izlažu se osnovne informacije o religiji i osnivaču tvrdeći kako je „scijentologija primijenjena religijska filozofija koja nudi precizan put kojim se svatko može vratiti istinitosti i jednostavnosti vlastitog duhovnog bića... utemeljio ju je 1951. pisac znanstvene fantastike Ron Hubbard.” U prilogu sudjeluju i scijentološki djelatnici Istvan Szaniszlo i Yerzhan Mashkanov koji izlažu osnovne ciljeve scijentologije te cilj izložbe u Zagrebu - ponuditi rješenja za svakodnevne probleme. Autor ističe kako rješenja scijentologije djeluju i nisu odvojena od prakse. U prilogu su prisutni i hrvatski volonteri projekta koji govore o svojim aktivnostima te scijentološkim tehnikama koje koriste na posjetiteljima.

5. Naslov emisije je „Hrvatska uživo”, dok je naslov priloga „Sekte i iscjelitelji u Hrvatskoj” (23.2.2011., Jozo Barišić, trajanje 10:19 minuta). Izvor emisije jest Hrvatska radio televizija, prvi program.

Tema emisije su „sekte i kultovi” na koje su prema autoru mnogi „nasjeli” jer „obećavaju brda i doline, ljepotu i zdravlje”. Iako joj se u emisiji ne pridaje previše pažnje, o scijentologiji se govori u kontekstu „sekte” koja se nalazi „u istom košu” s Jehovininim svjedocima, mormonima, komajama, Crnom Ružom, sotonistima, iscjeliteljima i alternativcima. U emisiji osnivačica CISK¹⁸-a Branka Dujmić Delcourt dodatno obrazlaže razloge zbog kojih su „sekte” opasne i važnost njihove zakonske regulacije. Ističe kako se one „predstavljaju kao udruge koje su spiritualne, koje su terapijske, koje su vjerske naravi, a da zapravo iza toga stoji skriveni kriminal i najviše ono što se krši i napada” jest „privatni i obiteljski život, zdravstvo i edukacija”.

¹⁸ Centar za informiranje o sektama i kultovima

6. Naziv emisije jest „Reporteri” dok je naslov priloga „Tajne scijentologije” (5.3.2011. Mirjana Rakić, trajanje 16:42 minuta). Izvor Hrvatska televizija, prvi program.

Emisijom se nastoji odgovoriti na pitanje je li scijentologija „pozitivna sila ili kult za ispiranje mozga”. Kako bi se došlo do odgovora na pitanje u emisiji se prikazuje dokumentarni film BBC-jevog novinara Johna Sweeneya „Tajne scijentologije” koji se kasnije komentira s dr. Ivanom Markešićem, sociologom religije. Tijekom rasprave fokus je na prikazu osnivača scijentologije L. Rona Hubbarda, korijena religije, osnovnih postavki religije. Tvrdi se kako je ona „spoj zapadnjačkih i istočnjačkih filozofija”, „nudi spasenje besmrtno duše”, „propovijedanje jednog vida reinkarnacije”, „nude poseban nauk da spoznate samog sebe”. Razjašnjava se kako scijentologija nije sekta, već „spasenjska religija”. Prilikom komentiranja broja sljedbenika navode se izvori koji govore kako scijentolozi prenapuhuju broj svojih sljedbenika te kako je ona „elitna religija”. Osim što se pokušava objektivno prikazati, komentiraju se i sankcije Scijentološke crkve za bivše članove te se ističe kako sve religijske organizacije imaju sankcije za svoje članove koji su prekršili određena pravila. Sukob s Anglikanskom crkvom osvjetljava financijske kontroverzije vezane uz Scijentološku crkvu zbog kojih je Hubbard prognan iz Velike Britanije. No, unatoč tome, ističe se kako u Hrvatskoj nema problema sa Scijentološkom crkvom.

7. Naziv emisije jest „24 sata vijesti”, a naslov priloga jest „Što je pravi razlog razvoda Toma i Katie?” (3.7.2012, Ana Anzulović, trajanje 2:26 minuta). Izvor emisije je 24 sata TV.

Prilog se bavi razlozima rastave braka Toma Cruisea i Katie Holmes, a kao najveći razlog ističe se scijentologija. „... Cruise ju je navodno planirao poslati i u kamp u kojem djecu poučavaju po vrlo strogim pravilima i gdje su odvojena od roditelja... Raspad slavnog braka još jednom je izvukao sve kontroverze vezane uz scijentologiju.” Površno se ističu i osnovna uvjerenja na kojima se temelji scijentologija: „Jedno od njihovih temeljnih uvjerenja je da je čovjek besmrtan te da je čovječanstvo poteklo iz izvanzemaljskog života.”

8. Naslov emisije jest „Provjereno” dok je ime priloga „Scientologija” (12.7.2012., Mato Barišić, trajanje 10:03 minuta). Izvor emisije jest Nova TV.

Prilog donosi svjedočenja sadašnjih i bivših pripadnika scijentologije. Nastoji se objektivno sagledati tematika scijentologije i kontroverzije koje ju okružuju. Uz navođenje raznih kontroverzija koje ju okružuju, kao što je manipulacija i izvlačenje novaca od pripadnika koje potvrđuje bivši pripadnik Scijentološke crkve John Anthony Duigain, autor je u prilogu intervjuirao dva sadašnja pripadnika scijentologije. Joža Levin, pripadnik scijentologije govori o principima na kojima se temelji scijentologija-dijanetika, um, e-metar, te nudi osnovne informacije o njoj. Mojca Borko je druga scijentologinja koja navodi pozitivna iskustva sa scijentologijom, što je suprotno stajalištu Duigaina i Branke Dujmić Delcourt, osnivačice CISK-a. Dugain i Delcourt zastupaju stranu koja tvrdi da je scijentologija organizacija za izvlačenje novaca od članova te leglo zločina, nasilja, kriminala i infiltracije u društvo i vlast na višim razinama organizacije. Scijentologija se spominje u kontekstu tužbi za prijevare, iznude, nelegalnu medicinsku primjenu zbog nepriznavanja farmaceutskih inustrija. Također, u prilogu je autor dotaknuo i financijski aspekt scijentologije jer se do postignuća stanja operativnog thetana „svaka knjiga, svaki tečaj plaćaju”.

9. Naslov emisije je „In Magazin”, a naslov priloga „Zašto je scijentologija privlačna slavnima” (27.7.2012., Fani Stipković, trajanje 5:42). Izvor emisije je Nova TV.

O scijentologiji se raspravlja u kontekstu razvoda slavnih osoba Toma Cruisea i Katie Holmes, odnosno o skandaloznosti razvoda „koju potpiruju priče o scijentologiji koja je Cruisu još od mladih dana središte života”. U prilogu je prisutan i scijentolog Joža Levin koji govori o ciljevima scijentologije o društvu „bez kriminala i narkomanije u kojem će poštenu ljudi imati prava”. Također, obrazlaže kako je scijentologija pomogla Tomu Cruiseu te u kontekstu isticanja scijentološkog odbijanja lijekova i psihijatrije ističe kako farmaceutske trvtke podupiru narkomaniju i ratove te „plaćaju dezinformacije”. Autorica se fokusira na razjašnjavanje informacija o scijentološkom odbijanju homoseksualnosti te Levin ističe kako scijentologija „...podupire život. Istospolni partneri ne mogu imati potomke... Zato to scijentologija odbija, ali ne proganja.” S druge strane teolog Adalbert Rebić iznosi zamjerke scijentologiji - miješanje u osobni život pojedinaca, nadziranje članova. Ističe se kako je Velika

Britanija protjerala scijentologiju te kako je Njemačka vodila sudske sporove protiv nje zbog financijske malverzacije. Struktura scijentologije se opisuje kao fasada jer ima bogatu, privlačnu ustanovu, brodove, putovanja, ali da ju karakteriziraju i sporne stvari poput stroge etike, fanatizma.

10. Naslov emisije jest „24 sata vijesti”, dok je naslov priloga „Seks i scijentologija na Venecijanskom filmskom festivalu” (28.8.2012., Aleksandra Kerestman, trajanje 1:40 minuta). Izvor je 24 sata TV.

Scijentologija nije samostalan predmet priloga, već se spominje u kontekstu Venecijanskog filmskog festivala na kojem se prikazivao film „Gospodar”. Tematiku filma autorica opisuje kao kritičko obrušavanje na „popularan kult scijentologije među holivudskim zvijezdama.”

Rezultati analize pokazuju kako je u priložima zastupljena domaća prostorna dimenzija te se u emisijama nastoji diskutirati o scijentologiji i kontroverzijama koje ju prate. Pritom se površno dotiče osnivača scijentologije i osnovnih postavki scijentološke religije te se često izdvajaju samo određene „kontroverzne” tehnike poput uzimanja vitamina, detoksikacije ili stajališta o određenim temama kao što je brak ili homoseksualnost. Religiji se detaljnije pristupa u emisijama gdje su prisustvovali pripadnici scijentologije koji su se našli u ulozi osoba koje objašnjavaju koji je cilj scijentologije i pokušavaju razjasniti kontroverzije. Kontroverzije se često odnose na financije, tj. „financijske malverzacije” koje su neizostavan faktor koji se spominje u većini emisija. Iako se spominje u kontekstu „sekte”, „kulta”, „mentalne manipulacije” ili „kriminalne organizacije” što upućuje na negativnu orijentaciju prema scijentologiji, u nekoliko emisija ona se nastoji objektivno prikazati. Potrebno je spomenuti kako se indirektno govori o scijentološkom korištenju medija ističući kako su slavne osobe, koje se najčešće spominju u kontekstu scijentologije, upravo njihov propagandni aparat.

8. Rasprava

Istraživanje je pokazalo kako je prva hipoteza rada, da mediji u Hrvatskoj stereotipizirano prikazuju scijentologiju, potvrđena. Mediji u Hrvatskoj su pod utjecajem stereotipiziranih izvještavanja inozemnih medija o scijentologiji koja su, još uvijek, najveći izvor informacija o scijentologiji. Činjenica da se o scijentologiji u Hrvatskoj, 14 godina nakon početka službenog djelovanja, još uvijek nedostavno

izvještava nije novina. Istraživanja novih religijskih pokreta na području centralne Europe koja su izvršili Dorota Hall i Rafal Smoczynski uz pomoć slovačke istraživačice Lucie Greškove te hrvatskih istraživača Gorana Goldbergera, Dinke Marinović Jerolimov i Ankice Marinović pokazuju kako su od svoje pojave u Hrvatskoj, novi religijski pokreti bili manje zastupljeni u novinskim člancima od tradicionalnih religijskih zajednica. Izvještavanje o njima u periodu od 1990. - 2006. godine mogu se svesti na dvije grupe. Prvu grupu čine članci fokusirani na inozemne nove religijske pokrete kao što je Unifikacijska crkva te scijentologija koja se kasnije pojavila i u Hrvatskoj. Druga grupa članaka odnosila se na nove religijske pokrete poput ISKCON-a, Transcendentalne meditacije te grupacije poput Jehovinih svjedoka i sotonista koje su tada djelovale u Hrvatskoj te su također negativno percipirane u medijima (Hall i Smoczynski 2010: 47-48). Medijski prostor u Hrvatskoj ustupljen je novim religijskim pokretima, ali se unutar njega najčešće koristi anti-kult vokabular kao što je samoprogllašeni guru i mesija, egzotika, manipulacije, prikupljanje novaca, ispiranje mozga, strah ili pak destrukcija (Hall i Smoczynski 2010: 53). Rezultati ovog istraživanja naslanjaju se na rezultate dobivene, već spomenutim istraživanjem Gorana Goldbergera (2011) manjih vjerskih zajednica. Naime, jedna od istraživanih manjih vjerskih zajednica u razdoblju od 1990.-2006. godine bila je i Scijentološka crkva. Analizom sadržaja i studijom slučaja članaka *Večernjeg lista*, *Novog lista*, *Vjesnika* i *Slobodne Dalmacije* promatralo se na koji način mediji prezentiraju scijentologiju. Ukupno je pronađeno 37 članaka, a rezultati pokazuju kako se o scijentologiji piše u kontekstu razloga njezinog ulaska u postkomunističke, tranzicijske i demokratske zemlje. Najčešće se naglašavaju negativni aspekti djelovanja Scijentološke crkve kroz primjere u EU i SAD-u te se učestalo koristio pojam „sekta“ i „novi religijski pokreti“, a scijentologija je opisana kao „opasna sekta“. „Zabrinutost i optužbe izazivaju metode kojima se ispire mozak članovima, znatni financijski izdaci članova, financijska moć i totalitarna struktura organizacije, ali i želja za dominacijom i infiltriranjem u političke i ekonomske strukture u državi“ (Goldberger 2011: 271). U člancima se raspravlja o slavnim osobama, nadzoru, kontroli, sudskim tužbama i odlukama pri čemu se opisuju vjerovanja, obredi, članovi i organizacija Scijentološke crkve, koji su korišteni kao razlozi zbog kojih se i događaju ti problem (Goldberger 2011: 271).

Iako se trend stereotipizirajućeg izvještavanja o scijentologiji nastavlja, ne može se osporiti činjenica kako usprkos profesionalnoj krizi novinarstva i uvriježenom

oslanjanju na inozemne medije prilikom izvještavanja o scijentologiji, neki od novinara ipak ne podliježu stereotipizaciji scijentologije na temelju pročitanog i viđenog u stranim medijima. Kao što je vidljivo iz intervjua i nekih emisija, neki kazivači i novinari priloga emisija odlučili su se za vlastita istraživanja te prikazivanje stajališta scijentologa i anti-kult pokreta kako bi se uhvatili u koštac s kontroverzijama. Kako je istaknuo pripadnik scijentologije N.V., kada su mu novinari pristupili imali su već određene informacije o samoj scijentološkoj religiji, što scijentolozi cijene, jer smatraju kako je čitav predmet scijentologije onoliko dobar ili loš koliko je pojedinac s njim upoznat te da svatko tko prihvati neko znanje bez pitanja, ne provjerivši ga osobno, pokazuje da je u apatiji u odnosu na to znanstveno područje (Hubbard 2009b: 33-39).

Ukoliko se ti pojedinačni naponi stave na stranu, ostaje činjenica kako se o scijentologiji u Hrvatskoj još uvijek malo zna i kako se mediji dovoljno ne bave tom tematikom. Unatoč tome, mediji su i dalje zbog malog broja pripadnika scijentologije u Hrvatskoj, jedini kreatori slike o scijentologiji. Moguće je kako mali broj pripadnika scijentologije u Hrvatskoj ne predstavlja dovoljno kritičnu skupinu koja je u medijskim krugovima dovoljno vrijedna kako bi se na nju trošio medijski prostor. Isto tako, ne može se zanemariti ni činjenica kako se veliki medijski prostor ustupa dominantnoj katoličkoj religiji nauštrb novih religijskih pokreta. Razlog tome, prema Goldbergeru, može biti činjenica kako se u suprotnosti s medijskim prikazivanjima novih religijskih pokreta, „prikazi tradicionalnih vjerskih zajednica u medijima koriste u legitimaciji politike i/ili u reafirmaciji nacionalnog identiteta i religijske kulture” (Goldberger 2011: 44).

No, kako bi se dodatno ukazalo na određene specifičnosti religijske situacije u Hrvatskoj, potrebno je osvrnuti se na društveni i povijesni kontekst. Nakon 1990. godine dotadašnji društveno-politički poredak koji je gajio averziju prema religiji pretvara se u sustav koji pozitivno gleda na religiju, posebice na dominantno katoličanstvo. Do tada potlačena religija postala je glavno sredstvo društvene integracije u razdoblju tranzicije (Goldberger 2011: 50). U takvim okolnostima, prema revidiranoj teoriji sekularizacije¹⁹ Ronalda Ingleharta i Pippe Norris, društva niske razine

¹⁹ Teorija se temelji na dva aksioma. Prvi aksiom je sigurnost koja označava slobodu od raznih oblika rizika i opasnosti, a drugi je kulturna tradicija koja označava povijesno i kulturno naslijeđe određenog društva (Nikodem 2011:7).

egzistencijalne sigurnosti, poput Hrvatske, ujedno su i društva čijim povijesno-kulturnim naslijeđem dominira sklonost religioznosti i jačem naglašavanju važnosti religije u svim područjima. Društveni položaj Katoličke crkve zakonski se regulirao međudržavnim ugovorima Hrvatske i Svete Stolice što je utjecalo na društveni položaj kako katoličke vjerske zajednice tako i na ostale vjerske zajednice u Hrvatskoj koje ostaju u sjeni katoličanstva (Nikodem 2004a: 263). Naime, ugovorima se ističe i potvrđuje nezamjenjiva i važna povijesna i sadašnja uloga na društvenom, kulturnom i obrazovnom polju kao i uloga koju Crkva ima prilikom kulturne i moralne edukacije ljudi. Nadalje, na ovim prostorima su se kroz povijest susretale četiri glavne religijske kulture²⁰ koje su utjecale na razvoj specifičnog tipa katoličanstva koji je crkveno, tradicionalno i obiteljski orijentiran (Goldberger 2011: 33) te se mora istaknuti kako je u hrvatskom društvu uloga religije obilježena nizom povijesnih i društveno-kulturnih čimbenika. Stoga, može se reći kako je religija oblikovala nacionalni i društveni identitet (Nikodem 2004a: 263). U tom kontekstu, pojava novih religijskih pokreta u Hrvatskoj razmatra se često u javnosti kao prijetnja nacionalnom identitetu hrvatskog naroda, kao i u drugim tranzicijskim zemljama (Barker 1997: 48-49). Takav stav prema novim religijskim pokretima povezan je s „utjecajem fenomena globalizacije, religijske pluralnosti ili raznolikosti te nacionalizma, koji omogućuje podjele između ‘nas’ kao ‘dobrih’ i ‘njih’ kao ‘loših’ kroz povezivanje nacije i dominantne, tradicionalne i/ili nacionalne crkve u jednu cjelinu“ (Goldberger 2011: 50). Prema Marinović Jerolimov religijska distanca građana prema drugim vjerskim zajednicama najmanje je izražena prema katolicima, a prema ostalima se gradira po principu da je najmanja prema nereligioznima, zatim veća prema tradicionalno prisutnim vjerskim zajednicama, a najveća je prema novim religijskim pokretima (Marinović Jerolimov 2008: 207-210.). Zbog navedenog odnosa prema religijskoj raznolikosti, mijenja se regulacija religijske sfere u društvu. Naime, Ustav 1990. godine jamči religijske slobode i odvojenost crkve i države, zatim se 2002. godine donosi Zakon o pravnom položaju vjerskih zajednica. S pojedinim vjerskim zajednicama Vlada Republike Hrvatske potpisuje ugovore od zajedničkog interesa, ali zaključak Vlade 23. prosinca 2004. godine, kojim se reagiralo na brojne zahtjeve vjerskih zajednica za sklapanje Ugovora s državom odredio je

²⁰ U četiri glavne religijske kulture ubrajaju se katoličanstvo, pravoslavlje, islam i protestantizam (Goldberger 2011: 33)

dužnosti i prava vjerskih zajednica, ali je doveo do nejednakosti i zaklnutosti. Naime, kako bi sklopile Ugovor s državom, vjerske zajednice moraju zadovoljiti jedan od dva uvjeta. Prvi uvjet je kontinuirano djelovanje na području Republike Hrvatske od dana 6. travnja 1941. godine, a broj vjernika mora prelaziti brojku od šest tisuća, prema zadnjem popisu stanovništva. Drugi je uvjet da je određena vjerska zajednica ujedno i povijesna vjerska zajednica europskog kulturnog kruga²¹ (Goldberger 2011: 35-36). Nadalje, kako bi se registrirale religijske zajednice moraju brojati 500 članova te biti aktivne bar 5 godina kao udruženje. Također, mora se podastrijeti dokumentacija koja pokazuje sadržaj i način izražavanja religijskih uvjerenja te njihovih aktivnosti, izvedbu religijskih obreda i druge informacije kao što su ime i lokacija (Hall i Smoczynski 2010: 69-72).

Osim pravne reakcije na religijski pluralizam, još jedan način nošenja s religijskim pluralizmom, ali i jedan od defenzivnih načina izgradnje individualnog ili kolektivnog identiteta jest proizvodnja religijskih stereotipa i moralne panike (Brandt 2013: 300). U Hrvatskoj, navedeno je rezultiralo stvaranjem dvije anti-kult grupe, a to su Anđeli čuvari i Centar za informiranje o sektama i kultovima (Hall i Smoczynski 2010: 54).

Nadalje, potrebno je spomenuti kako se u hrvatskom kontekstu ne može zaobići ni koncept Hervieu-Leger koja religiju promatra kao „lanac sjećanja“ koji povezuje individualnog vjernika sa zajednicom, okuplja prošle, sadašnje i buduće članove te kolektivno sjećanje (Nikodem 2011: 7-10). No, iako je značaj katoličke religije za društvenu integraciju i identitet u hrvatskom društvu neupitan, rezultati istraživanja „Modernizacija i identitet hrvatskog društva“ (2004) ukazuju na određeni utjecaj procesa individualizacije. Naime, propitivani čimbenik „samoprocjene religioznosti“ ukazuje na visok postotak ispitanika koji se smatraju „religioznima na svoj način“ (42,2%). Uz utjecaj procesa individualizacije, rezultati dosadašnjih istraživanja s područja sociologije religije upućuju na prisutnost „društvene klime“ koja je pogodna za razvoj alternativne religioznosti u hrvatskom društvu (Nikodem 2004a: 270). Iako

²¹ U vjerske zajednice europskog kulturnog kruga spadaju Katolička crkva, Pravoslavna crkva, Evangelička crkva u Republici Hrvatskoj, Reformirana kršćanska crkva u Hrvatskoj, Islamska zajednica u Hrvatskoj i Židovska zajednica u Republici Hrvatskoj (Goldberger 2011: 36)

navedeno može upućivati na potencijalnu otvorenost prema „religijskom Drugom”, u obzir se mora uzeti činjenica kako rezultati istraživanja izvršenog 1997. godine pokazuju da se postotak ljudi koji se izjašnjavaju „religioznima na svoj način” od 1997.-2004. godine smanjio. Zbog toga se postavlja pitanje dolazi li do jačanja procesa „retradicionalizacije” u hrvatskom društvu, a time i veće zatvorenosti prema novim religijskim pokretima, no takvi zaključci ne mogu se donositi na temelju jednog podatka (Nikodem 2004a: 282).

Rezultati dobiveni propitivanjem druge hipoteze pokazali su kako su glavni kanali širenja scijentologije u Hrvatskoj Dijanetički centar i Misija scijentološke crkve u Zagrebu. Do scijentoloških materijala može se doći preko navedenih centara te se nekoliko primjeraka Hubbardovih knjiga *Što je scijentologija*, *Scijentologija: Osnovne misli* i *Scijentologija: Novi pogled na život* nalazi u Nacionalnoj sveučilišnoj knjižnici u Zagrebu kao i Knjižnicama grada Zagreba. Scijentološka zajednica, kako bi promovirala svoj nauk, organizira predavanja te članovi u zamjenu za tečajeve dijele letke. Kao što pokazuju rezultati analize članaka i televizijskih emisija, predstavnici zajednice sudjelovali su kao sugovornici u nekoliko članaka i reportaža koje su se prikazale na televiziji te radio emisija, no navedeni načini korištenja medija se ne mogu nazvati inovativnim. Dakle, druga hipoteza rada koja je promatrala scijentološku inovativnost prilikom korištenja medija nije potvrđena. Prilikom iznošenja teoretskih polazišta rada navedeno je kako se kao jedan način inovativnog korištenja medija mogu promatrati centri za slavne osobe. No, oni u Hrvatskoj ne postoje.²² Unatoč činjenici kako u Hrvatskoj ne postoje centri za slavne osobe i scijentolog N.V. ih smatra samo mirnijim mjestom kako bi slavne osobe mogle neometano prakticirati scijentologiju, pripadnici medija koji su bili intervjuirani izjasnili su se kako slavne osobe smatraju vrlo bitnim faktorom koji može odigrati veliku ulogu prilikom širenja scijentologije.

Kada se analiziraju razlozi zbog kojih se scijentolozi u Hrvatskoj nisu odlučili na osnivanje centara za slavne osobe u obzir se mora uzeti nekoliko činjenica.

²² Iako se na scijentološkom primjeru nije pokazalo kako slavne osobe utječu na širenje scijentologije u Hrvatskoj, potrebno je spomenuti kako utjecaj slavnih osoba na rast religioznosti ili popularizaciju iste u Hrvatskoj nije nepoznanica. Kao primjeri mogu se navesti izjašnjavanje predsjednika Ive Josipovića kao agnostika što je utjecalo na veći broj ljudi koji su se jednako izjasnili, te zadobivanje većeg medijskog prostora kada su Zlatka Sudca posjetile slavne osobe.

Prvenstveno, scijentologija nije u Hrvatskoj zasada dosegla veliku razinu popularnosti te prema procjenama ima 20 do 30 članova (Macut 2011: 330). Njezino prodiranje u hrvatske medije odvija se vrlo sporo te im mediji rijetko kad, osim pod svojim uvjetima ustupaju medijski prostor. U takvim okolnostima, posebno uzevši u obzir kako status slavnih osoba u drukčijim kontekstima, primjerice Hrvatskoj i Americi, nije jednak, osnivati centre za slavne osobe nije najisplativiji i najučinkovitiji način prodiranja u medijski prostor. Iako kultura slavnih osoba nije specifična samo za Ameriku, koncept i fenomen slavnih osoba produkt je američke kulture (Hollander 2010: 389). S obzirom na činjenicu kako su se scijentološki centri za slavne osobe osnovali upravo u Americi, ona je uzeta kao primjer za usporedbu statusa slavnih osoba. Naime, ako se status slavnih osoba analizira u američkom kontekstu, može se uočiti kako u Americi postoji sveopća zaludenost slavnim osobama. Ono što privlači američku javnost slavnim osobama je činjenica kako status slavne osobe mogu zadobiti mnogi, od sportaša, zabavljača, pjevača, doktora, političara, hostesa, književnika pa čak i akademika (Hollander 2010: 389).

Nadalje, američki konzumeristički mentalitet i orijentiranost na zabavnu industriju (Hollander 2010: 390) koja slavne osobe drži na pijedestalu, kreiraju puno perspektivniju atmosferu za otvaranje scijentoloških centara za slavne osobe. Stoga u američkom društvu, slavne osobe mogu biti puno bolji način širenja scijentologije, nego u hrvatskom društvu u kojem slavne osobe ne uživaju potpuno jednak status. Unatoč tome, može se konstatirati kako je Hrvatska u procesu globalizacije, prihvaćanjem nekih produkata američke kulture kao što je praznik Noć vještica, prihvatila i koncept kulture slavnih osoba. No, s obzirom na intenzivirane procese globalizacije, europeizaciju, izloženost ekonomskoj i društvenoj krizi kroz tri desetljeća (Lalić i Mustapić 2007: 135) te malu razvijenost kulture slavnih osoba, ne može se reći kako je hrvatska javnost jednako kao i američka zaludena slavnim osobama. Smatram kako navedene činjenice zajedno s medijskim izvještavanjem koje se oslanja na strana, senzacionalistička izvještavanja o slavnim osobama u scijentologiji rezultiraju time da osnivanje scijentoloških centara za slavne osobe u Hrvatskoj nije jednako učinkovit način korištenja medija, nego što je to možda u Americi.

Zanimljiva spoznaja do koje je dovelo istraživanje jest kako, prema pripadnicima medija, scijentolozi u Hrvatskoj ne traže medijsku pozornost. No, scijentolog N.V. negira takve izjave spomenuvši kako su se prilikom promoviranja

nauka obratili medijima za dodatnu promociju. Smatram kako se dobiveni rezultat ne može uzeti kao relevantan pokazatelj voljnosti medija za izvještavanje o scijentologiji. N.V. je spomenuo kako su pripadnici scijentologije uslijed otvaranja žutog šatora na Kvaternikovom trgu u Zagrebu poslali priopćenje za tisak *Jutarnjem listu*, *Večernjem listu*, novinama *24 sata* te su s *Jutarnjim listom* imali sastanak u EPH. Stoga, moguće je kako ispitani pripadnici medija nisu bili oni kojima su se scijentolozi obratili. No, ono što se mora uzeti u obzir je činjenica da su se scijentolozi obratili medijima za promociju, unatoč stavkama o istinitoj priči o scijentologiji gdje se novinari nazivaju „trgovcima kaosom“ i optužuje ih se za pogrešno predstavljanje scijentologije. Navedeno može upućivati na nastojanje scijentologa da nametnu svoj dio istine. Naime, upoznavanjem novinara s naukom može se utjecati na njihovu percepciju scijentologije, kako je na primjeru pokazao N.V., a time i na predstavljanje scijentologije u medijima. No, navedeno ovisi i o stupnju društvene odgovornosti koju pojedini novinar posjeduje i želji da se scijentologija objektivno prikaže.

9. Zaključak

Istraživanje je pokazalo kako se propitani mediji u Hrvatskoj, osim pojedinih iznimaka, prilikom izvještavanja o scijentologiji uvelike oslanjaju na inozemna izvještavanja o njoj. Unatoč pokušajima objektivnog prikazivanja scijentologije, time da se obuhvate scijentološka stajališta i stajališta anti-kult pokreta, dobiveni rezultat upućuje na opći nedostatak društvene odgovornosti medija prilikom kreiranja slike scijentologije u javnosti. Inovativnost scijentologa prilikom korištenja medija nije dokazana te scijentolozi u Hrvatskoj medije koriste na slične načine kao i tradicionalno prisutne religijske zajednice te novi religijski pokreti do sada. No, zbog dosadašnjeg odnosa medija prema novim religijskim pokretima, sfera medija za njih je dijelom ograničena. Kroz rad je napomenuta činjenica kako je Hrvatska zemlja koja svoj religijski i nacionalni identitet veže uz Katoličku crkvu. No, unatoč tome što suvremeno hrvatsko društvo karakterizira visoka razina religioznosti, istraživanja primjećuju pad konfesionalne pripadnosti, tendenciju pada povjerenja u Crkvu kao instituciju, pad povjerenja u javnu ulogu Crkve i porast jedne negativne percepcije Crkve kao institucije koja je „bogata“ i više zainteresirana za moć i materijalno bogatstvo (Nikodem 2011: 25-26). U takvim okolnostima postavlja se pitanje hoće li mediji, kao dosadašnji čuvari *mainstream* religije odbaciti svoju ulogu? Također, jedno od pitanja koje se postavlja

hoće li postati otvoreniji prema vlastitim istraživanjima o novim religijskim pokretima pa tako i scijentologiji?

Nedostaci istraživanja proizlaze prvenstveno iz nesuradnje pripadnika medija i scijentologa. Slika odnosa scijentologije i medija u Hrvatskoj vrlo vjerojatno bi bila mnogo jasnija da su se istraživanju odazvali pripadnici medija koji se stupili u kontakt sa scijentolozima. Također, smatram kako se mnogo više moglo saznati o kanalima širenja scijentologije i načinima upotrebe medija da se istraživanju, kako je bilo planirano, odazvala osnivačica Misije scijentološke crkve u Zagrebu, Jasmina Nanuk Nastevski. Nadalje, ističem kako je rasprava o upotrebi slavnih osoba kao instrumenata širenja scijentologije u Hrvatskoj uvelike limitirana nedostatkom istraživanja o statusu i poziciji slavnih osoba u Hrvatskoj. Stoga, smatram kako je za daljnja istraživanja odnosa scijentologije i medija u Hrvatskoj potrebno navedenu tematiku sociološki i kulturnoantropološki dodatno produbiti i obraditi. Jedan od nedostataka istraživanja jest metodološke prirode, odnosno odnosi se na metodu intervjua koja se koristila prilikom istraživanja. Naime, iako je bilo planirano intervjue izvršiti putem razgovora, zbog nedostatka vremena kazivača oni su se morali izvršiti elektronskim putem. No, elektronski način izvedbe intervjua jest ograničavajući jer se informacije ne dobivaju trenutno, potpitanja se ne mogu postavljati instantno te se kazivačima tim putem omogućuje više vremena tijekom kojeg mogu prepravljati svoje odgovore.

Budući da je rad osvijetlio činjenicu kako postoji nedostatak informacija o scijentologiji u medijskom prostoru i akademskim krugovima, smatram kako je potrebno istaknuti nekoliko smjernica za daljnja istraživanja tematike. Jedna od smjernica, prethodno je navedena, a odnosi se na potrebu istraživanja statusa i pozicije slavnih osoba u Hrvatskoj. Istraživanje je ukazalo na činjenicu kako se hrvatski mediji prilikom izvještavanja o scijentologiji, većinom, koriste stranim izvorima. Stoga, smatram kako je potrebno istražiti opseg medijskog oslanjanja na strane izvore te izvršiti i dodatnu analizu sadržaja medija koji su se dotakli teme scijentologije.

10. Literatura

ACQUAVIVA, Sabino i Enzo PACE. 1996. *Sociologija religije*. Zagreb: SOCIETAS.

BARKER, Eileen. 1997. „But Who's Going to Win? National and Minority Religions in Post-Communist Society“. U: *New Religious Phenomena in Central and Eastern Europe*, ur. Irena Borowik i Grzegorz Babinski. Krakow: NOMOS.

- BECKFORD, James A. 1994. „The Mass Media and New Religious Movements“. *ISKCON Communication Journal*. 2(2). Dostupno na: http://content.iskcon.org/icj/2_2/beckford.html
- BECKFORD, James A. 1985. *Cult Controversies: the societal response to new religious movements*. London - New York: Tavistock Publications.
- BELAJ, Marijana. 2012. *Milijuni na putu: antropologija hodočašća i sveto tlo Međugorja*. Zagreb: Naklada Jesenski i Turk.
- BRANDT, Pierre-Yves. 2013. „Psychological Aspects of the Role of Religion in Identity Construction“. *Integrative Psychological and Behavioral Science*. 47 (2): 299-303.
- BRANSTON, Gill i Roy STAFFORD. 2006. *The Media Student's Book*. London - New York: Routledge.
- CHRISTENSEN, D. R. 2005. „Inventing L. Ron Hubbard: On the Construction and Maintenance of the Hagiographic Mythology of Scientology's Founder“. U: *Controversial New Religions*, ur. James R. Lewis i Jesper Aagaard Petersen. New York: Oxford University Press, 227-258.
- CROTEAU David i William HOYNES. 2003. *Media Society: Industries, Images and Audiences*. Thousand Oaks, London, New Delhi: Sage Publications.
- DAVIE, Gracie. 2005. *Religija u suvremenoj Europi. Mutacija sjećanja*. Zagreb: Golden Marketing- Tehnička knjiga.
- FUREDI, Frank. 2010. „Celebrity Culture“. *Society*. 47 (6): 493-497.
- HALL, Dorota i Rafal SMOCZYNSKI. 2010. *New religious movements and conflict in selected countries of Central Europe*. Varšava: IFiS Publishers.
- HOLLANDER, Paul. 2010. „Why the Celebrity Cult?“. *Society*. 47 (5): 388-391.
- HOOVER, Stewart M. 2006a. *Religion in the Media Age*. New York: Routledge.
- HOOVER, Stewart M. 2006b. „Media“. U: *Handbook of Religion and Social Institutions*, ur. Helen Rose Ebaugh. New York: Springer Science+Business Media, Inc, 305-321.
- HOOVER, Stewart M. i Lynn SCHOFIELD CLARK. 2002. *Practicing religion in the age of the media: explorations in media, religion and culture*. New York: Columbia University Press.
- HOOVER, Stewart M. i Knut LUNDBY. 1997. *Rethinking media, religion and culture*. London - New Delhi: Sage Publications.
- HROMADŽIĆ, Hajrudin. 2009. „Mediji i spektakularizacija društvenog svijeta. Masmedijska produkcija 'kulture slavnih'“. *Filozofska istraživanja* 30 (4): 617-627.

- HROMADŽIĆ, Hajrudin. 2008. *Konzumerizam: potreba, životni stil, ideologija*. Zagreb: Naklada Jesenski i Turk.
- HUBBARD, L. Ron. 2009a. *Sciјentologija: Osnovne misli*. Glostrup: New Era Publications.
- HUBBARD, L. Ron. 2009b. *Sciјentologija: Novi pogled na život*. Glostrup: New Era Publications.
- HUNT, Stephen J. 2003. *Alternative religions: a sociological introduction*. Hampshire – Burlington - VT: Asghate.
- GEIGER, Marija. 2006. „Grace Davie: Religija u suvremenoj Europi. Mutacija sjećanja”. *Revija za socijalnu politiku*. 13 (2): 207-210.
- GOLDBERGER, Goran. 2011. *Medijska prezentacija malih vjerskih zajednica u Hrvatskoj*. Zagreb: FFZG.
- INTROVIGNE, Massimo. 2004. „Something Peculiar about France: Anti-Cult Campaigns in Western Europe and French Religious Exceptionalism”. U: *The Oxford Handbook of New Religious Movements*, ur. James R. Lewis. New York: Oxford University Press.
- JUERGENSMEYER, Mark. 2004. „Is religion the problem?” *Hedgehog Review*. 6 (1): 21-33. Dostupno na: <http://www.juergensmeyer.com/?q=node/7> (5.5.2014)
- JUKIĆ, Jakov. 1997. *Lica i maske svetoga: ogledi iz društvene religijologije*. Zagreb: Kršćanska sadašnjost.
- KNOBLAUCH, Hubert. 2004. *Sociologija religije*. Zagreb: Demetra
- KRAJINA, Zlatan i Tena PERIŠIN. 2008. „Digitalne vijesti: Mediji, tehnologija i društvo”. *Društvena istraživanja* 18 (6): 935-956.
- KURZMAN, Charles, Chelise ANDERSON, Clinton KEY, Youn Ok LEE, Mairead MOLONEY, Alexis SILVER i Maria W. VAN RYN. 2007. „Celebrity status”. *Sociological Theory*. 25 (4): 347-67.
- LALIĆ, Dražen i Marko MUSTAPIĆ. 2007. „Istraživanja društvenih problema: bijele mrlje na sociološkoj mapi Hrvatske”. *Revija za sociologiju*. 38 (3-4): 133-149.
- LIPOVČAN, Srećko. 2003. „Prinos analizi temeljnih odnosa medija i culture u hrvatskom društvu”. *Društvena istraživanja*. 12(6): 909-925.
- MACUT, Ivan. 2011. „Sciјentologija – tumačenje osnovnih pojmova“. *Služba Božja*. 51 (¾): 327-349.
- MARINOVIĆ BOBINAC, Ankica i Dinka MARINOVIĆ JEROLIMOV. 2008. *Vjerske zajednice u Hrvatskoj: Kratka povijest, vjerovanje, obredi, hijerarhija, organizacija, članstvo, tradicija, običaji i blagdani*. Zagreb: Udruga za vjersku slobodu u RH; Prometej.
- MARINOVIĆ JEROLIMOV, Dinka. 2008. „Religious Distance in Croatia“. U: *Images of the Religious Other: Discourse and Distance in the Western Balkans*, ur. Christian Moe. Novi Sad: CEIR, str 201-219.

- McQUAIL, Denis. 1988. *Mass Communication Theory: An Introduction*. London: Sage Publications.
- MONTES, Noemi Mena. 2011. „Media, Religious Minorities and Freedom of Religion“. *Sfera Politicii*. 19 (7): 65-72. Dostupno na: <http://www.sferapoliticii.ro/sfera/161/art10-Montes.php> (1.9.2013)
- NIKODEM, Krunoslav. 2011. „Religija i crkva. Pitanja institucionalne religioznosti u suvremenom hrvatskom društvu“. *Socijalna ekologija*. Zagreb, 20 (1): 5-30.
- NIKODEM, Krunoslav i Jerko VALKOVIĆ. 2011. „Mediji u hrvatskom društvu. Analiza osnovnih karakteristika medijskog prostora s obzirom na supsidijarnost“. *Bogoslovna smotra*. 81 (4): 783-814.
- NIKODEM, Krunoslav. 2004a. „Religijski identitet u Hrvatskoj. Dimenzije religijskog identiteta i socio-ekološke orijentacije“. *Socijalna ekologija* 13 (3-4): 257-286.
- NIKODEM, Krunoslav. 2004b. „New Religious Movements in the 21st Century (Phillip Charles Lucas, Thomas Robbins /ur./)“. *Socijalna ekologija*. 13 (3-4): 389-395.
- O’SULLIVAN, Tim i Yvonne JEWKES. 1997. *The Media Studies Reader*. London: Hodder Education.
- SEVER, Irena. 2012. „Popularna kultura kao mjesto religioznoga iskustva“. *Obnovljeni život*. 68 (1): 25-38.
- SKOKO, Božo. 2011. „Hrvatski medijski trendovi 1991. – 2011.“ *Diacovensia*. 19 (3): 363-379.
- STARK, Rodney i William Sims BAINBRIDGE. 1985. *The future of religion: Secularisation, Revival and Cult Formation*. Berkeley - Los Angeles - London: University of California Press.
- ŠUNDALIĆ, Antun i Iva HETEŠI. 2006. „Mediji i nove vrijednosti društva slobodnog tržišta“. *Informatologija* 39 (4): 271-275.
- TAYLOR, Greg. 2004. „Scientology in the German Courts“. *Journal of Law and Religion*. 19 (1): 153-198. Dostupno na: <http://www.jstor.org/stable/3649169> (20.11.2013)
- VALKOVIĆ, Jerko. 2013. *Crkva i svijet medija: Mogućnost susreta i različitost perspektiva*. Zagreb: Glas Koncila.
- WAKEFIELD, Margery. s.a. *Understanding Scientology*. Dostupno na: <http://www.cs.cmu.edu/~dst/Library/Shelf/wakefield/us.html> (15.10. 2013.)
- WRIGHT, Stewart. 1997. „Media coverage of unconventional religion: Any ‘good news’ for minority faiths?“ *Review of Religious Research*. 39 (2): 101-115.

Ostali internetski izvori:

www.scientology.org (1.9.2013)

<http://www.scientology.org/what-is-dianetics/basic-principles-ofscientology/the-clear.html> (1.9.2013.)

http://www.scientology.cc/en_US/index.html(1.9.2013.)

[http://news.narconon.org/croatia/\(23.2.2014.\)](http://news.narconon.org/croatia/(23.2.2014.))

11. Novinski izvori

VEČERNJI LIST

Carević, Ivana. 2009. „Tragedija Jett Travolta umro u 16. godini na Bahamima“. Br. 16.195, god 49, nedjelja 4.1.2009., str 4, rubrika Život&scena.

[s.n.] 2009. „Tom Cruise priznao je da mu je scijentologija pomogla da prevlada disleksiju koja mu je dijagnosticirana u 7. godini“, rubrika Život&Scena. Br.16.196, god 49, srijeda 7.1.2009., str 28.

[s.n.] 2009. „Travolta utemeljio zakladu u čast preminulom sinu Jettu“,rubrika Scena. Br. 16.242, god 49, nedjelja 22.2.2009., str. 49.

Isv. 2009. „Uoči trećeg rođendana Suri izgubila tetka“, Br. 16.295, god 49, subota 18.4.2009., str 50, rubrika Scena.

Oremović, Arsen. 2009. “Ovdje se napokon osjećam rehabilitiran ali od gluposti”. Br.16.336, god 49, subota 30.5.2009. , str 10, rubrika Obzor.

[s.n.] 2009. „Katie Holmes i Tom Cruise čekaju još jedno dijete“, rubrika Scena. Br.16.268, god 49, petak 20.3.2009., str 45.

[s.n.] 2009. „Kate Holmes svoj je novi i osvježen izgled platila 240000 dolara“, rubrika Scena. Br. 16.269., god 49, subota 21.3. 2009., str 52.

A.K. 2009. „Francuski tužitelji traže zatvaranje Scijentološke crkve“. Br.16.353., god 49, srijeda 17.6.2009., str 22, rubrika Događaji.

i. 2009. „Katie Holmes i Tom Cruise sele se u Australiju“. Br.16.353., god 49, srijeda 17.6.2009., str 58, rubrika Televizija.

Ic. 2009. „Peaches pronašla smisao svog života“. Br.16.359, god 49, utorak 23.6.2009., str 62, rubrika Televizija.

[s.n.] 2009. „Beckhami su sina nazvali po svom prijatelju Tomu Cruiseu“, rubrika Kultura&Scena/Scena. Br.16.376, god 50, subota 11.7.2009, str 62.

Car, Maja. 2009. „Glumac strahuje od tajnih dosjea Scijentološke crkve“. Br.16.391, god 50, nedjelja 26.7,2009., str 66, rubrika Spektakli.

Vp. 2009. „Will Smith i njegova 37-godišnja supruga Jada Pinkett Smith iz svoje su scientološke škole 'otjerali' učiteljicu Jacqueline Oliver“. Br.16.403., god 50, subota 8.8.2009., str 63, rubrika Scena.

Ič/VLM. 2009. „John Travolta prekida šutnju zbog sućuti prema svojem sinu“. Br.16.445, god 50, nedjelja 20.9.2009., str 67, rubrika Spektakli.

[s.n.] 2009. „Globa za scijentologe“, rubrika Vijesti iz svjetskih metropola. Br.16.482, god 50, srijeda 28.10.2009., str 64.

Kb/VLM. 2009. „Tom Cruise pokušavao umom pomaknuti predmete“. Br.16.493, god 50, ponedjeljak 9.11.2009., str 58, rubrika Scena.

[s.n.] 2009. „Uskoro i vlada protiv scijentologije“, rubrika Vijesti iz svjetskih metropola. Br.16.507, ponedjeljak 23.11.2009., god. 50, str 56.

[s.n.] 2010. Nema naslova, rubrika Navodno. Br.16.602, god 50, utorak 2.3. 2010.

Vuković, Slavica. 2011. „Kićo Slabinac mogao bi postati hrvatski Tom Cruise ili John Travolta“. Br.17.033, god 51, srijeda 25.5.2011, str 10, rubrika Aktualno/Vijest dana.

Sd. 2011. „Uhićeni aktivisti grupe Anonymous“. Br. 17.051, god 51, nedjelja 12.6.2011, str. 64.

Ič/vlm. 2011. „Bez scijentologije ne bih preboljela sinovu smrt“. Br.17.115, god 52, petak 19.8.2011, str 53, rubrika Scena.

[s.n.] 2012. „Skrb nad Suri Katie će tražiti u New Yorku“, rubrika Scena. Br.17.422, god 53, nedjelja 1.7.2012., str 53.

Perica, Silvana. 2012. „Zašto se rastaje slavni par. Tom Cruise je kćer htio slati u logor“. Br.17.426, god 53, četvrtak 5.7. 2012., god 53, str 20, rubrika Panorama.

Bernardić, Andro. „Jeza na Floridi“. Br.17.430, god 53, ponedjeljak 9.7.2012, str 20, rubrika Panorama.

[s.n.] 2012. „Alimentacija za Suri čak 2,4 milijuna kuna“, rubrika Scena. Br.17.476, god 53, subota 25.8.2012, str 81.

Bosno, Kristina. 2012. „O scijentologiji sa Suri neće razgovarati“. Br.17.432, god 53, srijeda 11.7.2012, str 53, rubrika Scena.

Šarić, Jelena. 2012. „Napokon nasmijana Suri uživala u zoološkom vrtu u društvu majke i bake“. Br.17.434, god 53, petak 13.7.2012., str 52, rubrika Scena.

Jš. 2012. „Djeci T.Cruisea ispirali mozak da zamrže majku“. Br.17.435, god 53, subota 14.7., str 81, rubrika Scena.

Up. 2012. „Scijentolozi odlučili: Tom Cruise će se oženiti Yolandom Pecoraro“. Br.17.441, god 53, petak 20.7.2012, str 20, rubrika Scena.

[s.n.] 2012. „Tom Cruise napušta scijentologiju iz straha da će izgubiti kćer?“, rubrika Scena. Br.17.441, god 53., petak 28.9.2012., str 53.

Abe/VLM. 2013. „Ako Schwarzeneger može biti guverner, ja mogu biti predsjednik“. Br.17.610, god 53, subota 12.1.2013, str 53 rubrika Scena.

Ivi. 2013. „John Travolta- Scijentolozi su ga odgovorili od braka s muškarcem“. Br 17.617, god 53, subota 19.1.2013, rubrika Scena.

Ic. 2013. „Izbirljivi glumac-ne želi djevojku stariju od 35 godina“. Br 17.846, god 54, ponedjeljak 9.9.2013., str 44, rubrika Scena.

[s.n.] 2013. „Tom Cruise tuži časopis koji je objavio da je napustio kćer Suri“, rubrika Scena. Br 17.905, god 54, subota 9.11.2013., str 48.

Ic. 2013. „U Scijentološkoj crkvi zaljubio se u Donnu iz Ludih 70-ih“. Br 17.925, god 54, petak 29.11.2013, str 50, rubrika Scena.

JUTARNJI LIST

Premec, Tina. 2009. „Jedini sin slavnoga glumca umro na Bahamima“. Br. 3785, god 11, nedjelja 4.1.2009, str 53, rubrika Spektakli.

Došen, Vanja. 2009. „Za malog Travoltu pogubna je bila scijentologija?“. Br. 3787, god 11, srijeda 7.1.2009, str 21-22, rubrika Jutarnji 2.

Rudež, Tanja. 2009. „Hokus-pokus uzima živote“. Br. 3787, god 11, srijeda 7.1.2009, str 21-22, rubrika Jutarnji 2.

T.Š. 2009. „Glas Barta Simpsona pomaže scijentologiji“. Br 3815, god 11, srijeda 4.2.2009., str 52, rubrika Spektakli.

[s.n.] 2009. „Važno je zvati se Celsius“, rubrika Jutarnji 2. Br 3817, god 11, petak 6.2.2009, str 30..

[s.n.] 2009. „Glamurozna kao prije braka“, rubrika Jutarnji. Br 3849, god 11, utorak 10.3.2009, str 23.

H. 2009. „Scijentolozima prijete zabrana djelovanja“. Br 3924, god 12, srijeda 27.5.2009, str 14, rubrika Svijet.

[s.n.] 2009. „Glumica Katie Holmes navodno je jako frustrirana“, rubrika Objektiv. Br 3926, god 12, petak 29.5.2009, str 32.

H. 2009. „Scijentolozi ne smiju intervenirati. Br 3929, god 12, ponedjeljak 1.6.2009, str 18, rubrika Vijesti-Svijet.

Sokač, I. 2009. „Katie upisala Suri u katoličku školu“. Br 4057, god 12, utorak 13.10.2009, str 64, rubrika Spektakli.

A.Lu. 2009. „Cruiseovi pozdravili Travoltin povratak. Br 4066, god 12, četvrtak 22.10.,2009, str 56., rubrika Spektakli.

G.An. 2009. „Scijentolozi su varali, ali ipak nisu zabranjeni“. Br 4072, god 12, srijeda 28.10.2009., str 17, rubrika Svijet.

I.S. 2009. „Haggis napustio scijentologiju“. Br 4072, god 12, srijeda 28.10.2009., str 72, rubrika Spektakli.

I.S. 2009. „Tom Cruise tukao loše sljedbenike?“. Br 4090, god 12, ponedjeljak 16.11.2009., str 48, rubrika Spektakli.

Bolanča, Sandra. 2009. „Kabala može, scijentologija ne“. Br 4098, god 13, utorak 24.11.2009, str 58-59, rubrika Jutarnji 2.

I.S. 2010. „U pomoć Haitiju dovodi scijentološke svećenike“. Br 4158, god 13, srijeda 27.1.2010, str 48, rubrika Život i spektakli.

Handabaka, Antonija. 2010. „Poglavar Scijentološke crkve tuče podređene“. Br 4204, god 13, nedjelja 14.3.2010, str 24-25, rubrika Panorama.

Kuterovac, M. 2010. „Peaches Gedolf gola i pijana na internetu“. Br 4218, god 13, nedjelja 28.3.2010., str 39, rubrika Spektakli.

J.K 2010. „Toma Cruisea Britanci proglasili ikonom filma“. Br 4276, god 13, petak 28.5.2010, str 34, rubrika Život i Scena.

A.Lu. 2010. „Osim u Crkvi zajedno i na filmskom platnu?“. Br 4321, god 13, četvrtak 15.7.2010, str 37, rubrika Ljetni magazin.

Fabio, Bisera. 2010. „Christiane Kubrick“. Br.4364, god 13, nedjelja 29.8.2010, str 40-41, rubrika Panorama.

Rešković, V. 2010. „Scijentolozi: tužni ljudi, dođite, masirat ćemo vas“. Br 4390, god 13, petak 24.9.2010, str 7, rubrika Vijesti.

Handabaka, Antonija. 2011. „Scijentolozi u ratu oko vođe koji im donosi milijune“. Br 4838, god 14, srijeda 4.1.2011, str 20, rubrika Svijet.

I.S. 2011. „Tom Cruise iskorištavao članove svoje Crkve“. Br 4523, god 13, četvrtak 10.2. 2011, str 44, rubrika Dupli Espresso.

Simić, Sanja. 2011. „Otkriveni svi zločini scijentologije“. Br 4526, god 13, nedjelja 13.2.2011, str 58-61, rubrika Panorama.

Valentić, Jelena. 2011. .“Tajna istraga reporterka Jutarnjeg među scijentolozima. Priključili su me na detektor istine..i otkrili:uzrok mog stresa su mama i dečko“;Tajno među scijentolozima“. Br 4658, god 14, petak 1.7.2011., str 24-25, rubrika Ljetni magazin.

Valentić, Jelena. 2011. „Ne čitajte ono što se piše o scijentologiji. To će poništiti učinke naših tečajeva“. Br4659, god 14, subota 2.7.2011, str 76-77, rubrika Ljetni magazin.

Valentić, Jelena. 2011. „Pozvana sam. SMS-om me pozivaju u jedan stan na prvo okupljanje odabranih“. Br 4661, god 14, ponedjeljak 4.7.2011., str 32-33, rubrika Ljetni magazin.

Valentić, Jelena. 2011. „Želim odustati! To ti nije pametna odluka, govore mi. Sigurno su te nagovorili. Zašto si pričala s bivšim članovima Crkve?“. Br 4662, god 14, utorak 5.7.2011, str 32-33, rubrika Ljetni magazin.

Mikločević, Sanja. 2011. „Razvode se zbog njene afere s bivšim mužem J.Lo?“. Br 4712, god 14, četvrtak 25.8.2011, str 30, rubrika Svijet.

Mikločević, Sanja. 2012. „Sretan ti 50. Rođendan, Tom“. Br 5012, god 15, ponedjeljak 2.7.2012, str 26-27, rubrika Dnevni magazin.

Fišić, Nađa Irena. 2012. Tom Cruise svoju je šestogodišnju kćer želio poslati u školu- zatvor. Br 5015, god 15, četvrtak 5.7.2012, str 28-29, rubrika Dnevni magazin.

Simić, Sanja. 2012. „Bilo joj je dosta. Htjela je spasiti kćer i godinu dana je planirala lukavi bijeg“. Br 5015, god 15, nedjelja 8.7.2012, str 40-43, rubrika Panorama.

Sever, Maja. 2012. „Scijentolozi: Tom, lijepa Yolanda bit će tvoja žena.“. Br 5027, god 156, petak 20.7.2012, str 26, rubrika.

SD. 2012. „Tom Cruise otplovio jahtom prema Hvaru“. Br 5072, god 15, subota 1.9.2012, str 12, rubrika Društvo.

Simić, Sanja i Damjan Tadić. 2012. „Oduševljen sam Hvarom“. Br 5073, god 15, nedjelja 2.9.2012., str 8, rubrika Vijesti.

Simić, Sanja. 2012. „Scijentolozi organizirali audiciju za 'prihvatljivu' suprugu Toma Cruisea. Br 5074, god 15, ponedjeljak 3.9.2012, str 30-31, rubrika Dnevni magazin.

Hundić, Stjepan. 2012. „O scijentologiji se puno priča, a ona nije ni moćna ni važna“. Br 5075, god 15, utorak 4.9.2012, str 22, rubrika Kultura. Naslov Stjepan Hundić.

T.Pr. 2012. „Tomu je Suri ipak važnija od Scijentološke crkve“. Br 5099, god 15, petak 28.9.2012, str 30, rubrika Dnevni magazin.

[s.n.] 2012. „Tom Cruise zbog ljubavi napušta scijentologiju?“, rubrika Dnevni magazin. Br 5102, god 15, ponedjeljak 1.10.2012, str 28.

[s.n.] 2013. „Ako Schwarzenegger može biti guverner, ja mogu biti predsjednik“, rubrika Dnevni magazin. Br 5198, god 15, petak 11.1.2013, str 32.

Simić, Sanja. 2013. „Travolta je ucijenjen sramotnim dosjeima“. Br 5201, god 15, ponedjeljka 14.1.2013, str 30-31, rubrika Dnevni magazin.

[s.n.] 2013. Nema naslova, rubrika Dnevni magazin. Br 5208, god 15, 21.1.2013, str 32.

N.Š. 2013. „Assange je sve sličniji osnivaču scijentologije“. Br 5226, god 15, petak 8.2.2013, str 25, rubrika Svijet.

[s.n.] 2013. „Glumica napustila scijentologe“, rubrika Svijet. Br 5378, god 16, subota 13.7.2013., str 20.

[s.n.] 2013. „Napala kolegicu jer je napustila scijentologe“, rubrika Svijet. Br 5382, god 16, srijeda 17.7.2013, str 23..

[s.n.] 2013. „Na oprezu jer je navodno prate scijentolozi“, rubrika Svijet. Br 5425, god 15, petak 30.8.2013, str 26.

[s.n.] 2013. „Novu suprugu traži mu scijentološka crkva“, rubrika Svijet. Br 5435, god 16, ponedjeljak 9.9.2013, str 29.

12. Prilozi

Matrica za istraživanje odnosa religije i medija: primjer scijentologije u
Hrvatskoj

1. Broj dnevnika i datum izdanja

2. Naslov dnevnika

3. Stranica analiziranog članka (priloga)

4. Naslov analiziranog članka (priloga)

1. Nema ga

2. Odgovara tekstu

3. I odgovara i ne odgovara

4. Ne odgovara tekstu

5. Članak pripada rubrici

6. Članak ima:

1. Nema najavu

2. Najava je na naslovnoj stranici

7. Izvor (tko je potpisan kao autor)

1. Nije potpisan, redakcijski

2. Novinar

3. Agencija- Hina

4. Strana agencija

5. Prenesen iz drugih domaćih ili stranih tiskovina

6. Pripadnik scijentologije

7. Stručna osoba (sociolog, teolog, psiholog)

8. Vrsta članka

1. Vijest

2. Izvještaj

3. Reportaža

4. Intervju
5. Feljton
6. Kolumna
7. Kritički osvrt
8. Polemika
9. Izjava za javnost
10. Demanti

9. Prostorna dimenzija izvještavanja o scijentologiji

1. Ne može se odrediti
2. Domaća
3. Internacionalna
4. Ostalo (ukoliko se miješaju)

10. Tema članka/priloga

1. Ne može se odrediti
2. Scijentološka religija
3. Scijentološka učenja i tehnike
3. Slavne osobe pripadnici scijentologije
4. Financijski aspekti scijentologije
5. Odnos medija i scijentologije
6. Scijentološko korištenje medija
7. Optužbe Scijentološke crkve

11. Dubina obrade teme

1. Ne može se procijeniti
2. „Površinski“ (deskripcija)

3. „Dubinski“ (uzroci, posljedice)
4. Nešto drugo

12. Usmjerenost na temu

1. Ne može se ocijeniti
2. Scijentologija je jedna od nekoliko zastupljenih tema
3. Scijentologija je dominantna, no ne i jedina tema
4. Scijentologija je sporedna tema ili se tek spominje
5. U članku se piše isključivo o scijentologiji

13. Kako je scijentologija prezentirana (orijentacija članka)

1. Pozitivno (afirmacija)
2. Negativno (unutar stereotipa o novim religijskim pokretima, kritika, osuđivanje)
3. Neutralno

14. Akter u člancima

1. Vođa scijentologije
2. Pripadnik scijentologije u domaćoj prostornoj dimenziji
3. Pripadnik scijentologije u stranoj prostornoj dimenziji
4. Mediji
5. Represivni aparat države
6. Političar
7. Nema aktera
8. Ostali

15. Orijetacija aktera

1. Pozitivna
2. Negativna
3. Neutralna

4. Ne može se odrediti

16. Diskurs članka (dominantna terminologija)

1. Sekta

2. Kult

3. Sljedba

4. Novi religijski pokret

5. Skupina

6. Crkva

7. Vjerska zajednica

8. Religija

9. Ispiranje mozga

10. Kriminalna organizacija

11. Vjera

12. Nema opisa

17. Opis članova scijentologije

1. Pripadnik

2. Sljedbenik

3. Član

4. Pristalica

5. Scijentolog

6. Nema opisa

18. Prostor ostavljen stavovima čitatelja

1. Ne može se odrediti

2. Izneseni stavovi nameću se kao jedino relevantni

3. Čitatelju se ostavlja mogućnost kritičkog pristupa i zauzimanja vlastitog stava

19. U članku postoji poruka

1. Poruke nema
2. Poruka postoji- eksplicitna
3. Poruka postoji- implicitna

20. Poruka se upućuje

1. Poruke nema
2. Zamišljenom primaocu (imaginarnom čitatelju)
3. Specifičnijem primaocu

Upitnik za provođenje intervjua

Pitanja postavljena pripadnicima medija

1. Za početak bih Vas zamolila da mi kažete želite li da se u radu koristim Vašim punim imenom i prezimenom, pseudonimom ili inicijalima Vašeg imena?
2. Što mislite o tome kako je scijentologija prikazana u hrvatskim medijima te na koje aspekte su usredotočeni?
3. Koliko po Vašem mišljenju mediji kreiraju sliku scijentologije u Hrvatskoj?
4. Budući da je tema mojeg rada odnos medija i scijentologije zanima me smatrate li da je scijentologija dovoljno zanimljiva tema za medije i korisnike medija u Hrvatskoj?
5. Jeste li se osobno tijekom Vaše karijere ikada bavili tematikom scijentologije? (u obliku članka ili emisije) Ukoliko jeste, je li to bilo samoinicijativno ili je ideja došla od Vaših nadređenih?
6. U većini članaka koje sam analizirala na primjeru *Jutarnjeg* i *Večernjeg lista*, scijentologija se, usudila bih se reći, mistificira, ističu se kontroverzije, a fokus je usmjeren i na slavne osobe. Smatrate li da unatoč krizi novinarstva koja, prema nekim znanstvenim člancima, vlada u Hrvatskoj već neko vrijeme, novinari pokušavaju ostati objektivni prilikom izvještavanja, konkretno o novim religijskim pokretima?

7. Jesu li Vas ikada scijentolozi kontaktirali kako bi napravili članak ili emisiju o njima?

8. Molim Vas da, ukoliko imate što za dodati što nije obuhvaćeno pitanjima, to i učinite.

Pitanja za pripadnika scijentologije

1. Za početak bih Vas zamolila da mi kažete želite li da se u radu koristim Vašim punim imenom i prezimenom, pseudonimom ili inicijalima Vašeg imena?

2. Kako ste saznali za scijentologiju te koliko dugo ste pripadnik scijentologije?

3. Jeste li Vi otvorili Dijanetički centar, te ukoliko jeste, kako ste došli na tu ideju?

4. U većini članaka koje sam analizirala na primjeru *Jutarnjeg* i *Večernjeg lista*, došla sam do zaključka kako većina tih članaka nisu izvorna istraživanja novinara o samoj scijentologiji te se ona, usudila bih se reći, mistificira i ističu se kontroverzije. Stoga bih Vas upitala, što mislite o tome kako je scijentologija prikazana u hrvatskim medijima te na koje aspekte su usredotočeni? Koliko po Vašem mišljenju mediji kreiraju sliku scijentologije u Hrvatskoj?

5. Budući da je scijentologija, iako duže vrijeme prisutna, kod nas još u povojima (ili sam bar ja stekla takav dojam) postoje je li i koji su kanali širenja scijentologije kod nas?

6. Svjesna sam činjenice kako scijentologija medije zajedno s liječnicima, proizvođačima lijekova, oružja, militaristima svrstava u trgovce kaosom koji proizvode opasnu okolinu, a mediji, posebno novine, kaos i konfuziju kako je navedeno u Hubbardovoj knjizi „Scijentologija: novi pogled na život“ u poglavlju „Istina o scijentologiji“ na 258 stranici. Također, gospodin L. Ron Hubbard je u svojoj knjizi „Scijentologija: Osnovna misao“ u poglavlju „Scijentološko procesiranje“ na stranici 116. naveo pravila kodeksa scijentologije. U kodeksu scijentologije stoji da ju se mora braniti od nepoštenog tretmana u medijima koji se često fokusiraju na loše pojave u svijetu i skloni su senzacionalizmu. No, smatrate li da je potrebno kako bi se proširio glas o scijentologiji da bude prisutna u hrvatskim medijima ili zbog svega, prethodno navedenog, smatrate kako bi ta prisutnost donijela više štete nego koristi?

7. Mediji su Vas već par puta kontaktirali...jesu li Vas još neki novinari kontaktirali i jesu li se informirali o religiji prije nego su se javili i kakva pitanja su većinom postavili (ako jesu), ponavljaju li se ista pitanja? Bi li pri komunikaciji s njima htjeli reći nešto o scijentologiji što Vas nikada ne pitaju?

8. Postoje li kod nas u Hrvatskoj centri za slavne osobe? Što mislite iz kojih razloga za njih postoje posebni centri? Također, pitanje koje mi se nameće jest smatraš li da su centri za slavne osobe svojevrsna metoda korištenja medija? Slavne osobe stalno su pod povećalom medija, imaju svoje obožavatelje koji ih idoliziraju, pa je li moguće da njihova uvjerenja utječu onda i na odabir njihovih obožavatelja koji žele biti poput njih?