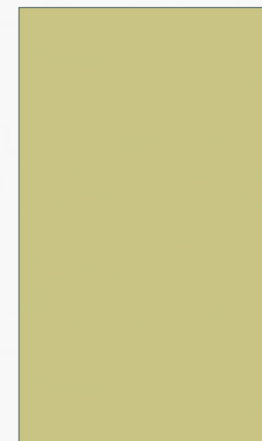


KRŠĆANSTVO NA PRAGU VIRTUALNOG
KONTINENTA.
IZAZOV ZA PROMIŠLJANJE I ŽIVLJENJE VJERE

ZAGREB, 6. SVIBNJA 2021.



JAN
2021

GLOBAL DIGITAL HEADLINES

ESSENTIAL HEADLINES FOR MOBILE, INTERNET, AND SOCIAL MEDIA USE AROUND THE WORLD

INTERNET USER NUMBERS NO LONGER INCLUDE DATA SOURCED FROM SOCIAL MEDIA PLATFORMS, SO VALUES ARE **NOT COMPARABLE** WITH PREVIOUS REPORTS



TOTAL
POPULATION



7.83
BILLION

URBANISATION:

56.4%

UNIQUE MOBILE
PHONE USERS



5.22
BILLION

vs. POPULATION:

66.6%

INTERNET
USERS*



4.66
BILLION

vs. POPULATION:

59.5%

ACTIVE SOCIAL
MEDIA USERS*



4.20
BILLION

vs. POPULATION:

53.6%



we
are
social



JAN
2021

CROATIA

ESSENTIAL HEADLINES FOR MOBILE, INTERNET, AND SOCIAL MEDIA USE

 CHANGES TO DATA SOURCES FOR INTERNET USERS AND SOCIAL MEDIA USERS MEAN THAT VALUES ARE **NOT COMPARABLE** WITH PREVIOUS REPORTS



CROATIA

TOTAL
POPULATION



4.09
MILLION

URBANISATION:

57.7%

MOBILE
CONNECTIONS



4.96
MILLION

vs. POPULATION:

121.1%

INTERNET
USERS



3.27
MILLION

vs. POPULATION:

80.0%

ACTIVE SOCIAL
MEDIA USERS



2.80
MILLION

vs. POPULATION:

68.4%



we
are
social



JAN
2021

DAILY TIME SPENT WITH MEDIA

THE AVERAGE AMOUNT OF TIME* EACH DAY THAT INTERNET USERS AGED 16 TO 64 SPEND WITH DIFFERENT KINDS OF MEDIA AND DEVICES

TIME SPENT USING THE
INTERNET (ALL DEVICES)



6H 54M

TIME SPENT WATCHING TELEVISION
(BROADCAST AND STREAMING)



3H 24M

TIME SPENT USING
SOCIAL MEDIA



2H 25M

TIME SPENT READING PRESS MEDIA
(ONLINE AND PHYSICAL PRINT)



2H 02M

TIME SPENT LISTENING TO
MUSIC STREAMING SERVICES



1H 31M

TIME SPENT LISTENING
TO BROADCAST RADIO



1H 00M

TIME SPENT LISTENING
TO PODCASTS



0H 54M

TIME SPENT PLAYING VIDEO
GAMES ON A GAMES CONSOLE



1H 12M

JAN
2021

TOP WEBSITES BY TRAFFIC (SEMRUSH)

RANKING OF TOP WEBSITES BASED ON TOTAL TRAFFIC VOLUME IN DECEMBER 2020, ACCORDING TO SEMRUSH



CROATIA

#	WEBSITE	TOTAL VISITS	UNIQUE VISITS	TIME PER VISIT	PAGES PER VISIT
01	GOOGLE.COM	70.7M	3.06M	23M 00S	6.30
02	INDEX.HR	43.1M	3.04M	16M 21S	4.30
03	JUTARNJI.HR	36.9M	2.87M	11M 23S	2.62
04	24SATA.HR	29.5M	2.93M	13M 55S	2.96
05	FACEBOOK.COM	27.0M	2.61M	24M 42S	6.14
06	NET.HR	20.9M	2.44M	12M 43S	3.03
07	YOUTUBE.COM	19.3M	1.99M	30M 40S	3.68
08	GOOGLE.HR	17.7M	1.45M	17M 59S	7.72
09	VECERNJI.HR	17.6M	2.29M	8M 45S	3.03
10	WIKIPEDIA.ORG	17.0M	2.82M	7M 32S	2.03

#	WEBSITE	TOTAL VISITS	UNIQUE VISITS	TIME PER VISIT	PAGES PER VISIT
11	NIJUSKALO.HR	16.1M	2.52M	15M 22S	9.98
12	TPORTAL.HR	15.0M	2.39M	14M 42S	3.15
13	SKOLE.HR	14.2M	1.31M	15M 09S	9.28
14	SLOBODNADALMACIJA.HR	13.6M	1.83M	11M 16S	2.87
15	DNEVNIK.HR	12.7M	2.12M	9M 05S	3.55
16	PORNHUB.COM	7.55M	1.13M	12M 07S	8.47
17	RTL.HR	7.35M	1.50M	8M 10S	2.39
18	DNEVNO.HR	7.16M	1.14M	10M 46S	2.04
19	INSTAGRAM.COM	6.83M	1.39M	15M 01S	4.47
20	TELEGRAM.HR	6.01M	1.19M	8M 00S	1.63



JAN
2021

OVERVIEW: CONSUMER GOODS ECOMMERCE

SIZE AND GROWTH OF THE B2C CONSUMER GOODS* ECOMMERCE MARKET (IN U.S. DOLLARS)



CROATIA

NUMBER OF PEOPLE
PURCHASING CONSUMER
GOODS VIA THE INTERNET*



statista

2.25
MILLION

TOTAL VALUE OF THE
CONSUMER GOODS
ECOMMERCE MARKET



\$725.2
MILLION

ANNUAL GROWTH IN THE TOTAL
VALUE OF THE CONSUMER
GOODS ECOMMERCE MARKET



we
are
social

+31.9%

ONLINE CONSUMER GOODS
PURCHASES: AVERAGE
ANNUAL SPEND PER USER



\$322



“Ne postoji **nijedno područje** ljudskoga iskustva, osobito ako u obzir uzmemo obuhvatnu pojavu globalizacije, na kojemu mediji nisu postali **konstitutivni** element međusobnih odnosa i društvenih, ekonomskih, političkih i religijskih procesa.”



Benedikt XVI., Poruka za Svjetski dan sredstava društvenih komunikacija, 2008.

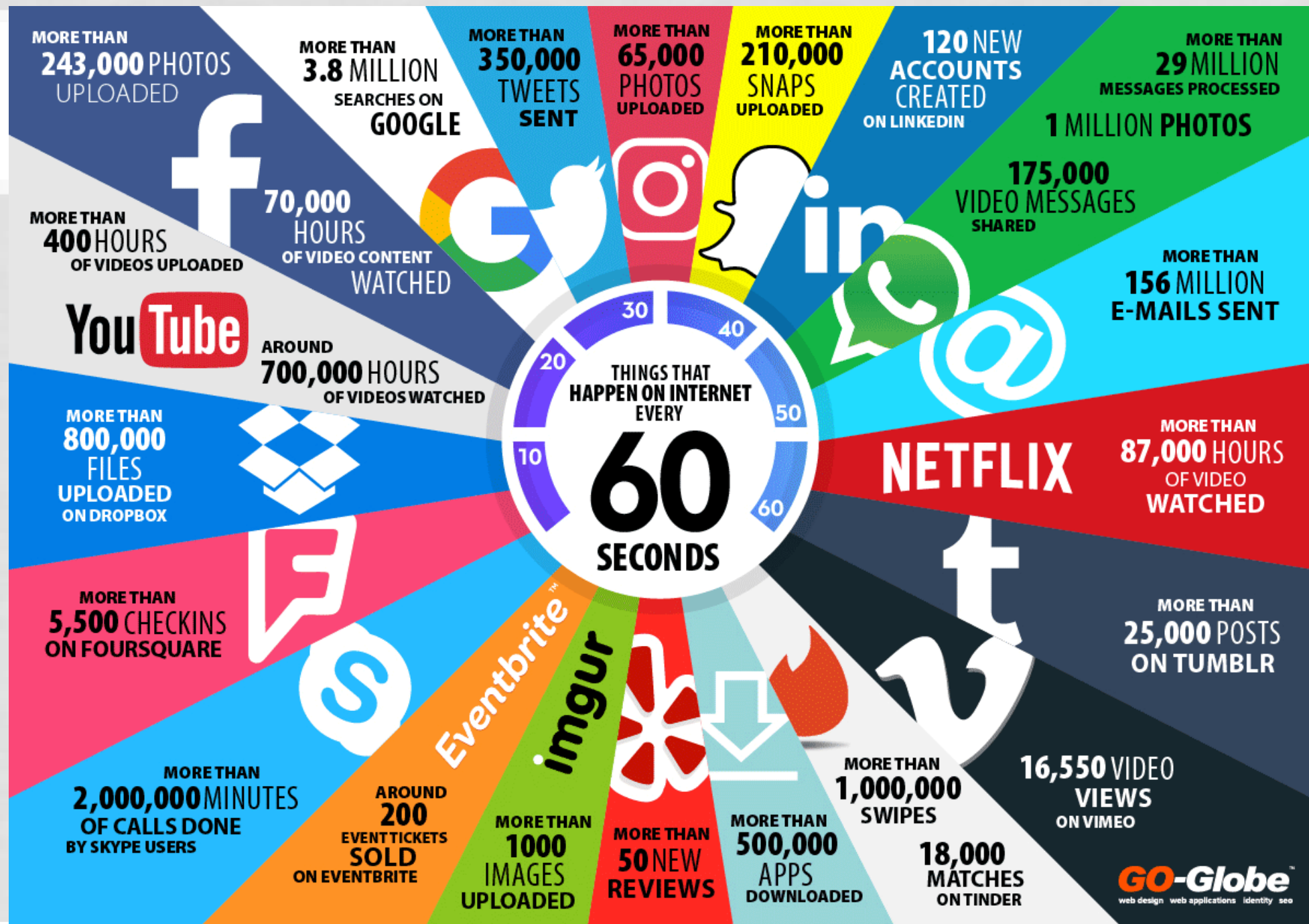
GOOGLE ...

- **Religion**
Oko 2.020.000.000 rezultata (0,60 sek)
- **Vjera**
Oko 4.830.000 rezultata (0,40 sek)
- **God**
Oko 2.540.000.000 rezultata (0,66 sek)
- **Bog**
Oko 137.000.000 rezultata (0,44 sek)

SUSRET INTERNETA I RELIGIJE

- *Net.religion* - prvi umreženi forum za rasprave o religijskim, etičkim i moralnim implikacijama ljudskog djelovanja (1977.)
- Prva »crkva« na internetskim prostorima oblikuje se 1994. kada Henderson pokreće web-stranicu koju je nazvao *The First Church of Cyberpace* (riječ je o američkoj prezbiterijskoj crkvi)
- 1996. magazin *Time* objavio posebni broj *Jesus Online*, tada već nalazimo desetine mrežnih stranica koje su posvećene vjerskim temama
- Katolička crkva »službeno« stupila je u svijet Interneta za Božić 1995., kada je na službenim vatikanskim stranicama (www.vatican.va) objavljena Papina božićna poruka
- Danska (2001.) - prva međunarodna konferencija o odnosu religije i Interneta
 - (fokus istraživanja: prezentacija vjerskih zajednica i razmišljanje o tome kako web ne/mijenja narav ili sadržaj poruke!)

Što se događa
u virtualnom
prostoru u 60
sekundi!





„Kršćanin sam, i kad već govorimo o metafizici, a ne o religiji, moram ipak reći kako se *cyberspace* ponaša kao Bog, te da ima nešto s idejom o Bogu koji je sve, koji sve vidi i čuje”.

Misao da se sveznanje kao jedno od božanskih svojstava događa u mreži podataka, korijen je divinizacije mreže.

Paul Virgilije



THE INTERNET

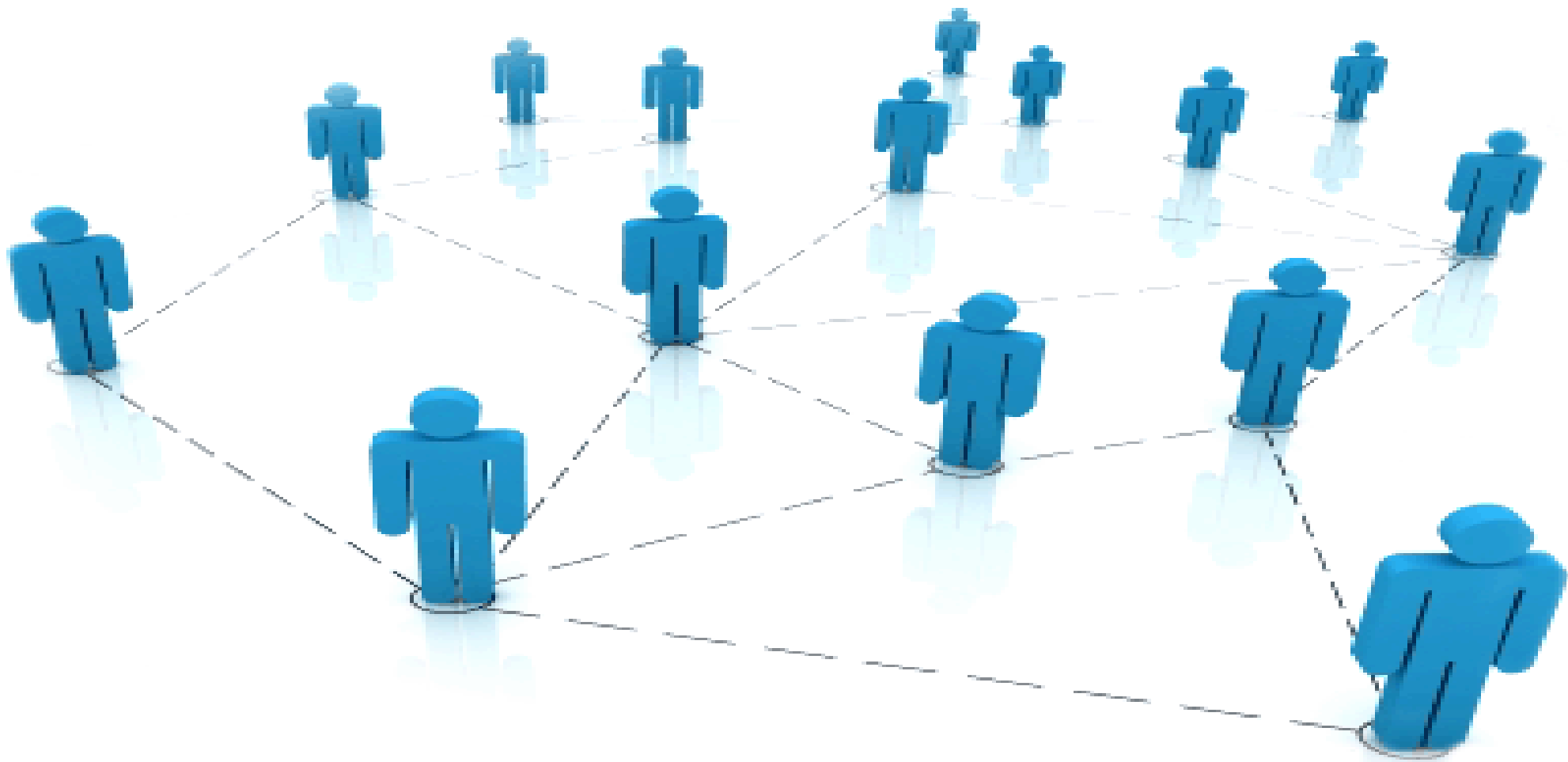
Where religions come to die.

Religija na internetu nužno ulazi u „dijalog” s ambijentom (virtualnim) u kojem su granice simboličnog veoma slabo ili nikako definirane, nisu stabilne i podložne su najrazličitijim interpretacijama



GOOGLE ...

- **Religion**
Oko 2.020.000.000 rezultata (0,60 sek)
- **Vjera**
Oko 4.830.000 rezultata (0,40 sek)
- **God**
Oko 2.540.000.000 rezultata (0,66 sek)
- **Bog**
Oko 137.000.000 rezultata (0,44 sek)



Internet - odsutnost središta odnosno autoriteta ...
Komunikacija se organizira prema logici „jednakih” – peer to peer!







Na krhkost vjerske povezanosti u virtualnom prostoru utječe

- Gubljenje komunikacije licem u lice
- Anonimnost vjerskoga iskustva
- Povezanosti koje su nestalne i lako se prekidaju ...
- Veoma važno pitanje – koliko ta religioznost uopće može usmjeravati prema transcendentnom?



RELIGIJA ONLINE – ONLINE RELIGIJA

- **Cyber religion**

- ... sve što se odnosilo na religiju prisutnu u virtualnom prostoru.

Helland 2000. uvodi termine *religion online* i *online religion*:

Religija online

Objavljuju se informacije o vjeri i vjerskim ustanovama ...

Online religija

Različiti oblici vjerske prakse inkorporirane su u virtualni prostor ... taj prostor kao virtualno mjesto za religijsku praksu, obrede i inovacije može uključivati online zahtjeve za molitvama i lance molitava, neopoganske rituale, spiritualno savjetovanje i računalno posredovano obožavanje, sakramente i cyber-svećeničke službe ...

BENEDIKT XVI.

- Želja za povezivanjem s drugima i nagon komunikacije, koji su nešto što se u suvremenoj kulturi samo po sebi podrazumijeva, nisu u stvari ništa drugo već suvremene manifestacije temeljnog i konstantnog nagnuća ljudi da se odmaknu od samih sebe kako bi stupili u odnos s drugima. Kada se otvorimo drugima, mi zapravo ispunjavamo naše najdublje potrebe i postajemo potpuniji ljudi
- *Kada osjećamo potrebu približiti se drugim osobama, kada ih želimo bolje upoznati ili pak želimo da drugi nas upoznaju, odgovaramo na Božji poziv — poziv koji je utisnut u našu narav bića stvorenih na sliku i priliku Boga, Boga komunikacije i zajedništva.*

KOMUNIKACIJA – ANTROPOLOŠKO PITANJE

- Benedikt XVI. - „uloga što su je mediji poprimili u društvu smatra integrirajućim dijelom antropološkoga pitanja koje izranja na površinu kao ključni izazov trećega tisućljeća“
- Papa Franjo – „Veliki izazov koji se danas postavlja pred nas je, dakle, kako ponovno naučiti razgovarati jedni s drugima, a ne samo proizvoditi i konzumirati informacije.“

ISTRAŽIVANJE U HRVATSKOJ – 2013.

- „Osobito nam je važan dobiveni podatak kako bi 95% djece najradije provodili svoje slobodno vrijeme družeći se s prijateljima ili u slobodnim aktivnostima i sportu, a zapravo svako peto dijete provodi više od 3 sata dnevno na Facebooku. Ovi rezultati upućuju na potrebu djece da im omogućimo i druge oblike provođenja slobodnog vremena u druženju s vršnjacima.”

prof.dr.sc. Gordana Buljan Flander,
ravnateljica Poliklinike za zaštitu djece grada Zagreba

- (Hrabri telefon i Poliklinika za zaštitu djece grada Zagreba objavili rezultate istraživanja o iskustvima i ponašanju djece na Internetu i na društvenoj mreži Facebook)

HVALA NA POZORNOSTI