**SAŽETAK**

 Ovaj doktorski rad istražuje i analizira ulogu i način uporabe javnih komunikacijski kanala u evangelizacijskom djelovanju Katoličke crkve u Bosni i Hercegovini. Službeni dokumenti Katoličke crkve promatraju Božju objavu kao oblik bliske komunikacije između Boga i ljudi. Jednako tako, kršćanske zajednice shvaćaju evangelizaciju, tj. širenje navedene Objave među ljudima, kao svoju temeljnu misiju u kojoj suvremeni kanali komuniciranja igraju važnu ulogu. U uvodnom dijelu, ovaj rad stoga najprije definira temelje teološke i sociološke pojmove istraživanja te se potom usmjerava na kontekstualizaciju uloge Katoličke crkve u Bosni i Hercegovini prikazujući njezin povijesni razvoj i trenutni društveni utjecaj.

 Drugi dio rada donosi pregled suvremenih teorija komunikacije i odnosa s javnošću koji služi kao općeniti teorijski okvir za daljnju elaboraciju istraživanja. Treći dio se fokusira specifično na ulogu medija u evangelizaciji i pastoralnom djelovanju Katoličke crkve. Kako bi se shvatila važnost širenja evangelizacije putem medija predstavili smo ključne dokumente Katoličke crkve o masovnoj komunikaciji. Također, analiziraju se komunikacijski modeli, djelatnosti i strategije koje crkveni pastoralni djelatnici imaju na raspolaganju u prenošenju poruka kršćanske vjere.

 Završni dio, utemeljen na empirijskom istraživanju, analizira pak trenutnu praksu i odnos prema medijima od strane župa, pastoralnih djelatnika i službenih institucija Crkve u Bosni i Hercegovini. Po prvi put su sustavno istraženi oblici pastoralnog komuniciranja, percepcije i stavovi pastoralnih djelatnika prema medijima i mogućnostima medijske edukacije. Podaci istraživanja ukazuju na visok stupanj svijesti o važnosti medija, ali u isto vrijeme, i na manjak aktivnog medijskog angažmana crkvenih i pastoralnih djelatnika, ne samo u komunikaciji prema društvu u cjelini već i u unutarnjoj komunikaciji prema članovima crkvene zajednice. Kao osnovni problemi nameću se nepovjerenje prema medijima, nedostatak praktične formacije za medijsko djelovanje te manjak kvalificiranih osoba koje bi na stručan način poboljšali medijsku sliku Crkve i povećali njeno sudjelovanje u medijima. Rad napokon donosi sugestije za poboljšanje medijske kulture unutar Katoličke crkve u cilju boljeg razumijevanja između Katoličke crkve i društva u cjelini.

Ključne riječi: Odnosi s javnošću, komunikacijski kanali, Katolička crkva, masovni mediji, evangelizacija.

**SUMMARY**

 This doctoral thesis researches the role and use of the public media in pastoral activities of the Catholic Church in Bosnia and Herzegovina. The official documents of the Catholic Church understand God's Revelation as a form of intimate communication between God and people. Moreover, Christian communities see evangelization, i.e. proclamation of the Revelation among people as its principal mission wherein contemporary modes of public communications play an important role. In its introductory part, this thesis firstly defines the central theological and sociological terms of this research. Secondly, it contextualizes the place of the Catholic Church in Bosnia and Herzegovina by outlining its historical development and current social influence.

 The second section of the thesis, which serves as a theoretical framework for the further analysis, offers an overview of contemporary theories of communication and public relations. In the third part, the focus is placed more specifically on the role of the media in evangelization and pastoral activities of the Catholic Church. In order to understand the importance of the media in evangelization, key documents of the Catholic Church on the means of mass communications are presented. Furthermore, the section brings the analysis of the communication models, activities, and strategies that are on disposal to pastoral workers in their activities of transmitting the messages of the Christian faith.

 The final part, based on an empirical research, analyzes not only the current mediatic practice of parishes, pastoral workers, and official institutions of the Catholic Church in Bosnia and Herzegovina but also their attitudes towards the media. For the first time, modes of pastoral communication, perceptions and attitudes of the pastoral workers towards the media and possibilities of media education are being systematically explored. The results suggest a high degree of awareness of the importance of the media among the respondents. At the same time, the results demonstrate a lack of active media involvement of Church and pastoral workers, both in communication towards the society in general and in the internal communication towards the members of the Church. Research points towards three main problems: the lack of trust towards the media, the absence of practical training for media activities, and the absence of experts who would improve the public image of the Church. Finally, the thesis also brings suggestions for the improvement of the media culture within the Catholic Church, in view of advancement of better understanding between the Catholic Church and the Society. **Key words:** public relations, communicative channels, Catholic Church, mass media, evangelization.