

**KATOLÍCKA UNIVERZITA V RUŽOMBERKU
FILOZOFICKÁ FAKULTA
A FÓRUM PRE VEREJNÉ OTÁZKY**

**PLNIA KREŠŤANSKÉ MÉDIÁ
V SLOVENSKEJ SPOLOČNOSTI
SVOJU ÚLOHU?**

Zborník zo seminára FF KU a FVO

**EDÍCIA VEDECKÉ PODUJATIA
Nº 2**

BRATISLAVA, 28.–29.1.2005

V roku 2005 vydala

Filozofická fakulta Katolíckej univerzity v Ružomberku
Hrabovská cesta 1
034 01 Ružomberok
<http://fphil.ku.sk>

v edícii VEDECKÉ PODUJATIA, číslo 2.

a

Fórum pre verejné otázky
Žabotova 2
811 04 Bratislava
www.fvo.sk

Zostavovateľ: Mgr. Michal Dyttert
Obálka a grafická úprava: Vydavateľstvo Michala Vaška

ISBN 80-8084-036-9

Zlepšenie je založené na diskusii

Množstvo kresťanov na Slovensku je nespokojných s kresťanskými médiami. Tá kritika je nám všetkým známa: malé náklady, málo kvalitných spolupracovníkov, život na hrane ekonomickej rentability, vlažný vzťah k spoločenským témam, slabá schopnosť viesť diskusiu o problémoch vnútri kresťanských spoločenstiev. Táto kritika pritom zaznieva z mnohých strán dlhé roky.

Základom pre kvalitný obsah akéhokoľvek média sú informácie a diskusia – medzi redaktormi, s odborníkmi, polemika so sekulárnym prostredím i vnútri cirkví. Novinári bez informácií a diskusie nebudú schopní pracovať kvalitne.

Tento istý princíp je potrebné uplatniť, ak chceme kresťanskému žurnalizmu pomôcť riešiť jeho veľké problémy. Bez diskusie a informácií sa situácia „našich“ médií nezlepší. Preto sa po prvýkrát zišli začiatkom roka 2005 desiatky novinárov – pracovníkov týchto médií spolu s ich šéfredaktormi, viacerí kňazi, zainteresovaní laici ne–novinári, aby spolu hovorili a hľadali riešenia.

V niektorých oblastiach sa to na seminári podarilo viac, inde menej. Prínosom bola tiež komparácia so stavom v Čechách. Príspevky českých účastníkov sú inšpiratívne rovnako ako deklarácia spontánnej potreby obnovenia spolupráce ponad hranice.

Príspevky diskutujúcich v prvej a tretej časti sú redakčne upravené – krátené aj rozširované. Organizátori požiadali, aby ich predniesli šéfredaktori jednotlivých médií. Je totiž dôležité poznať práve názor zodpovedných – kam a ako chcú viesť a vedú tieto médiá či redakcie. Nimi pripravené materiály sme obohacovali o ich výpovede počas diskusií a o odpovede na otázky účastníkov seminára.

V druhej časti zborníka nájdete obsiahle výsledky ankiet o spokojnosti čitateľov s týždenníkmi Katolícky týdeník a Katolícke noviny. V závere sú publikované závery a záznamy z diskusií v jednotlivých pracovných skupinách. Pre akademickú obec budú zdrojom cenných kvalitatívnych aj kvantitatívnych informácií o názoroch a stave kresťanského mediálneho prostredia. Pre aktívnych novinárov môžu byť zdrojom inšpirácie pri ich práci.

Informácie a diskusia sú nevyhnutným predpokladom pre rozhodovanie. Bez dobrých rozhodnutí sa situácia kresťanských médií nezlepší. Všetko si však vyžaduje čas a postupné kroky. Jedným z nich bol seminár, druhým je tento zborník.

Michal Dyttert

Slovo organizátorov

Ing. Ernest Géze,
podpredseda FVO

Fórum pre verejné otázky je združením nadšencov, ktorým nie je ľahostajný stav našej spoločnosti. Jedným z cieľov, ktoré si kladieme, je efektívnym spôsobom vnášať kresťanské hodnoty do našej spoločnosti a to aj formou verejnej diskusie. K verejnej diskusii sú potrebné médiá a mnohé z týchto médií nie sú naklonené našim ideálom, skôr by som povedal, že práve naopak.

Naše združenie má ako motto Kristovo „Pravda vás vyslobodí“. Rozpor s médiami – hoci paradoxný – je v tom, že mnoho médií profituje zo lži a z nepravd a naše médiá sú potom mimo záujmu verejnosti. Je to zvláštne, ale akoby verejnosť nemala záujem o pravdu. Pritom pravda je veľmi dôležitá a my sme sa spoločne mnohokrát pýtali, ako je možné zmeniť tento stav. Ako vzbudiť záujem verejnosti o pravdu?

Vieme, že je veľa šikovných kresťanov, ktorí pracujú v médiách, ale nikto ich asi neoslovil a preto sme zvolali tento seminár, kde sa môžeme porozprávať o týchto problémoch a porozprávať o tom, ako spropagovať pravdu, ako ju hľadať a ja dúfam, že tento seminár tento účel splní. V mene Fóra pre verejné otázky chcem veľmi pekne poďakovať Filozofickej fakulte Katolíckej univerzity, ktorá sa bez váhania zapojila do spolupráce a spoluorganizovania tohto seminára.

doc. PhDr. Imrich Vaško, CSc., m. prof. KU,
dekan Filozofickej fakulty Katolíckej univerzity

Sme v zajatí, objatí oslovujúcich sviatkov sv. Tomáša Akvinského a sv. Jána Bosca, ako aj v tomto snežno-nežnom opojení lesov a polí nad krásavicou na Dunaji, čo nám tu a teraz pripomína náš Ružový vrch a mesto pod ním. Takže sme ako doma.

Filozofická fakulta zišla teda z hôr k Vám s radosťou aj nádejou vidieť, uvidieť sa, rozprávať, konať, pomenovať, oboplávať, ak chcete rekognoskovať terén, lebo vlastne potrebujeme oboje – aj hore srdcia, aj ísť na hĺbinu. Takže všetkých si Vás v mene vedenia Filozofickej fakulty Katolíckej univerzity úprimne a úctivo vítam, pozdravujem, zahrňam potrebnými prosbičkami k milosti aj k múze.

Z troch oslovení ostatných dní, možno až hodín či minút, uvediem Ratzingerovu reč v talianskom senáte z 13. mája 2004. Konečne jedna osobnosť, ktorá do tohto času prehovorila. Všetci mlčíme a tá jeho reč, keď ju spoznáte, o Európe, o jej duchovných základoch, minulosti, prítomnosti a budúcnosti, určite každého z Vás chytí za srdce. Teda to by bolo to prvé oslovenie.

Sami sme vyhlásili tento rok 2005 za rok Rudolfa Dilonga a trápime sa, akú hodnotu, pečať mu vtlaiť.

To tretie by bola knižočka Jednoducho až po koreňky vlasov od Milana Rúfusa. Je z jubilejného roka 2000. Pred pár hodinami, na pravé poludnie som navštívil majstra. Tak vyberám si z nej jednu básničku, ktorá azda môže byť čímisi ako mottom tomuto snemovaniu, ktorému nech duch vane. Prichádzam teda s týmito veršami, pretože je v nich preveľa toho, o čom by sme sa mohli aj my rozprávať. Teda verím, že jej posolstvo bude takým opytovaním, spytovaním si vlastného svedomia, či jesto pravda na svete, alebo možno až tak abecedne základne. A máme kresťanské médiá?

Milan Rúfus:
Trápenie bez kríža

*Darí sa vojvodcom a idú obchody
a suka tragičná potichu obchodí
glóbus, na ktorom nenájdeš už miesto,
čo nebolo by choré.
Čo urobí s tým Boh?
Či rozlúskne svoj orech tak, že ho neroztriešti?
Alebo s bleskom v pästi
nakoniec pripustí to, čo sa potom stane.
A ľuďom pošle predposlednú nótu.*

*Nemám dvoch synov na ukrižovanie.
Budete musieť sami na Golgotu.*

*Darí sa obchodom a more ani vlnku zadarmo nevydá
do nevlúdneho leta
a blázni vyjú ako psy za úplnku
do mŕtvej slávy sveta.*

Chceme oživiť heslo: Katolícke noviny do každej rodiny

ThLic. Marián Gavenda,
šéfredaktor Katolíckych novín
hovorca@kbs.sk

Úvod

Svojho času známa sms–ková anketa v jednej televízii položila otázku, či si diváci myslia, že je na Slovensku možné robiť serióznú politiku. Tuším to bolo pred voľbami a jedna z odpovedí bola: „Nie, nie je to možné, lebo na Slovensku je každý s každým rodina“.

Na tomto stretnutí by som chcel túto myšlienku otočiť na ruby. Na Slovensku cirkevnú mediálnu politiku je možné robiť, lebo každý sme s každým rodina. Nemyslím tým na rodinkárstvo, ale myslím, že sme tak úzko pospájaní – čo niekedy pracovnoprávne môže byť nevýhoda, ale v rámci spolupráce a celého ducha je to obrovská výhoda – že sa všetci takmer úplne navzájom poznáme a to je veľmi veľká vec. Chcel by som, vychádzajúc práve z tejto atmosféry, upustiť od nejakých akademických pátosov.

História Katolíckych novín

Zápisnice z prvých stretnutí o vzniku Katolíckych novín a neskoršie aj Spolku svätého Vojtecha svedčia o tom, že vznikali inštitúcie reagujúce na potreby doby. Aj keď dnes máme pocit akejsi archaickosti a mám taký dojem, že Spolok svätého Vojtecha aj Katolícke noviny sú mierne zanaftalínované.

Prirovnám to k super modernému obleku, ktorý niekto kúpil v 50. rokoch a zavrel ho do skrine a nič sa mu nestalo a bol ešte uložený v naftalíne, aby sa mu nič nestalo. Nevieime sa toho zápachu naftalínu zbaviť i keď sa snažíme. Ale keď si to človek odmyslí, tak skutočne tí, ktorí zakladali aj spolok, v tej dobe urobili spolok účastinársky, kde sa vložil určitý majetok, ktorý sa potom točil a urobili z toho naozaj na tú dobu super modernú inštitúciu. Svedčia o tom aj zápisnice, kde sa hovorí – to čo aj Lenin veľmi múdro hovorí – že prv než ideme niečo robiť, musíme si zadefinovať epochu, zadefinovať v akej epoche žijeme, aké sú jej výzvy, aké sú jej riziká a o chceme spraviť.

Aj spolok aj noviny pri zrode mali zadefinovanú epochu, presne. Pribežne plnili rôzne funkcie vzhľadom k tomu, aká bola potreba. V čase silného maďarizačného tlaku to bol akcent na to, že sú to slovenské noviny. Keď bola hospodárska kríza, ponúkali sociálnu zložku. Naozaj ponúkali rady bežným ľuďom, ako čeliť biede a rôznym praktickým problémom, čiže boli takým poradcom do bežného života.

Chcel by som vyzdvihnúť to, čo sa uvádza ako čierne obdobie, tých 40 rokov totality, ktorých bolo 2 x 20, alebo 2 x 18 treba povedať. Práve v tej dobe, napriek tomu tlaku a nie vďaka tomu tlaku, tam boli ľudia, ktorí presne vedeli znova si zadefinovať epochu a zobrať na seba aj biľag istej spolupráce. Vieme, ktorí boli jasní spolupracovníci. Ja som vtedy nevnímal ako jeden z čitateľov, ale prostredníctvom mojich rodičov. Oni, bežní jednoduchí ľudia presne vedeli, ktoré články sú tam servilné a musia tam byť. Vedeli, poza ktoré materiály sa tam iní ľudia snažia prepašovať čosi, čo je odkaz zašifrovaný. Napríklad cez články z dejín od profesora Bagina. On hovoril síce o minulosti, ale hovoril do prítomnosti a myslím si, že toto bolo veľmi dôležité obdobie. Bolo dôležité, že určité médium si zachovalo celoplošnú popularitu a vďaka nepopulárnym článkom, ktoré muselo publikovať, že tam aj v najťažších časoch odznievalo Božie slovo a tí ľudia si ho vystrihovali a mali si čo vystrihovať, a že v mnohých rodinách, aj keď tie deti už do

kostola nechodili, ale na tých stoloch sa objavovalo niečo, čo sa volalo Katolícke noviny. Línia continuity i keď všeličím zoslabená sa tak celoplošne udržala a to má veľký význam. Toto obdobie, ktoré mnohí nazývajú temné, má aj určitú svetlú niť, alebo svetlý lúč.

Čo ma veľmi povzbudilo, bola napríklad kniha z obdobia slovenského štátu. Hlásenia, ktoré písal ríšsky vyslanec Ludin do Berlína, v ktorých sa veľmi často objavujú aj Katolícke noviny v pojmoch ako veľmi mazaný a zákerný nepriateľ ríše, ktorý je navonok lojálny, ale šíri ideológiu, ktorá je ríši neprijateľná. To je veľmi dôležitá správa a dobre mi padlo to čítať. Znamená to, že tí čo vtedy písali, nešli do nejakej lacnej hrdinskej konfrontácie, ale išli hlbšie. Zasievali idey, ktoré v ľuďoch pôsobili a ktoré fakticky svojou vnútornou silou boli protipólom. Nepotrebovali robiť vonkajšiu rebéliu, ale zasievali to, čo bola alternatíva, ktorá mala svoju vnútornú vitalitu. Toto považujem za historický kontext.

Katolícke noviny a politika na Slovensku po roku 1989

Keď som nastúpil v marci 2000 do Katolíckych novín na miesto šéfredaktora, bolo to v období veľmi dobre známej polarizácie politickej scény v tých časoch politicky symbolizovanej KDH a HZDS. Ikonami boli v tom čase Ján Čarnogurský a Vladimír Mečiar. Za tým bola, samozrejme, široká škála záujmov a vplyvov a paralelne veľmi prudko sa rozvíjajúca SNS. Všetky tieto tri skupiny mali záujem, aby sa Katolícke noviny stali nepriamym nosičom ich ideí. Nevidel som v tom vždy nejakú zlú vôľu ani nejakú veľkú prešibanosť. Boli to bežní ľudia, staršia generácia, ktorá videla za SNS oživenie čohosi, čo kedysi pre nich bolo posvätné, hoci momentálne to malo úplne iný kontext, aj politický aj záujmový. Rovnako to bolo aj s HZDS, aj KDH. Vtedy to bolo ťažké obdobie. Razil som v novinách líniu, radšej byť trochu sterilní, než získať etiketu určitého politického zaradenia. Nebolo to ľahké, pretože, napríklad, my sme sa venovali téme rodiny, pretože to patrí

do našej náplne a dalo si KDH program – Áno pre rodinu – a právom, lebo ako strana je správne, že si dala tento program, ale už sa objavili hlasy – aha vy ste KDHáci, lebo píšete o rodine. V tom období viesť noviny tak, aby aspoň ony nerozdeľovali veriacich, i keď samotní veriaci boli politicky vtedy veľmi rozdelení, ba až rozhádaní v rámci rodín, v rámci farností, znamenalo riskovať určitú sterilitu.

Ani spätne som zatiaľ ešte nedospel k tomu, žeby som to ľutoval. Samozrejme, našťastie vývoj ide dopredu, aj polemika spoločenská sa už otupuje, alebo je zrelativizovaná a my sa cítime pred úlohou byť naďalej nie apolitickí v chápaní koncilovom, ale apartajní, teda nebyť určitým nepriamym nástrojom nejakého politického prúdu. Chceme byť aktuálni aj v témach, ktoré sú spoločensky dôležité a tam sa zas ten vplyv na politické prúdy nedá celkom vylúčiť. To, samozrejme, úplne nejde, už keď ide len o exkomunikáciu poslancov napríklad minulého roku, alebo predminulého. Takže toto sú také silové polia, v ktorých sa hýbeme.

Keď vstúpime do Cirkvi, ja to veľmi často opakujem, k rovnováhe je potrebná minimálne trojnožka a v rámci cirkevných médií aby tá trojnožka tlačенých médií fungovala, myslím, že je potrebné, aby Katolícke noviny zostali tým, čím sú. V rámci každej rubriky je čo vylepšovať, ale rámcovo, aby to bol týždenník už presvedčených praktizujúcich veriacich, ktorí tam nájdu v rámci možností týždenníka (teda spravodajsky skôr okomentovanie toho, o čom sa už dozvedeli), liturgiu, aby tam našli zamyslenie nad evanjeliom, ak majú napríklad slabšieho kazateľa, tak si prečítajú nejakú myšlienku v novinách.

Kvôli rovnováhe tu je ale potrebný jeden vnútrocirkevný polemický časopis, či už týždenník, alebo mesačník. Obhajujem pred biskupmi, že do určitej a značnej miery túto úlohu hralo Zrno. Mnohí sú prekvapení, že ako šéfredaktor Katolíckych novín propagujem a obhajujem až vehementne existenciu Zrna. Možno to priamo nemusí byť súčasné Zrno, ale to, čo momentálne Zrno ponúka. Teda, je to cirkevné, bez imprimatur, lebo sa tam môžu

diskutovať veci, pod ktoré aj biskup, ktorý hľadá nejakú líniu, ešte nemôže dať imprimatur, ale čosi, čo v Cirkvi kvasí, dá sa tomu hlas. Samozrejme, nesmie pochybovať o úplne základných veciach, alebo to nesmie byť cirkevný bulvár, ktorý šíri len samé negatívne veci, ale dáva vyzrieť cirkevnému kvaseniu. Takýto časopis sa žiada a to tu čiastočne máme, ale nedocenené. Máme, ale Zrno nie je takto stabilizované medzi cirkevnými médiami a nie je to spoločenský magazín v kresťanskom duchu.

Som si vedomý, že Katolícke noviny nemôžu suplovať ešte aj druhé aj tretie, lebo ak by to suplovali, prestali by byť tým, čím majú byť. Preto, kým si nezadefinujeme tieto potreby, myslím si, že potom sa veľa diskutuje a tak trochu aj zbytočne. V Katolíckych novinách sme si vedomí, že máme svoje poslanie, v rámci ktorého je čo vylepšovať a verím, že aj táto konferencia dá k tomu podnety. Nebolo by však správne chcieť od istého typu média, aby plnilo aj funkcie, ktoré mu neprináležia. Veľmi často sa stretávam s požiadavkou, ktorá často v diskusiách na rôznych fórach zaznieva, prečo nepíšete to, prečo nie toto. No preto, že to by bolo potrebné uverejňovať inde.

Plne súhlasím s tým, že chýba laikmi robený časopis, ktorý by reflektoval spoločensko-politické otázky z pohľadu kresťanov. Dokonca by som oveľa radšej robil v takom civilne zameranom, v kresťanskom duchu robenom časopise redaktora, než v Katolíckych novinách šéfredaktora. Momentálne sa to ďaleko viac na slovenskom mediálnom trhu žiada. To je fakt.

Sociodemografické údaje o čitateľskej základni

Katolícke noviny mali 7. novembra 155 rokov existencie, teda je to jedno z najstarších tlačených médií, ktoré priebežne existujú na Slovensku.

Katolícke noviny sú týždenník, vychádzajú z pondelka na utorok s dátumom budúcej nedele. Pri dnešnom šírení informácií, keď je správa stará už po troch hodinách preto o spravodajskej aktuálnosti v našom prípade a v prípade všetkých týždenníkov teda nemožno hovoriť. Jednoducho, nemôžeme

ohúriť čerstvými správami. Preto sa skôr snažíme vypichovať veci, ktoré iní nepublikujú, ponúkame nový pohľad alebo podporujeme drobné iniciatívy ako inšpiráciu pre iné farnosti a povzbudenie pre tých, čo niečo dokázali. Čo sa týka zahraničného spravodajstva, nie som s ním sám spokojný. Preberáme len správy, ktoré už oveľa rýchlejšie odzneli inde, hoci za taký týždeň sa toho udeje veľa.

Momentálne sa čítanosť novín pohybuje na hrane šiesteho až siedmeho miesta medzi týždenníkmi. Máme rekordne nízku remitendu – 1,8 percenta. Odborníci hovoria, že 5 percent je minimálna a okolo tých 15 optimálna. Posledné číslo, ktoré sme zadávali do tlače malo náklad 86 200 kusov, z toho je spomínaná remitenda 1500–2000 kusov, ktoré dávame potom ešte z veľkej časti do nemocníc a do väzníc. V tom, že máme minimálnu remitendu, sme skutočne špička, hoci to nie je naša chvála, pretože by bolo treba tlačiť viac, aby sa aj viac predalo a použilo.

Údaje o čítanosti nie sú presné – pohybujú sa od troch do piatich ľudí na jeden výtlačok. Päť čitateľov sa mi zdá premrštený počet i keď sme rodinné noviny. Viem, že aspoň do ruky to aj deti v rodinách berú. Mnohí ľudia si noviny tiež prečítajú u svojich rodičov–dôchodcov na návšteve alebo u svojich starých rodičov. Je to však jedna z otázok vo veľkej ankete, ktorú sme čitateľom ponúkli na konci minulého roka. Po jej vyhodnotení bude možné povedať viac*.

Konkrétnejšie čísla neviem poskytnúť kvôli tomu, že tú anketu ešte nemáme vyhodnotenú. Vypísali sme ju tesne pred Vianocami a zber údajov sme ukončili 15. januára. Máme asi 5300 odpovedí z toho 800 internetových cez e-mail, čo tiež čosi hovorí. Je to jedna šestina, ktorá už používa internet. Teda mladší ľudia a v obraze, ktorí tiež reagovali.

Môžem však hovoriť o výsledkoch prieskumu, ktorý sme robili v spolupráci s televíziou a v oboch prípadoch tam bolo cez 2500 respondentov.

* Výsledky ankety sú súčasťou tohto zborníka.

Vekový priemer v rámci čitateľov bol asi o 5 či 6 rokov vyšší ako priemer obyvateľov Slovenska. Osobne ma najviac prekvapil údaj, že nad 23 percent čitateľov je vysokoškolsky vzdelaných a vyše 42 percent má stredoškolské vzdelanie. Ak to spočítame, publikum Katolíckych novín nie sú jednoduchí, nevzdelaní ľudia – ako sa často hovorí – nie sme noviny pre staré babky. To nás, samozrejme, zaväzuje.

Už dávno Katolícke noviny prešli generálnou zmenou formátu a grafiky, ktorú dnes len vylepšujeme. Je pravdou, že čím je menší formát novín, tým sa grafika ťažšie robí. Hoci našim grafikom pripomínam Zrno, ktoré robia na polovičnom formáte Katolíckych novín a robia lepšiu grafiku. Náročnejší čitatelia by mali radšej väčší čiernobiely formát novín, je totiž elegantný a má to aj svoje čaro. Katolícke noviny sú však zamerané všeobecne, ľudovo a väčšina čitateľov nám aj v anketách už odpovedala, že si nevedia predstaviť čítať noviny tam, kde ich čítajú, vo väčšom formáte. Zmenu formátu preto nepripravujeme.

Majiteľom a vydavateľom Katolíckych novín je Spolok svätého Vojtecha. Pracovnoprávne som ako šéfredaktor podriadený vedeniu Spolku, ale morálne som viazaný pred Cirkvou na Slovensku. Katolícke noviny teda nevlastnia biskupi a myslím, že by to aj bolo veľmi ťažké, ak by mali noviny osem alebo viac majiteľov – diecéznych biskupov a prípadne ordinára. Napriek tomu noviny nie sú servilné voči biskupom alebo hierarchii. Dokonca nám niektorí čitatelia píšu, prečo okrem pastierskych listov nedávame biskupom viac priestoru na vyjadrenia.

Vzťahy s hierarchiou a kňazmi

Niektorí kritici nás obviňujú zo servility voči biskupskému zboru. Hoci uznávam, že by sme mohli viesť širší dialóg aj s hierarchiou, servilní určite nie sme. Tiež si nemyslím, že je úlohou Katolíckych novín otvárať nejaké ožehavé otázky, hoci tie treba otvárať, napríklad aj o celibáte, či o rozdávaní prijímania

na ruku, alebo o majetku cirkvi. Veď mnohí ľudia majú pod vplyvom svet-ských médií veľmi skreslené názory. V Katolíckych novinách však nechceme provokovať kampane –ani za rozdávania svätého prijímania na ruku. Viem si ju predstaviť, aj si viem predstaviť, že by nám taká kampaň zvýšila čítanosť, ale či by to pomohlo životu Cirkvi na Slovensku, no neviem. Bola by to len demokracia do diskusie, prínosom takejto diskusie si nie som istý.

Na zasadnutia Rady KBS chodievame spoločne s Jozefom Kováčikom za tlačovú kanceláriu. Biskupi tam využívajú príležitosť a kritiky a veľmi hlasnej aj veľmi ostrej si vypočujem od nich voči Katolíckym novinám ďaleko viac, ako napríklad na tomto seminári. Oni nás nevnímajú ako poslušný servilný orgán, ale, naopak, vnímajú to tak, že neraz si robíme čo chceme. Ak sa vám zdá, že robíme málo, im sa to zdá veľa. To je ich pohľad na vec, ktorý im nemožno zazlievať.

S biskupmi nediskutujeme konkrétne príspevky v novinách. Nežiadame ich o radu či niečo môžeme publikovať alebo nie. Berieme určité spätné väzby do úvahy, lebo spätná väzba od biskupov je dôležitá, ale v tomto cítim veľkú slobodu.

Podstatne ťažšie je to s mnohými kňazmi, ktorí sú schopní kvôli jednému článku, ktorý sa im nepáčil odhlásiť noviny pre celú dedinu. Ale otázka je napríklad, prišiel mi príspevok, dali sme ho do listárne o tom, ako by sa mali kňazi chystať na kázne, dosť kritický voči kázaniu kňazov. Ja sa tej kritiky a diskusie s kňazmi nebojím, len niekedy zvažujem, že keď odhlásia noviny kvôli nejakému kritickému materiálu – nie zo strachu pred pravdou ale z nejakých iných pohnútok svojich osobných preferencií – či je to rozumné publikovať a ohroziť tak odber pre 500 či 1000 ľudí vo farnostiach. Najväčší problém pre Katolícke noviny teda nie sú biskupi ale kňazi. Ich postoj k nám má závažný dopad.

Čo sa týka biskupov, myslím a to som im už povedal aj osobne, že skoro všetci žijú iba v cirkevnom prostredí a v čisto vnútrocirkevnej problematike. Birmujú, píšu dišpenzy, slúžia sväte omše, chodia na do cirkevných škôl

prednášať. Nie sú tak konfrontovaní s každodennými problémami, myslím, že to našim biskupom chýba. Keby chodili miestnou dopravou do roboty a počuli už len to frflanie ráno keď mešká autobus, alebo keď nie je posypané, alebo ako ľudia vnímajú posledné správy médií, tak by to inak vedeli zužitkovať v pastoračnej práci aj použiť v kázni. Ale nie sú naladení na rytmus ľudí, v tom vidím hlavnú chybu. Keby to bolo inak, veľa problémov by nám odpadlo.

O cenzúre

Najčastejšie dávam redaktorom otázku, čo daný článok vyvolá v čitateľoch. V Katolíckych novinách pracuje väčšina mladých redaktorov, ktorí sú pichľaví a ktorí chcú mať aktuálne témy. Nie všetky pustím – mám to posledné slovo – ale snažím sa, aby sme si to vydiskutovali. Nebojíme sa pravdy, ale pýtame sa, čo tá pravda vyvolá. Poznám také situácie, keď to, čo sa zdalo pravdou, tak nakoniec spôsobilo veľkú katastrofu a možno stačil iba iný spôsob, ako ju podať. Nie je to tak jednoduché, ako to vyzerá, povedať si, že toto cítim ako pravdu a preto túto informáciu publikujem za každú cenu a nepýtam sa, aké to bude mať dôsledky. Myslím, že je tragédiou dnešnej spoločnosti, ktorej vládne bulvár, že bulvár sa nepýta na dôsledky, ktoré informácie vyvolávajú. Myslím, že nad tým sa musíme naozaj zamýšľať. Informácia prináša svoje dôsledky a dôsledky sú veľmi dôležité.

Takto to chápem a nepovažujem toto je pre mňa cenzúra. Pre mňa samého, keď hodnotím určité články, snažím sa ich vnímať v perspektíve tých čitateľov, ktorých si myslím, že Katolícke noviny majú. Ak teda následne vznikajú nejaké pripomienky, neberiem ich osobne, ale vnímam ich ako dôsledok zloženia čitateľskej základne.

Rubriky

Pred takmer dvomi rokmi sme najskôr pokusne, potom natrvalo rozšírili Katolícke noviny o 8 strán. Snažíme sa tak vytvoriť priestor práve pre tie nové témy. Ide o dve dvojstrany a niekedy ešte aj ďalšiu stranu publicistiky. Pridali sme jednu stranu z domova, jednu zo zahraničia, príbeh týždňa a jednu stranu inzercie, ktorá by mala na to zarobiť, keby dobre fungovala. Zábavnú funkciu novín je veľmi ťažké naplňať. Chceli sme aspoň na Silvestra dvakrát. Ale v tomto smere platí to, čo hovorí v Čechách Petr Kolář, že vydávať Katolícky týždenník je ako učiť v jednotriedke. U nás to platí dokonca ešte v komplikovanejšej alternative, tá škála čitateľov je oveľa širšia a viete to dobre, že určitý vtip v istom prostredí vyznie veľmi vtipne napríklad o Rómoch, ale už keď je tam jeden Róm, treba si dávať pozor, aby sa ho človek nedotkol. Robiť humor v Katolíckych novinách pri takej škále čitateľov je veľmi ťažké. Hoci nie sme pred tým uzavretí, dokonca sme pár vtipov publikovali aj z kňazského prostredia a neexkomunikovali nás.

Prioritné témy nemáme konkrétne stanovené, aj keď sme si pred niekoľkými mesiacmi povedali, že určité témy budeme reflektovať silnejšie. Spomeniem fakt, že Slovensko má veľké sociálne problémy a chceme dať priestor témam, ktoré ukážu, ako Cirkev rieši sociálnu otázku. Na konkrétne materiály z tejto oblasti nebola zatiaľ skoro žiadna odozva. Druhú nosnú tému máme formáciu ku vzťahu k médiám. Vedome a programovo tomu dávame prioritu, keď dostaneme príspevky k tejto oblasti, pretože učiť ľudí vnímať vplyv média je v súčasnosti veľmi aktuálne. Pomerne často sa na túto tému články rôzneho typu v novinách objavujú.

Nemávame monotematické noviny, alebo nosnú tému celého čísla. Držíme sa stabilnej štruktúry rubriík, pretože ľudia si na ne zvykli a hľadajú v nich to, čo v tých rubrikách prinášame.

Redakčnú prácu organizujeme tak, že každý redaktor má svoje rubriky, za ktorých obsah a náplň je zodpovedný. Raz ročne alebo raz za dva roky, čo závisí aj od rubriky, redaktor vypracuje koncepciu. Sadneme si nad to

spolu a snažíme sa posúdiť jeho návrhy na zmeny, čo rubrike chýba, čím by sme ju vedeli obohatiť. Stanovíme tiež určité prioritné okruhy a je už v náplni toho redaktora, aby na tieto zadané, zadané okruhy hľadal prispievateľov, vymýšľal články, materiály. Po zadaní toho, na čo chceme prioritne reagovať, je už potom len na kvalite zodpovedného redaktora, či si nájde schopných prispievateľov, či si nájde kvalitných respondentov na rozhovory, akú kvalitu jeho rubrika má. Neustále teda hľadáme nové formy čo sa týka štruktúry.

Táto práca ale nie je jednosmerná. Prichádzajú nám podnety listami, mailom alebo telefonicky a to buď priamo na rubriky. Ak prídu konkrétne napísané materiály, dostane ich redaktor rubriky, ktorej sa týkajú. Už je následne na jeho uvážení, ako tieto podnety vyhodnotí a spracuje. To je model redakčnej práce, ktorým pracujeme a ktorý uprednostňujeme. Ak by sme z ankety zistili, že musíme urobiť zásadnejšie zmeny – a mám taký dojem, že to bude k tomu smerovať – tak ich spravíme.

K spoločenskej diskusii a cieľom Katolíckych novín

Tí, čo čítajú noviny pravidelne, vidia, že som razil líniu nie revolúcie ale evolúcie. Postupne formujeme čitateľov, oni sami si musia privykať, lebo veľké skoky, keď nemajú veľkú masívnu mediálnu podporu, sú riskantné. Stratíť starých čitateľov a nezískať nových, zostať niekde uprostred, je škoda. Takže sme v situácii, keď sme si zrátali sily pred bojom a rozhodli sa radšej pre postupnú premenu.

Náš cieľ je byť novinami kresťanskej rodiny. Oživiť dávne heslo: „Katolícke noviny do každej rodiny“. Cez rodiny musíme mať čo povedať aj deťom, ktoré v nich rastú, aspoň čiastočne. Katolícke noviny chcú byť pravidelným duchovným pokrmom pre presvedčených a praktizujúcich veriacich.

Najväčším problémom distribúcie sú kňazi. Na to máme presné štatistiky, že je malá dedinka s tisíc obyvateľmi z nich skoro 1000 veriacich, chudobná

a máme tam 100 kusov. Naopak, farnosť na bohatom 30 tisícovom sídlisku, kde je minimálne desať tisíc katolíkov a máme tam tiež 100 kusov. To nám jasne hovorí, aj keď tých vplyvov je, samozrejme, veľmi veľa, že najspoločnejším menovateľom je kňaz. Vidíme to aj v tom, že ak je kňaz preložený do inej farnosti a ľudia sú tí istí, buď ide náklad hore alebo dole. To je teda naša najväčšia bolesť. Väčšina čitateľov je takých, že ak vidia noviny položené niekde pri vchode do kostola, kúpia si ich. Keď ich tam nevidia, nekúpia.

Dnes na kňazov nezaberajú evanjelizačné motívy pre úsilie pri distribúcii Katolíckych novín. Hoci im každý rok na Vianoce píšem list a presviedčam ich o tom, že noviny sú ich predĺženou rukou. Je možné, že túto tendenciu zmení iná ekonomicko-spoločenská situácia. V budúcnosti totiž takmer iste dôjde k odluke Cirkvi od štátu. Bude zavedená nejaká asignačná daň, alebo iná forma nepriameho zdanenia veriacich. Veľká časť veriacich, okrem tých, čo sú priamo a osobne angažovaní na živote Cirkvi, myslím teraz tých veriacich, ktorí chodia nielen na Vianoce, ale aj v nedeľu do kostola, si tvorí názor o Cirkvi na základe bulvárnych médií. Stane sa tak často aj samotnému farárovi, že sa niečo o sebe dočíta. Ak sa budú chcieť veriaci objektívne dozvedieť o Cirkvi, budú potrebovať nosné médiá – Katolícke noviny a Lumen momentálne. Možno sa potom viacerí kňazi zobudia, pretože kňazi pochopia, že ak budeme informovať pozitívne, budú mať k Cirkvi veriaci pozitívny vzťah, keď nebudeme, budú ho mať zo svetských médií. V tomto zmysle ide o vnútrocirkevné poslanie.

Ak diskutujeme o spoločenských médiách, to sú úplne iné médiá. Myslím, že si nemusíme fandiť, že vytvoríme tak silné médium evanjelizačné z cirkevnej produkcie, ktoré bude hýbať spoločnosťou. Ak môžeme zohrať rolu v tomto obrovskom poli, myslím, že treba použiť svetské existujúce médiá najmä komerčné, do ktorých treba každou cestou hľadať prístup. Asi tak, ako to robil za totality páter Žák, ktorého väčšina poznáte, keď ho vyhodili dverami, prišiel oknom a keby ho vyhodili oknom, určite by si ešte našiel cestu, ako by sa tam dostal. Takže v tom vidím hlavnú tému. Katolícke

noviny v tomto smere považujem za niečo veľmi limitované. Majú svoje poslanie najmä evanjelizačné. Na oživenie celospoločenskej diskusie musíme podľa mojej skúsenosti hľadať prístup do svetských médií. Ďakujem za trpezlivosť.

Jak se žije v Česku katolickým médiím

Mgr. Antonín Randa,
šéfredaktor Katolického týdeníka (ČR):
randa@katyd.cz

Úvod

Svůj příspěvek budu členit možná netypicky do dvou částí. V první se zaměřím na celkovou situaci na české křesťanské mediální scéně a v druhé budu hovořit o Katolickém týdeníku, který má zhruba stejnou pozici jako Katolické noviny na Slovensku.

Rozhlas a televize

Co se týče prostředí rozhlasu, dominantní postavení má jednoznačně Radio Proglas, což je jakási obdoba slovenského Radia Lumen. Cesta k současné kvalitě této rozhlasové stanice byla postupná. Začalo vysílat v prosinci roku 1995. Postupně vznikají jednotlivá studia v Brně, v Praze, Ostravě, Hradci Králové a poslední v roce 2003 v Litoměřicích.

Jestliže na konci roku 1995 mělo Radio Proglas osm pracovníků, koncem roku 1999 jich bylo už čtyřicet. K tomu je třeba připočítat velké množství externích spolupracovníků, jejichž počet se včetně těch občasných pohybuje kolem čtyř set.

Náboženské pořady se pravidelně objevují v Českém rozhlase a jednou týdně vysílá náboženský magazín rovněž Česká televize, jehož sledovanost je nízká.

Internet

Zajímavě se vyvíjí situace v internetovém prostředí. K nejnavštěvovanějším křesťanským webovým stránkám patří především víra.cz, založená před šesti lety pražským Pastoračním střediskem. Čtenář na něm najde stručně podaná základní témata víry, krátká zamyšlení nad biblickými texty, on-line rozhovory, zajímavé články z jiných katolických periodik. Běžná služba je např. zasílání citátů z Bible prostřednictvím sms zpráv nebo zasílání informací o novinkách na webových stránkách prostřednictvím e-mailů.

Pro zajímavost jen za prosinec navštívilo uvedené stránky přes 82 000 návštěvníků. Pokud by někoho zajímala přesná čísla, doporučuji adresu www.navrcholu.cz.

Do budoucna se dá předpokládat značný rozvoj v užívání internetu i mezi křesťany a to především v souvislosti se zaváděním internetových připojení do farností. Laici ve farnostech dokáží vytvořit farní webové stránky, které sice nemají vždy tu nejlepší kvalitu, ale utěšeně přibývají.

Hovořím o tom proto, že prostředí, které bylo v České republice ještě před pár rokmi, kdy se mnoho věcí zametlo takříkajíc pod koberec a raději se o nich nemluvalo, dnes internet prostě likviduje. Na internetu si každý může psát co chce a tím se to dostává více a více lidem k dispozici. To způsobuje, že již nic není tak jednoduché a když nechcem vo něčem diskutovat, není to snadné. Tato situace následně ovlivňuje tlačené média, nejen Katolický týdeník, ale i další.

Farní listy – podoba tištěná i elektornická

Skvělou zprávou je řada drobných farních listů, které referují o životě farnosti a v některých případech je jejich úroveň až překvapivě vysoká. Zároveň je potěšující, že vyjma brněnské, má každá diecéze vlastní diecézní časopis.

Tištěná média

Dalšími významnými periodiky jsou například týdeník Světlo, který je určen spíše konzervativněji laděným čtenářům a klade důraz na mariánskou úctu. Další časopisy jsou např. Naše rodina, Tarsicius, Nezbeda (pro předškolní děti), Teologické texty v čele s doktorem Mádrem.

Časopis AD

Donedávna byl na křesťanském mediálním trhu k dispozici časopis AD, určený mládeži, který po sametové revoluci volně navázal na tehdejší Čtení do krosny. Začátkem devadesátých let byla jeho popularita značná. Časopis k sobě přilákal relativně velké množství lidí, pořádal besedy, panelové diskuse spojené s koncerty apod. Postupně se však dostával stále častěji do konfliktu s církevní hierarchií kvůli některým uveřejňovaným článkům. Biskupové v pohledu na časopis sice nebyli jednotní, i když někteří ho měli rádi, kupříkladu Václav Malý, ten byl velkým zástancem časopisu, ale i tak to stačilo k tomu, aby začal mít časopis vážné problémy. Nejprve byl jeho prodej zakázán v některých diecézích, odmítavý postoj k časopisu zaujala i řada kněží a i přes sympatie několika biskupů a mnoha dalších kněží, začal být časopis ekonomicky silně ztrátový.

Časopis nebylo možno sehnat na stáncích, ale pouze formou předplatného, či v kostele a ve vybraných prodejnách.

Ekonomická krize nakonec dokončila dílo zkázy a časopis ve své původní podobě v minulém roce v podstatě zanikl a to i přesto, že členové redakce z období devadesátých let postupně odcházeli a nová redakce v očích církevních představitelů nepůsobila zdaleka tak konfliktním dojmem, jako ta předchozí. Mírnější verze nového Ádělka však další čtenáře již nenalákala.

V letošním roce se plánuje vznik nového časopisu určeného mládeži a i když tomuto projektu mnozí drží palce, obecně vládne spíše atmosféra skepse.

Důvod je jednak ekonomická nestabilita projektu a rovněž nevyřešená otázka jak vlastně psát pro mládež, aby:

1. ji časopis oslovil a přijala ho za svůj
2. aby si časopis zachoval přízeň biskupů a kněží a to nejen těch liberálnějších, ale i značné části konzervativních.

Každopádně časopis otestuje zajímavým způsobem stav katolické církve v českých zemích.

Časopis Mezinárodní report

Jeho osud částečně připomíná osud časopisu AD. Mezinárodní report musel svůj název z počátku devadesátých let několikrát měnit a vypustit ze svého názvu např. slovo „katolický“, případně odkaz na podporu biskupů Čech a Moravy.

Časopis se svým charakterem hlásil k odkazu kardinála Lefébvre a jeho kritice II. vatikánského koncilu a kritizoval rovněž ekumenické snahy současného papeže Jana Pavla II. Konflikty redakce s představiteli České biskupské konference postupně gradovaly, stupňovaly se do velmi ostrých osobních půtek, až vyvrcholily koncem roku 2003, kdy biskupové oficiálně vyzvali věřící, aby časopis nekupovali, vzhledem k jeho neslučitelnosti s naukou katolické církve.

Obě tyto události posledních let velmi rozvířily poklidné hladiny katolické církve v českých zemích. Ne však natolik, aby se staly předmětem nějakých hlubších analýz, dlouhodobějších projevů souhlasu¹ či nesouhlasu apod.

¹ Viz. Wir sind Kirche a pod.

Katolický týdeník

Historická čtenářská základna

Historie Katolického týdeníku sahá až do období po druhé světové válce. V církevním prostředí České republiky týdeník připomíná takový moloch, který stále čerpá z předlistopadového období velkou čtenářskou základnu, která však, stejně jako u všech tištěných médií v Československu a později České republice, začala v devadesátých letech dramaticky klesat.

Ubývá věřících, kmen předplatitelů je starý

Dnes je situace do jisté míry stabilizovaná, týdeník se může stále spoléhat na vysoce věrnou skupinu předplatitelů, varovným vykřičníkem však zůstává věkové složení předplatitelského kmene. Zde se dá v budoucích deseti letech očekávat výrazný odliv „tradičních“ čtenářů vlivem úmrtnosti, což však také pocítí kostely úbytkem věřících. Stačí se podívat na věkové složení návštěvníků bohoslužeb.

1999 – osamostatnění, nároky na oslovení všech věřících

Na jednu stranu je týdeník oproti jiným katolickým médiím ve výhodě svým silným čtenářským a po roce 1992, kdy se stal společností s ručením omezeným, také ekonomickým zázemím, na druhou stranu jsou na něj kladeň nároky, kterým nelze dostát. Od týdeníku se obecně očekává, že osloví v podstatě celé spektrum věřících v republice, což je vzhledem k omezenému rozsahu a nesnášenlivosti jednotlivých skupin v církvi v podstatě nemožné.

Příchod kontroverzních témat, o kterých se hovoří

Když jsem se před třemi lety stal šéfredaktorem tohoto listu, snažil jsem se jeho koncepci nastavit na jakýsi názorový střed, nebát se otevírat tabuizované otázky církve (homosexualita, syndrom kněžského vyhoření, vyhnání sudetských Němců) a otevírat je pokud možno citlivě. Tato praxe se ukázala jako nosná, ale konflikty pochopitelně existují.

Informovat – jak? Skandál v Sankt Poeltenu

Společnost Katolický týdeník s.r.o. vlastní všichni čeští a moravští biskupové a jeden z jejich požadavků je, že noviny mají mít formační a informační charakter. Co to však v praxi znamená, na to se názory různí. Stoprocentním vlastníkem novin je Česká biskupská konference, dotace na činnost neposkytuje.

Když jsme informovali o nedávném skandálu v rakouském kněžském semináři v Sankt Pöltnu, okamžitě přišly do redakce dopisy a e-maily, co si to dovoluujeme, ať se okamžitě omluvíme, vybraní jedinci vyhrožovali různými stížnostmi na vyšší místa apod. Tomuto tlaku jsme nepodlehli, o skandálu jsme referovali dál a bylo zajímavé, že v okamžiku, kdy se papež Jan Pavel II. do této causy razantně zapojil, všechny protesty náhle umlkly. Referování o událostech, kde se církev zrovna nevyznamena, bývá částí českého církevního spektra chápáno jako „kálení si do vlastního hnízda“ a týdeník za to bývá touto skupinou kritizován. Tato kritika je v přímém rozporu s chápáním druhé části tohoto církevního spektra, které naopak oceňuje odvahu a otevřenost, s kterou se informuje o causách podobného druhu.

Někdy do toho jdeme

Musím přiznat, že Katolický týdeník i přesto, že píše otevřeněji, se pohybuje stále mezi těmito dvěma úhly pohledu. Takže jsou causy, do kterých jdeme

a pak jsou případy, kdy prostě už nemáme sílu a necháme to tzv. vyšumět. A není to vždy kvůli nějakému vnějšímu tlaku. Každé noviny musí respektovat potřeby svého čtenáře a marná sláva, Katolícký týdeník mnozí čtenáři stále ještě vnímají jako takovou příjemnou alternativu k nedělní kávě a moučníku, kdy se nechtějí stresovat nad nějakými hrůzami, kterých je v jiných novinách plno.

Čtenářská základna

Gros našich čtenářů je spíš starší a tradiční a dle průzkumu, který jsme dělali v uplynulých měsících, jsou ta čísla zajímavá. V průzkumu, na který odpovědělo 1200–1300 lidí, máme do 30 let necelé jedno procento čtenářů, co je tedy šílené. Drvivá většina z těch našich čtenářů je kolem těch 70 – 60 let, tam je to gros, pak teda i starší, kteří odcházejí. Jak to pak půjde dál, tak to tedy nevím, ale naší snahou je reagovat a děláme stejnou politiku jako Katolícke noviny na Slovensku, což značí, že píšem pro tu tradiční skupinu a zároveň se snažíme ten obsah přispůsobovat i potenciálně novým zájemcům.

Co sa týče vzdelání, tak 31,4 procenta jsou vysokoškoláci, což jdem vůbec netušil, 45% stredoškolači, 13% vyučení, 9,8% se základním vzděláním, takže poměrně uspokojující čísla – aspoň pro mně.

Co sa týče spôsobu nadobúdání týdeníka: předplatné 66%, v kostele 25 %, ostatní nějakým jiným způsobem. Kompletní vydání čte 58% čtenářů, 32 % z dvou třetin. Oblíbené články: titulní článek, komentář a liturgické čtení dostali jedničku v tomhle průzkume, na dvojku došli „Anděl Pána“, editoriál, hlavní téma a homílie, rozhovory. Úplně propadla kultura, to bol skutečně šokující propad, to budeme muset nějakým způsobem řešit, ale zatím nevím jakým způsobem. Zajímavé to bylo s televizním programem, ktorí má mnoho odpůrců, vynechávame erotické relace, tyto programy přeskakujem. Snad jenom tolik, že televizní program, jestliže jste to někdy viděli je psaný tak malým písmem, ale užívá ho cez 40 procent lidí dle této ankety, což je

hrozné. Já jsem si myslel, že se to sníží, protože je množství těch magazínů, v schránkách to tí lidé mají a voni to přesto chtějí, takže před nějakými sedmi lety snad program užívalo 25 procent, tak je to ještě o 15% více. Pakliže se někomu týdeníku program nelíbí, tak tudle je důvod, proč tam stále ještě je.

Hodnocení týdeníka byla jedna z otázek, které mě velice potěšili. Až 72 % lidí označilo úroveň týdeníka za zvyšující se. To bylo ještě předtím, než vznikla příloha Doma uplynulého roku na Vlikonoce, takže jenom 1 procento řeklo, že se shoršila. To považuji za vynikající výsledek.

Předposlední věc k tomu průzkumu, s kým si lidé přejí, aby sme přinesli rozhovor. Tomáš Halík ten zvítězil drtivě, nevím zda je i na Slovensku také tak populární jako v Čechách, ale převalcoval všechny biskupi, dokonce i Marka Ebena, který je u nás také populární. S pánů biskupů Václav Malý na třetím místě a pan kardinál na sedmém místě, další biskupové už dopadli hůřeji.

Posledná věc z toho průzkumu, co lidé vočekávají vod Katolíckého týdeníka v dalším období. Čtenáři chtějí aktuálnost, stejnou cenu, otevřenost, vodvahu, čtivost, duchovní povzbuzení, optimizmus a radost. Zajímavé bylo, že jsi neželali zvýšení úrovně časopisu. Podle toho průzkumu, co jsme dělali, dali jsme ho sociologické firmě, aby se k tomu vyjádřila, tak tá je přesvědčená, že úroveň časopisu byla v minulích letech tak vysoká, že sa nikdo neodvažuje chtít ještě něco víc. Já si myslím, že těch mzer máme ještě dost a že lidé jsou k nám příliš laskavý.

V roku 1999 sa týdeník osamostatnil, predtým sme boli pod vydavateľstvom Zvon, ktorý bol ťažko „prodelečný“ a v roku 1999 vznikla s.r.o., to znamená, že sme už vydávali iba noviny a nejaké kancionály, kalendáre atď. Ja som šéfredaktorom 3 roky, v redakcii som asi 6 rokov, snažíme sa určitým spôsobom otvárať trebárs aj rôzne tabuizované veci a to je možno to, čo sa niektorým ľuďom páči, niektorým sa to nepáči, takže píšeme na príklad o kňazskom vyhorení, o veľa rôznych veciach. Ja by som povedal, že

zase až tak odvážni nie sme, možno na to prostredie, kde sa o týchto veciach až tak veľa nehovorí, tak tam to môže pôsobiť odvážne, ale ja si myslím, že to stále je slabota. Ale je to proste o tom, že ľudia si neprajú o tých veciach hovoriť, aby sa do nich proste „nestrkalo“, boli zvyknutí na noviny, ktoré vyzerali ako taká záhradka, vzali si to v nedeľu ku káve, nič ich tam nerozrušilo, ale tak proste Cirkev nevyzerá. Veľa vecí robíme dobre, ale robíme aj zlé veci. Prejavilo sa to naposledy s tým škandalom v seminári. To bolo zaujímavé, my sme najprv o tom napísali takú správu a okamžite to vzbudilo vlnu nevôle. Ak sa okamžite ospravedlníme všetkým možným ľuďom atď. Tak sa k tomu vyjadril pápež veľmi razantne a všetky kritiky ustali, takže my sme potom mohli veselo písať ďalej a už to nikomu nevadilo, ale predsa ten problém akoby zostával. Objaví sa v novinách kritický článok, všetci sú na nás naštartovaní a vôbec nikoho nezaujímá, ako to vlastne v skutočnosti je, čo je pre nás redaktorov problematické ako to riešiť, aby to tí ľudia úplne nehodili do koša tie noviny, aby sme nestratili predplatiteľov, a zároveň aby sme dostali akejsi žurnalistickej cti. Takže to naozaj neviem ako s tým do budúcnosti, ale tie noviny nejako vyzerajú a tie prieskumy uvádzajú, že snáď sú ľudia spokojní, takže snáď sa nám darí nejako v tom preplávať. Čo sa týka toho rozdelenia týždenníka, vždy na začiatku je téma, ktorú vyberáme, tá téma je rozoberaná z rôznych uhlov a snažíme sa o to, aby tam bola jasná taká tá cirkevná línia, ale zároveň aby také tie veci pre a proti tam boli taktiež uvedené. Na ďalšej stránke sú odpovede, tá je strašne obľúbená rubrika, to znamená, že ľudia si napíšu o nejakom probléme, odborník im na to odpovie a zároveň keď si myslíme, že je ten ich problém taký nezaujímavý, tak to nehodíme do koša, toho človeka zoženieme a ide to cez českú poštu a myslím si, že je to celkom fajn. Ďalšia stránka je liturgia, tam je vždy uvedené, čo sa v nedeľu číta v kostole, aj v týždni, sú tam okrem iného aj homílie, tu by som sa len v rýchlosti zastavil. Ich kvalita je veľmi rôzna. My sme to chceli tak, aby sa striedali tí kňazi z jednotlivých diecéz, aby tam bola väzba, ale ich úroveň bola naozaj niekedy tak šialená, že to naozaj sa

nedalo. Tak sme to riešili tak, že sme si vytypovali niekoľkých kňazov, ktorí tie homílie majú veľmi dobré a tie tam teda dávame. Viac–menej aj moja skúsenosť, keď vyjdem niekde po Čechách a počúvam, čo sa hovorí v nedeľu v homílii v kostole, tak si hovorím, no, žiadna sláva to nie je. Na druhej strane, každý toho máme veľa a keď to človek musí hovoriť po neviem koľký krát, tak asi to, no. Zahranicie, domáce spravodajstvo – zvažujeme, že by to šlo na jednotku, takže v tomto prvom polroku by sme to mali presunúť, ja už z toho mám celkom vlasy šedivé, mám z toho strašný vietor, ale podľa môjho názoru noviny sa majú takto robiť, sú takto zostavené, spravodajstvo patrí na jednotku, takže uvidíme, či zvlášť v prázdninovom období, keď všetky agentúry mlčia a nikto nič nerobí, či tam bude čo čítať, snáď áno. O kultúre som sa už zmienil, my sme mali stále takú tendenciu, aby sme kultúrnou stranou ľudí vychovávali, aby sa nepozerali na také tie šialené seriály na JOJ, alebo na nejakej tej stanici televíznej. My máme tú NOVU, a tam to taktiež do nás „perou“, taktiež moja babka sa na to rada pozerá a my sme chceli tú kultúru robiť iným spôsobom, ale je vidieť, že tu je tá cesta stratená, takže ja neviem, čo s tým. Ďalšie stránky sú informácie z diecézy a z toho máme zase radosť, nakoľko tí ľudia z diecéz si píšú o tom, čo sa v ich diecéze deje a dosť tam funguje akási komunikácia. Dopisy, obľúbené rozhovory sa snažíme robiť s ľuďmi ako s kňazmi, tak aj s ľuďmi, ktorí sú tak na pol ceste do Cirkvi, máme napríklad Anselma Gruna, tak bol Pavel Nedvěd, futbalista, Marie Rotrová, takže je to celkom široké. Zaujímavé bolo napríklad p. Špát, český dokumentarista robí úžasné veci, dokumenty o rádových sestričkách a podobne. My sme ho zaradili do vianočného dvojčísła, ktoré je vždy farebné, dávame si na tom záležať, ale pán Špáta nie je taký ten klasický katolík, je veriaci, ale sviatostný život ide trochu okolo neho, ale zároveň dokumenty, ktoré urobil, veci, ako o viere hovorí, to je proste úžasné, sú to veľmi oslovujúce veci pre katolíka, no a my sme ho tam zaradili do toho vianočného dvojčísła a samozrejme zase obrovská diskusia o tom, prečo sme ho tam dali, ako to, že propagujeme ateizmus atď, proste zase časť ľudí to nevzala,

prítom my sme vychádzali z toho, že na Vianoce prídu do kostola aj ľudia, ktorí tam bežne nechodia, takže keď sa tam váľajú noviny, pozrú do toho a povedia: aha, Špáta a ten nie je úplný katolík, nie? Budú si napríklad hovoriť: áno, tak aj pre mňa, takého poloateistu, Cirkev nie je až tak úplne zatvorená, je to vždy o tom, ktorý pól názorový bude silnejší v tej ktorej fáze. Prílohy – máme prílohu doma, ktorá je pre rodiny, a prílohu perspektívy, ktorá je pre intelektuálov a 6 krát za rok, tak sme sa spojili s charitou, takže charita bude mať takú prílohu, vlastne zrušili svoj časopis, ktorý mal minimálny náklad a prostriedky, ktoré na to dávali, teraz dávajú do prílohy Katolíckeho týždenníka, čo sa im zmnohonásobilo a myslím si, že je to celkom dobrý krok. Týždenník, tak ako vyzerá, ten výsledok je trošku daný tým, že vlastníkom listu sú všetci biskupi. Moja skúsenosť je taká, že pokiaľ firmu vlastní viac ako jeden človek, tak vždy je to problém, našich majiteľov je neviem koľko, proste veľa a samozrejme vyjsť všetkým v ústrety sa nedá a navyše noviny musia ešte nejako vyzerieť, takže to je naozaj situácia nie veľmi príjemná pre šéfredaktora, doporučujem každému, takže ja keď hodnotím týždenník, tak si myslím, že na to, v akej situácii sme, tie noviny nevyzerajú úplne najhoršie.

Co ukázala anketa

Anketa, kterou jsme před rokem uskutečnili ukázala, že nový trend Katolíckého týdeníku se setkal s obrovským ohlasem, kdy tři čtvrtiny čtenářů označili poslední vývoj KT jako pozitivní a jen necelé jedno procento označilo úroveň KT za zhoršující.

Závěr

Církevní prostředí, ve kterém se pohybují katolíctí novináři, je v mnoha ohledech velmi specifické. Úloha novináře v demokratické společnosti je

kontrolovat činnost volených zástupců lidu a v případě zjištěných nesrovnalostí ve výkonu jejich funkcí informovat veřejnost prostřednictvím příslušného média. Něco takového je v našem církevním prostředí naprosto nemyslitelné, snad vyjma skandálnějších případů, které se dostaly i do sekulárních médií. Pokud taková situace nastane, názorově rozděluje nejen církevní hierarchii, ale i „běžné“ věřící. Jedni chtějí za každou cenu bránit katolickou stranu, už jen proto, že je katolická a kde jinde by měla být pravda než u katolíků, navíc, proč si kálet do vlastního hnízda. Druzí naopak chtějí, aby se psala čistá pravda, ať je jakákoliv, protože církev má být domem ze skla.

Jak si má s touto situací poradit katolický novinář? Záleží, v jakém médiu pracuje. Bohužel však v českých zemích žádné opravdu silné nezávislé katolické médium neexistuje, protože katolíků je v naší zemi příliš málo, než aby ho svou finanční podporou dokázali udržet na trhu.

Vstupem internetu do prostředí médií se však situace přeci jen zlepšila. Internetové stránky jako Christ-net apod. otevřely možnost o věcech církve opravdu svobodně a bez vnějších cenzurních zásahů diskutovat. To pak otevřelo větší prostor k otvírání dosud tabuizovaných otázek i v dalších médiích, včetně Katolického týdeníku.

V případě Katolického týdeníku se projevuje, že jeho majitelé jsou vlastně všichni biskupové Čech a Moravy. A pokud má jakákoliv firma dva a více majitelů, vždycky je to problematické. Podobné to tak je i ve vztahu biskupové–Katolický týdeník. Je to nekonečné hledání průsečíku názorů, kdy každá strana musí trochu ustoupit. Výsledné noviny potom vypadají: čtenáři, diskutujte si o čemkoliv, ale jenom v rámci hranic, které vám stanovíme. Je však potěšitelné, že tyto hranice se otevírají stále více. Šéfredaktorovi nikdo nediktuje, o čem a jak má psát, nedává texty ke schvalování, má svou odpovědnost za noviny a jejich koncepci si musí obhájit. To, že musí čelit v různých situacích určitým tlakům, patří do práce jakéhokoliv šéfredaktora, bez ohledu na to, zda se jedná o médium církevní, nebo ne.

ZRNO

Michal Vaško,
vydavateľ časopisu Zrno, riaditeľ vydavateľstva Michala Vaška
vasko@vmv.sk

Úvod – história

ZRNO má korene v samizdate. To pred rokom 1989 znamenalo malý náklad, dopyt výrazne prevyšujúci ponuku, nízku kvalitu technického prevedenia, financovanie z vlastných peňazí zarobených inde, ale zato vysoko koncentrovaný obsah (bolo nemúdre plytvať redakčnou plochou). Všetko v spojení s menami Fero Mikloško a Laco Stromček.

Po revolúcii náklad ZRNA prudko stúpol, ale vzrástla aj kvalita prevedenia, pretože financovanie bolo zabezpečované sponzormi a vlastným predajom. No pre množstvo aktivít a s tým súvisiaci nedostatok času a pre vyššiu periodicitu sa vysokokoncentrovaný obsah začal zriedňovať, ponuka vyrovnaná dopyt, až ten začal pomaly klesať.

VMV kúpilo ZRNO za symbolickú korunu v čase, keď dopyt neudržateľne padal. Podarilo sa nám pokles spomaliť, ale nie zastaviť. Akvizíciou diezezného časopisu Hlas, ktorý mal vtedy vyšší náklad ako ZRNO, do časopisu ZRNO–Hlas, sa načas podarilo náklad zvýšiť, ale čitatelia boli zvyknutí na iný štýl, mali iné očakávania, takže trvalý efekt sa čakať nedal. Zrno odmietlo robiť prepisy biskupových kázní z pútí a birmoviek, biskup tak strácal dôvod ZRNO podporovať a čitatelia dôvod ZRNO kupovať. Arcibiskup Alojz Tkáč ponechal ZRNU ako jedinú formu podpory imprimatur – vďaka aj za to. Nie je to málo, vďaka tomu sa mohlo ZRNO predávať

v kostoloch. Prevzatie Hlasu pomohlo ZRNU prežiť dovtedy, kým si začalo budovať vlastné finančné zázemie v podobe polygrafickej firmy.

Ekonomická situácia možnosti financovania

V tom je asi jedinečnosť ZRNA – je financované ináč, ako ostatné kresťanské médiá na Slovensku. Zastavím sa pri tom skôr, než prejdem k obsahu, lebo ekonomika, ak len nie sme beznádejne naivní, podmieňuje obsah. Množstvo a kvalita redaktorov, reportáže, farebnosť, grafika – to všetko stojí peniaze. Disponovanie financiami umožňuje obsahovú kvalitu časopisu, nie je však jej zárukou. Aký je najväčší problém ZRNA? Odpoveď je v otázke ako financovať časopis. Sú iba 4 možnosti:

1. Financovať z vlastného predaja. Je to najčistejší spôsob, ale predpokladom preň je dostatočne vysoký náklad periodika, ako je to u Katolíckych novín, Ruženca, Posla (asi som vymenoval všetky). Rizikom však je, že sa obsah prispôsobuje širokej základni. Nákladu pomáha zavedená značka, tradícia a to, že sa arcibiskup Sokol nenahnevá. Výmena šéfredaktora znamená spravidla aj výmenu časti redakcie, aj obsahové zmeny. Široká základňa je veľmi poslušná. Nezabúda podporovať cirkevné ustanovizne. Ale je aj veľmi labilná. Marián Gavenda má veľkú zásluhu na zlepšení KN, ale jeho obmedzenia súvisia so spomínanou širokou čitateľskou základňou, ktorá nepustí. Zatiaľ to však práve ona financuje.

2. Financovať z reklamy. Najmenej čistý spôsob. Jeho dôsledkom je väčšia závislosť na sociálnom postavení čitateľov. A ak má byť reklama účinná, musia byť čitatelia aj dosť hlúpi. Existuje aj reklama, ktorou je možné periodikum podporiť, ale uvedomelých bohatých je málo, a tí, ktorí sú uvedomelí, sú málo bohatí.

3. Sponzori. Ak je časopis málonákladový, peniaze od sponzora sa zvyšujú aj na prilepšenie pre vydavateľa. Ale malý náklad znamená malý dosah. Sponzori sú vyčerpatelní a po čase aj vyčerpaní. Sponzoring trvá do času

učičkania si podnikateľovho svedomia. Potom podporí radšej športový klub, s ktorým precestuje svet. Sú aj výnimky, ZRNO však na ne zatiaľ nenarazilo.

4. Z vlastných zarobených peňazí. Ide o vyčerpatelný a vyčerpávajúci zdroj. Vyčerpáva firmu a najmä jej majiteľa. Zároveň znamená konkurenčnú nevýhodu: spôsobuje mínus v investíciách a v ľudských zdrojoch. Konkurencia investuje, vydavateľ namiesto toho podporuje. Dokedy? Zamestnanci vedia, že v Cirkvi treba dávať desiatky a chvíľu ich dávajú vo forme možno nižšej mzdy, ale nemôžeme od nich chcieť dvadsiatky a tridsiatky. Fakt je, že spoločné (resp. spoločenské) záujmy nemožno dlhodobo financovať zo súkromných zdrojov.

Túto vyčerpávajúcu analýzu som predložil len preto, aby som nevyzeral veľmi naivný v mojich ďalších úvahách. Vzájomná závislosť ekonomiky a redakčného obsahu ma privádza k záveru, že neexistuje nezávislý časopis. Ani v profánnej, ani v kresťanskej oblasti. Iba ak nezávislý na počasí. (Vyjde, či prší, alebo je pekne.) Internetová diskusia by skôr mohla mať atribúty nezávislosti. V praxi často používaná kombinácia uvedených zdrojov financovania vedie ku kombinovanej závislosti.

Súčasná podoba a obsah ZRNA

Po tejto analýze môžem prejsť k obsahu ZRNA a k tomu, ako plní svoju formačnú, informačnú a ostatné funkcie.

Formačnú plní málo. Snaží sa formovať politické názory dosť otvorene a cirkevné názory dosť skryto, ale zato vytrvalo. Kedysi si dalo za cieľ presadzovať do života Druhý vatikánsky koncil. V tomto má pramálo spojencov práve tam, kde by ich človek očakával – medzi farármi. Z koncilu k nám zatiaľ dorazila iba liturgická reforma, aj to nie celá. Koncilový duch ešte nezavial. Je bezvetrie. V predsavzatí presadzovať ducha koncilu bude ZRNO pokračovať aj napriek odporu veľkej časti kléru a hierarchie.

Informačnú funkciu naplňa málo, pretože v tomto je ZRNO zbytočné. Rovnaké správy sú na internete, v KN a v rádiu Lumen. Neuverejňujeme však správy o neporiadkoch v Cirkvi. Nepíšeme o jej skostnatelosti, o jej lakomstve, o jej lenivosti, o spoločenskej neangažovanosti, o slabej charitatívnej angažovanosti a o udúšaní koncilového ducha. Ak mám byť konkrétny: ide o ekumenizmus v praxi, o priestor v Cirkvi pre laikov, o dialóg aj v jej vnútri, ak sa ho tak dožadujeme smerom navonok. Som presvedčený, že je to veľká škoda. Kritika do vlastných radov posúva dopredu a rieši problémy v zárodku. V tom vidím obrovskú rezervu kresťanských médií – profánne médiá nám berú vietor z plachiet. Uverejňujú „pikošky“, ale aj vážne cirkevné témy, no nekvalifikovane, povrchno a zlostne. Čiže s výrazne deštruktívnym efektom. V cirkvi si pcháme hlavu do piesku v nádeji, že pápež sa za naše hriechy o sto rokov ospravedlní a my už vtedy budeme páchať ďalšie.

Zábavnú funkciu – málo. Ak sa vtipy delia na slušné a dobré, tak redakčná práca je v tomto smere naozaj ťažká. Navyše – časť kléru nedokáže odlíšiť vtip od dogmatiky a apologetiky. Zvoláva na ZRNO hromy–blesky s cieľom: šľak aby to trafil.

Vzdelávaciu – málo, resp. vôbec. Nemáme v ZRNE vypracovaný systém, vzdelávacie články sú náhodné, chýba „profil čitateľa–absolventa“. A asi to od nás nikto ani nečaká. Čitateľ radšej využíva svoje intelektuálne kapacity v práci na zarábanie peňazí. Potrebu vzdelávania si uspokojil na povinných (predtým bolševikmi zakazovaných) hodinách náboženstva a na liturgii. Keďže vzdelávanie vedie k menšej závislosti, nepodporuje ho ani klérus – česť výnimkám. Moje tvrdenie podporujú štatistiky o počte a práci farských knižníc (ak tvrdíme, že literatúru si nemožno kupovať, lebo je drahá) a množstve predaných knižných titulov so vzdelávacím obsahom (ak si myslíme, že to nie je v peniazoch).

Z uvedeného vyznania vyplýva, že ZRNO, aj keď je – neskromne poviem – najnezávislejším kresťanským časopisom na Slovensku, musí sa tiež liečiť zo závislosti, a neviem, či sa mu to podarí. Čitatelia vravia – ZRNO

ide po hrane žiletky. Ide, ale vyžaduje to neustále bdenie, nenaštváť ani biskupov – nechceme ísť proti Cirkvi, ani čitateľov – nechceme ich stratiť, ani sa nespreneveriť vlastnému svedomiu a vlastnej ceste. Neustále bdenie vyčerpáva, únava vyvoláva rozpory medzi ZRNOM a niektorými biskupmi a kňazmi, ktorí chcú ZRNO pochovať, čitateľmi, ktorí ZRNO odhlasujú, ba aj vo vnútri – medzi redakčnou radou, ktorá chce byť otvorená a chce viac slobo-
body a vydavateľom, ktorý jediný v konečnom dôsledku za to všetko nesie zodpovednosť. Táto vyššia miera nezávislosti je teda veľmi draho zaplatená.

Celé debaty o kresťanských médiách mi pripadajú – prepáčte za obraz, aj ja doň patrím – ako keď sa malí chlapci hrajú na vojačikov, je to len hra, ale keď sa náhodou niekto zraní a ak aj krv kvapne, už–už sa im zdá, že je to naozaj. Vojna je však inde!

Mesačný náklad kresťanských printových médií je málo cez 500 000, štatistiku zachraňujú KN s viac ako polovicou. Profánne printové média sú o iných číslach: len denníky prevyšujú súhrnný mesačný náklad 10 miliónov, týždenníky a mesačníky presahujú mesačne 2 milióny, spolu je to vyše 12 miliónov výtlačkov za mesiac. Za predpokladu, že údaje vydavateľov sú nadsadené a že nie je odrátaná remitenta, tvoria kresťanské printové média menej ako 4%. Po prepočte na redakčnú plochu je to výrazne menej ako 1%. To nie je Dávid proti Goliášovi, to je mravec proti slonovi. Kresťanskí redaktori sú aj v profánnych médiách, ale je otázkou, či dostanú priestor aj na kresťanské témy a postoje.

V takýchto podmienkach sa my vybíjame na hlúpostiach typu vtip na zadnej strane, nespolupracujeme, radšej necháme zaniknúť časopisy, akoby sme sa mali spojiť. Osobne som jednal, ba aj prosil – spojme sa, ale aj tak zanikol Serafínsky svet, Fakty, české AD a zaniknú aj ďalšie, pretože ekonomika nepustí.

Keď som (v súvislosti s rádiom Lumen) vyzval k diskusii o charaktere kresťanských médií, biskupi ma obvinili, že špiním na Cirkev. Nešpiním, učím sa mať Cirkev rád takú, aká je, v nádeji, že ma aj ona ma prijme takého, aký som.

Návrhy na zlepšenie situácie kresťanskej tlače

A preto si na záver tohto príspevku dovoľím predložiť moje návrhy: Čitatelia očakávajú, že im ponúkneme médiá, ktoré budú alternatívou k profánnym médiám. To znamená, že nebudú iba kričať, zakazovať, moralizovať. Poskytnú aj zábavu, ale slušnú, aj vzdelávanie, ale zábavnou formou, možno aj súťaže, ale s výťažkom na charitatívne ciele, aj príbehy zo života, ale nie naivné a hlúpe. Čitatelia čakajú, že im poskytnú témy, ktoré práve hýbu spoločnosťou, a že nebudú iba dobiehať témy, ktoré už dávno dozneli, ale budú témy sami naložovať. Čitatelia nebudú kupovať časopis kvôli cirkevným prikázaniam, ale kvôli obohateniu, oddychovému čítaniu a dobrej zábave. Aj kvôli oslobodzovaniu od nihilizmu na jednej a neurotizmu na strane druhej. Že sa nám podarí robiť spoločný marketing a reklamu, lebo individuálny nedokážeme prefinancovať. Že budeme otvorene, s láskou k Cirkvi a kvalifikovane predkladať aj problémy, ba hriechy Cirkvi, s bolesťou v srdci a s prosbou o odpustenie. Že budeme menej závislí od hierarchie a viac od čitateľov a vlastného svedomia.

K tomu, aby sme to naplnili máme dve konkrétne možnosti:

1. Nájsť silného finančného partnera. Nemám overené čísla, ale kuloárne informácie hovoria, že Slovenský denník zanechal 30 miliónový dlh, rozbeh denníka SME spotreboval 60 miliónov, tolko bolo vyčlenené aj na časopis Moment, Hríbov. Týždeň má na rozbeh 30 miliónov. Viem si predstaviť rozbeh dobrého kresťanského časopisu za uvedené sumy, ktorý by bol populárny, konkurencieschopný a udržal by si náklad cez 50.000 ks. Nemusel by mať v názve „kresťanský“, len témy by podával múdro, pozitívne a nie povrchné.

2. Spojme sa a budú sa nás báť. Polovica peňazí a intelektuálnej energie, ktorá sa teraz vkladá do roztrieštenej mediálnej produkcie, by po skoncentrovaní do jedného časopisu dosiahla efekt, uvedený v bode 1. Mám veľmi konkrétne predstavy, aké by mohli byť postupné kroky, aby sa projekt nerozpadol vplyvom odstredivých síl a mal vysoký stupeň homogenity.

Neviem, ktorá možnosť je reálnejšia, možno žiadna, v tom prípade otrasieme aj prach z nôh a pôjdeme inde. Kuloáre hovoria, že arcibiskup Sokol má vraj na účte 800 miliónov korún na nový seminár, lebo ten starý je už takmer prázdny. Nerozumiem tomu, preto sa mi žije ťažko. Hitler pri obrane Berlína použil mladých chlapcov. Tí ešte mali nadšenie. Dospelí mu už neverili. Skeptický človek už nezabojuje.

To, že sme tu, dokazuje, že ešte zabojovať chceme. Aby som nevyzeral ako Václav Klaus – „O peníze jde vždy až poprvé“ – zakončím teologicky: Príčina fatálneho neúspechu kresťanských médií je aj obsahová. Profánne médiá žijú z krvi, lebo čitateľ je krvilačný. Čitateľ chce konflikt, emócie, zápas. Rád číta o korupcii politikov, zlostí sa ich beztretnosti, obľubuje diskusné relácie (ak sa hádajú do krvi, sleduje to viac ľudí ako skutočne na úrovni debaty Pod lampou). Vojny, vraždy, nehody, zlo. Ako málo sa človek zmenil od čias gladiátorských zápasov?

Ale konflikt je v skutočnosti našou nosnou témou. Kristus prišiel na zem vrhnúť oheň. Rozdeliť otca a syna, matku a dcéru. Je to naša téma. Rozdiel je iba v tom, že profánne médiá konflikt odsúvajú – mimo nás. Hľadajú vinníkov. To oni sú tí zlí. Cirkev, žiaľ, robí v médiách to isté. Lenže konflikty nevyrieši poukazovaním na poslušnosť autorite čiernych sukní, purpurových plášťov a nádherných špicatých čapíc. Hriechy sa už nedajú naložiť na starozákonné kozla, ktoré vyženieme do púšte. Konflikt je v nás!!! Konflikt je aj v Cirkvi, aj v srdci každého človeka. O čom inom sú blahoslavenstvá? Ak ako Cirkev nebudeme mať odvahu na konflikt, ostaneme v médiách sterilní, čiže neplodní, čiže zbytoční.

Pastoračný plán

Pastoračný plán, to je úžasný materiál, my sme ho zhodou okolností v našej tlačiarňi tlačili a my sme ho potom rozvážali po biskupských úradoch a tak sme videli prvé reakcie: tam to položte, do kúta, tam je na to miesto. To

sme hneď videli, ako to bude fungovať ďalej, totižto pastoračný plán po prvé prišiel veľmi neskoro, po druhé nevyšiel priamo od biskupov, viac na ňom robili laici, čo je veľmi pozitívne, ale hierarchia si ho neosvojila natolko, aby začala na to dupať, aby sa realizoval, chýbajú nejaké realizačné konkrétne plány v jednotlivých diecézach a potom ďalej vo farnostiach. A úplne chýba spätná väzba, nekontroluje sa, čo sa robí, čo sa nerobí, nie je to rozmenené na drobné. To je určite úloha naša aj Katolíckych novín aj ďalších časopisov. Nedá sa to naraz, plán vyžaduje aktivitu, vyžaduje zaangažovanie, vyžaduje obetu, vyžaduje čosi robiť. Takže taká nechuť, lenivosť, v príspevku som ju spomínal, to sú bolesti, s ktorými zápasíme a keď sa na to poukazuje, potom narážame. Takže aj koncil, všetci vieme, že na samotnom koncile sa to všetko rodilo akosi pomaly a tiež nie bez diskusie a tiež nie so všeobecným súhlasom. Ale pastoračný plán všetci chceme realizovať, ja verím, že aj Katolícke noviny.

TK KBS – prepájanie aktivity Cirkvi a médií

ThLic. Jozef Kováčik,
riaditeľ Tlačovej kancelárie Konferencie biskupov Slovenska
riaditel@tkkbs.sk

Úvod

Konferencie biskupov majú čo najviac docieňovať význam spoločenských komunikačných prostriedkov pre život ľudí a najmä Cirkvi. Častejšie než doteraz majú vo svojich pastoračných programoch klásť na prvé miesto tento druh pastoračnej starostlivosti a podľa potrieb sveta a krajiny majú tejto činnosti venovať patričné hmotné prostriedky, hovorí pastoračná inštrukcia *Communio et Progressio* (134).

História

Na 18. plenárnom zasadnutí vtedy ešte Biskupskej konferencie Slovenska v dňoch 19. – 20. januára 1993 v Nitre na Šindolke bol menovaný prvý hovorca Konferencie biskupov Slovenska, dekan Jozef Slamka, farár v Trnave.

„Ponuku, byť hovorcom KBS, som prijal, hoci v prvej chvíli som nevedel veľa o obsahu tejto služby. Preto som pozorne sledoval dennú tlač, rozhlas, televíziu, až som zistil, že hovorca má špecifickú úlohu. Ako to vyjadril Anton Bodis, prvý hovorca prezidenta Slovenskej republiky: Hovorca nemá právo prezentovať vlastný názor tam, kde by ho bolo možné zneužiť, či použiť ako názor inštitúcie, za ktorú hovorí. Hovorca v oficiálnej podobe má interpretovať stanovisko a postoje KBS. V súvislosti s hovorcom ma napadla myšlienka,

o ktorej som dlhšie premýšľal a potom prediskutoval, a to bola myšlienka zriadiť Informačnú kanceláriu, ktorá by tvorila pracovné zázemie hovorcu a vo svojej práci by sa zameriavala na získavanie a šírenie správ o cirkvi na Slovensku i v zahraničí,“ hovoril o svojich začiatkoch dekan Jozef Slamka.

Návrh na zriadenie Informačnej kancelárie KBS (IK KBS) ako aj jej štatút bol schválený na prvom zasadnutí KBS v Bratislave 4. a 5. mája 1993. Prvou zamestankyňou sa stala Mgr. Zuzana Gluchichová, ktorá svoje pôsobenie v kancelárii začala 1. júla 1993.

Po prácach na úprave miestností, príprave skromného staršieho technického vybavenia – bol k dispozícii iba fax, jednoduchý slabý počítač, písací stroj, kopírovací stroj – začala vlastná práca Informačnej kancelárie KBS.

Činnosť IK KBS sa spočiatku sústredila predovšetkým na zhromažďovanie správ zo života Cirkvi na Slovensku a opierala sa o schválený projekt IK. Úloha znela: „Iniciatívne a systematicky zhromažďovať správy zo života Katolíckej cirkvi na Slovensku. Vytvoriť tím stálych i sporadických dopisovateľov z biskupstiev, farností, reholí a ďalších cirkevných subjektov“. Dekan Slamka osobne pochodil všetky biskupstvá a po dohovore s každým diecéznym biskupom a v zmysle uznesenia Stálej rady KBS z 19. 3. 1993 boli určení stáli zodpovední pracovníci za dodávanie správ o udalostiach v diecézach pre IK:

ABÚ Trnava – Viliam Kurilla, BÚ Nitra – Peter Tibenský, BÚ Banská Bystrica – Jozef Hrtús, BÚ Rožňava – Miroslav Fabíni, BÚ Košice – Karol Smetana, BÚ Spiš – Ján Zentko, BÚ Prešov – František Čitbaj.

Výsledky sa však nedostavili. Jedným z najvážnejších problémov bol nedostatok erudovaných kresťanských žurnalistov. Po dlhšom tichu o náboženskom živote v diecézach sa opäť rozoslali z IK výzvy na všetky biskupstvá, v ktorých sa pripomínalo posielanie informácií, avšak opäť bez väčšieho úspechu. Podobná výzva sa iniciatívne rozoslala potom aj všetkým reholiam, hnutiam, združeniam, spolkom, farnostiam. Odozva bola veľmi skromná. „Utešovali sme sa tým, že vlastne nič nové pod slnkom, veď ‘na túto choro-

bu zomrela' aj katolícka služba SKATES, ako skonštatoval otec Anton Hlinka, ktorý sa ju pokúšal uviesť do života, na 18. zasadnutí BKS v Nitre 19. až 20. januára 1993," spomína prvý hovorca KBS dekan Jozef Slamka.

Napriek spomínaným ťažkostiam boli hlavné udalosti v živote Cirkvi na Slovensku sledované a publikované doma i v zahraničí. Zuzana Gluchichová okrem obstarávania informácií začala rozvíjať aj ďalšie aktivity ako monitorovanie dennej tlače, spoluprácu so Združením kresťanských novinárov, tlmočenie pri zahraničných návštevách, nadväzovanie kontaktov s našimi i zahraničnými katolíckymi tlačovými agentúrami i ostatnými médiami, preklady zahraničných správ o Cirkvi a mnoho ďalších drobných, ale o to dôležitejších aktivít, bez ktorých by sa ani väčšie veci neudiali.

Najčulejšie styky sa podarilo od začiatku pôsobenia kancelárie rozvinúť s rímskymi agentúrami ako VIS – Vatikánska informačná služba, FIDES – agentúra Kongregácie pre evanjelizáciu národov vtedy vedená kardinálom Tomkom a tlačovými agentúrami ako KATHPRESS – Rakúsko, KIPA – Švajčiarsko, IKA – Chorvátsko, KIS – Slovinsko. Snahy boli spolupracovať aj s poľskou katolíckou agentúrou KAI vybudovanou s americkou pomocou, čo však z finančných dôvodov zlyhalo.

Spolupráca sa rozvíjala aj s Českou republikou, ktorá už mala tiež svojho hovorcu ČBK a dvoch redaktorov Tlačového strediska ČBK. Podobné centrum pre prácu s médiami mali v roku 1994 už aj v pri Biskupskej konferencii v Maďarsku. Kontakty sme sa snažili nadviazať aj s nemeckou tlačovou agentúrou KNA so sídlom v Bonne a jej filiálkou v Mníchove. Boli ochotní sprostredkovať správy cez satelit, čo sa však z finančných dôvodov opäť nedalo realizovať.

Od 1. januára 1994 začala IK vydávať bulletin ŽIVOT CIRKVI. Spočiatku sa rozmnožoval na kopírke v malom náklade. Neskôr o neho začali mať záujem kňazi, rehoľníci a laici a dopyt sa tak zvýšil, že ho bolo treba začať tlačiť v tlačiarňi. To sa podarilo s účinnou pomocou arcivojvodu Christiana von Habsburga, za čo sme mu doteraz veľmi vďační.

Od 1. augusta 1996 pôsobí v Tlačovej kancelárii KBS Jolana Šinajová, ktorá sa dodnes venuje grafickej úprave bulletinu ŽIVOT CIRKVI a neustále ho rozvíja a zabezpečuje výrobu a expedíciu časopisu. Denne pripravuje aj Monitoring médií pre denný servis TK KBS i pre ŽIVOT CIRKVI.

Ďalší pracovník do Tlačovej kancelárie KBS nastúpil 2. septembra 1997. Stal sa ním Mgr. Peter Farkaš, ktorý sa sústredil na zavedenie potrebných moderných komunikačných prostriedkov a internetu.

Od 1. októbra 2001 pôsobí v TK KBS ako redaktorka domáceho spravodajstva Mgr. Zuzana Hašková. Pomáha hovorcovi organizovať tlačové konferencie, zúčastňuje sa na tlačových konferenciách o problémoch, ktoré zaujímajú Cirkev i na rôznych cirkevných akciách a spracováva o nich správy pre denný servis TK KBS na internetovú stránku KBS. Pomáha tiež hovorcovi pripravovať podklady pre jeho činnosť.

Od roku 2001 pôsobí ako hovorca Konferencie biskupov Mons. Marián Gavenda. Hovorca KBS medializuje dianie v Cirkvi, informuje a prezentuje oficiálne stanoviská a postoje Konferencie biskupov Slovenska. „Ide o to, že my, kresťania, neraz kritizujeme, ak si médiá nevšímajú tie stovky dobrých kňazov, ktorí v tichosti pracujú, ale stačí jeden škandál, chyba a hneď sa o nich vie,“ hovorí M. Gavenda a zdôrazňuje: „Tomu sa však dá z našej strany predísť, my musíme médiá informovať prví. V Cirkvi je poslanie hovorcu špecifické v tom zmysle, že nemá „žehliť“ problémy, ale sprístupňovať postoje Cirkvi verejnosti. Hovorca by mal hovoriť o našich záležitostiach jasne, prijateľne. Cirkevné médiá či televízne kanály nie sú mienkotvorné ani vo svete. Je to pochopiteľné. Oni nemajú za úlohu ovplyvňovať mienku ľudí. Ich poslaním je živiť vieru tých, čo už sú veriaci, pomáhať im v orientácii v súčasnom svete. Len sporadicky pomôžu nájsť hľadajúcemu cestu. V tejto oblasti na Slovensku fungujeme dobre.“

1.8.2004 bol zriadený v rámci sekretariátu KBS nový post – Riaditeľ TKKBS, do ktorého bol vymenovaný CSILic. Jozef Kováčik, ktorý vyštudoval Fakultu Inštitucionálnych spoločenských komunikácií v Ríme. Aktívne

spolupracoval s Vatikánskym rádiom a časopisom Zrno. Po návrate na Slovensko sa stal externým spolupracovníkom STV, kde pôsobil ako scenárista a moderátor.

Tlačová kancelária KBS v súčasnosti

Činnosť Tlačovej kancelárie KBS smeruje k upevneniu a podpore vzťahov a vzájomných konzultácií medzi zástupcami Cirkvi a odborníkmi z médií, ktorí môžu poskytnúť Cirkvi veľkú pomoc pri ich využívaní. Skúmajú sa možnosti spolupráce medzi regionálnymi a národnými centrami, s rehoľnými kongregáciami, ktoré pracujú na poli spoločenskej komunikácie ale aj s ekumenickými organizáciami a inými cirkvami. Mgr. Gluchichová rozvinula spoluprácu aj s centrom pre masmédiá Evanjelickej cirkvi a.v. na Slovensku a mnohé akcie organizujeme už spoločne. Dôraz sa, samozrejme, kladie na spoluprácu so svetskými médiami, najmä čo sa týka spoločného sledovania náboženských, etických, kultúrnych, výchovných a sociálnych otázok.

Tlačová kancelária KBS pracuje ako súčasť Generálneho sekretariátu. Zabezpečuje kontakt s masovokomunikačnými prostriedkami a poskytuje im dokumenty a správy zo zasadania KBS a Stálej rady. Zhromažďuje a archívuje príspevky týkajúce sa Cirkvi, ktoré prinesie monitoring médií, ďalej vyhlásenia a dokumenty KBS, ktoré boli zverejnené v médiách. Aktuálne informácie z médií včas predkladá Generálnemu sekretariátu.

Pravidelne vydáva tlačové správy o živote Cirkvi v SR a vo svete pre jednotlivé biskupstvá a masovokomunikačné prostriedky cez denný servis na internetovej stránke KBS. Denne prináša monitoring médií, ktorý zároveň odosiela jednotlivým biskupom, ktorí ho majú na pracovnom stole vždy ráno do 8.00.

Správy o živote Cirkvi vo svete a u nás ako aj prehľad správ z tlače sa potom vydáva v týždenníku ŽIVOT CIRKVI. Bulletin Život Cirkvi je materiál pre vnútornú potrebu Cirkvi. Je to tlačená, avšak oveľa obsiahnejšia podoba servisu.

Tlačová kancelária zabezpečuje tlačové konferencie k aktuálnym udalostiam života Cirkvi a zúčastňuje sa na tlačových konferenciách o otázkach, ktoré Cirkev zaujímajú. Spolupracuje s Radou pre masmédiá KBS, s Radou pre spoločenské komunikačné prostriedky KBS a odbornými náboženskými redakciami v Slovenskom rozhlase, Slovenskej televízii, ako aj ďalšími sekulárnymi i cirkevnými médiami. Oficiálny spravodajský servis TK KBS, vrátane dokumentov KBS je dostupný na adrese www.kbs.sk. Informácie z kresťanského sveta prináša taktiež internetová stránka www.christ-net.sk.

Spravodajské kategórie Tlačovej kancelárie KBS:

Domáci servis – spravodajstvo z diania v Katolíckej cirkvi na Slovensku,
Zahraničný servis – predstavuje spravodajstvo z cirkvi vo Vatikáne a vo svete,
Monitoring médií – monitoring slovenských médií,
Novinársky servis – automatické rozoslanie tlačových správ do médií v prípade aktuálneho diania.

Prvé tri produkty pripravuje TK KBS denne. Prvé dva je možné bezplatne si objednať aj na oficiálnej internetovej stránke KBS. Následne sú automaticky odosielané záujemcovi na emailovú adresu. Počet odberateľov servisu takouto formou neustále rastie. V roku 2004 elektronická podoba Domáceho servisu TK KBS obsahovala 1 061 správ, Zahraničného servisu 1 227 správ. V Monitoringu médií bolo vydaných 2 415 správ. V Novinárskom servise bolo vydaných 140 tlačových správ.

Správy sú zobrazené aj na internete a teší nás ich neustále stúpajúca čítanosť.

Počet prístupov na oficiálnu internetovú stránku Tlačovej kancelárie KBS www.tkkbs.sk v roku 2004 bol 159 703. E@mail servisom bolo odberateľom doručených viac ako 3,5 milióna jednotlivých správ.

Elektronická podoba Servisu TK KBS a Prehľadu tlače je dostupná prostredníctvom štyroch verzií:

1. web stránka <http://www.tkkbs.sk>
2. doručovanie spravodajstva prostredníctvom elektronickej pošty (e@mail servis)
3. verzia pre mobilné telefóny podporujúce technológiu WAP (<http://wap.tkkbs.sk>)
4. verzia pre osobné digitálne asistenty (PDA) (<http://pda.tkkbs.sk>).

Ak vo všeobecnosti charakter tlačovej kancelárie závisí od inštitúcie, ktorej patrí, tak v prípade biskupskej konferencie aj jej tlačová kancelária má duchovné, pastoračné a evanjelizačné poslanie. Uskutočňuje sa prostredníctvom stabilného, profesionálneho informačného vzťahu s masmédiami.

Realizuje sa v niekoľkých oblastiach:

- napomáhať plynulý a otvorený tok informácií vo vnútri Cirkvi, a médiami,
- napomáhať tvorbu a rozvoj komunikačných prostriedkov a programov pre ne za účelom informovania i evanjelizácie,
- šíriť kresťanskú mediálnu kultúru v kresťanských spoločenstvách ako aj medzi poslucháčmi i profesionálnymi pracovníkmi médií,
- rozvíjať inštitucionálne vzťahy medzi miestnymi cirkvami a masmédiami,
- rozvíjať vzťahy s verejnosťou aj v širšom než spravodajskom rozsahu a prispievať tým k vytváraniu pozitívneho obrazu Cirkvi vo verejnosti, sprístupňovať a vysvetľovať jej poslanie, informovať o jej aktivitách a jej príspevku do života spoločnosti.

Táto činnosť sa uskutočňuje v troch základných líniách:

- pripravovať a distribuovať informácie pre médiá,
- šíriť informácie o médiách vo vlastnom prostredí,
- udržiavať profesionálne vzťahy s pracovníkmi médií.

Úloha hovorcu

Hovorca Konferencie biskupov Slovenska udržiava stály kontakt s piskopátom, najmä s predsedom KBS a generálnym sekretárom a sleduje život Cirkvi ako aj jeho vnímanie v sfére svetských masmédií o ktorom informuje hierarchiu. Osobitné problémy najskôr prediskutuje s predstavenými. Je permanentne k dispozícii novinárom a pracovníkom médií ktorým poskytuje vyjadrenia, či už tie, ktoré KBS oficiálne zverejnila, alebo všeobecný postoj Cirkvi, vysvetlenie problému a navrhuje ďalšie kontakty na kompetentných laikov alebo kňazov, sprostredkúva kontakt s biskupmi.

Biskupskej konferencii sprostredkúva spätnú väzbu svetských médií a navrhuje mediálne postupy, najmä aby sa vopred predišlo nesprávnym interpretáciám. Dôležité informácie zverejňuje v „novinárskom servise“ aj s primeraným vysvetlením. Reaguje na nepravdivé informácie alebo interpretácie, ktoré nezodpovedajú pravde. Úzko a pravidelne spolupracuje s hovorcami biskupských konferencií ostatných európskych krajín a to tak pri výmene informácii ako aj sledovaním cirkevnej línie a výmene skúseností a mediálnych stratégií. Trvalo buduje a udržiava osobné kontakty s pracovníkmi médií a predstaviteľmi verejného života, ktorým ponúka priame informácie a vysvetlenia, neskreslené komerčnými médiami.

Úlohy tlačovej kancelárie vo vzťahu k cirkevným a svetským médiám

Tlačová kancelária je „trvalo otvorené okno“ pre svet cirkevných i svetských médií a je nepretržite k dispozícii novinárom. Toto je najzákladnejšia činnosť TK. Robí to pravidelným každodenným spracovávaním domáceho, zahraničného a novinárskeho servisu ako aj jednotlivými službami na požiadanie poskytnutím vyjadrenia, kontaktu alebo odbornej konzultácie.

Poskytované správy majú profesionálne vyhovovať spravodajským žánrom. TK a konkrétne vysielajúci redaktor zvažuje zaradenie správy, overuje ju,

redakčne upravuje a zodpovedá za presnosť jej obsahu. Pred verejnosťou zodpovedá za obsah správ riaditeľ TK.

K tejto práci patrí získavanie informácií z jednotlivých diecéz, rehoľných, farských a iných spoločenstiev, vytváranie a udržiavanie kontaktov, ktoré následne spracováva a včas v rámci svojich adresárov rozposiela do jednotlivých redakcií, aby na pripravované podujatia mohli vysielat' svojich redaktorov a o udalostiach, ktoré sa už uskutočnili, aby mohli informovať v rámci termínov uzávierok. Od rýchlosti a keď sa dá i predstihu, v podstatnej miere závisí, či budú informácie v médiách uverejnené.

V prípade nesprávnych interpretácií, šírenia proticirkevnej atmosféry aktívne vypracováva stanoviská alebo vysvetľujúce materiály a zverejňuje ich v sieti svojho servisu.

Aj všetci pracovníci TK sa snažia vytvárať a udržiavať s pracovníkmi médií profesionálne i priateľské snahy. Pri rozhodovaní o tom či a ako bude správa zverejnená, či agentúra alebo médium vyšle redaktora na cirkevné podujatie vo väčšine prípadov je osobný kontakt s redakciou alebo konkrétnymi redaktormi ten najrozhodujúcejší faktor.

TK a jej hovorca aj aktívne zberajú témy a námety zo života Cirkvi a ponúkajú ich médiám, či už spracovaním a poskytnutím materiálov pri dôležitých cirkevných sviatkoch a podujatiach alebo v iných aktuálnych prípadoch. Tlačová kancelária dáva k dispozícii aj svoj archív informácií a ostatných materiálov pri tvorbe rozsiahlejších dokumentov alebo na študijné účely z oblasti teórie masmédií alebo cirkevnej histórie.

TK vytvára a udržiava databázu potrebných informácií (adresáre, kontakty, štatistiky) aby vďaka nim mohla poskytovať operatívne a rýchle služby.

Služba tlačovej kancelárie biskupskej konferencii, hierarchii, kňazom, cirkevným médiám a inštitúciám

Okrem toku smerom „von“, teda zberu a šírení spravodajstva o živote Cirkvi, ďalšou nosnou aktivitou TK je informovanie cirkevných štruktúr o reakciách médií. Pravidelne to robí najmä denným monitoringom tlače. Umožňuje tým, čo sú zodpovední za život Cirkvi, poznať reakcie svetských médií (a pod ich vplyvom aj civilnej spoločnosti) za tým účelom, aby vedeli na ne včas a fundovane reagovať. Preto je potrebné, aby bol monitoring čo najviac kompletný a neselektoval negatívne správy. Aby však neslúžil ďalšiemu šíreniu negatívnych, nepravdivých či skreslených správ medzi veriacich, je potrebné, aby tento monitoring bol určený len kompetentným adresátom, pre ktorých je nevyhnutným pracovným nástrojom.

Okrem pravidelného monitoringu TK aj jednotlivo informuje kompetentných o náladách voči Cirkvi, o pripravovaných mediálnych aktivitách, ktoré môžu byť z pohľadu Cirkvi zaujímavé a navrhuje alebo konzultuje, ako v takýchto prípadoch postupovať.

TK zároveň sprostredkováva pre diecézy a cirkevné inštitúcie šírenie informácií o cirkevných podujatiach, pozvania na tlačové konferencie, ktoré pre KBS aj organizuje alebo je im k dispozícii sieťou svojich kontaktov so svetom médií.

Synergie – prepájanie iniciatív, tvorba projektov a stratégií

Vzhľadom na to, že práve TK je svojou štruktúrou a činnosťou miestom, kde sa stretávajú informácie o živote i potrebách Cirkvi voči médiám ako aj médií voči Cirkvi, má možnosť podieľať sa na vzájomnom prepájaní mediálnych iniciatív, na konzultovaní a vyhodnocovaní uskutočnených projektov, na tvorbe a uskutočňovaní mediálnej stratégie Cirkvi. Za týmto účelom vedie alebo sprostredkováva konzultácie s odborníkmi v oblasti masmédií,

spracováva vyhodnotenia a návrhy. Cenné pri tejto práci sú aj skúsenosti a podnety z činnosti tlačových kancelárií iných krajín, najmä tých, v ktorých je podobná spoločensko-politická a cirkevná situácia.

Výsledky ankety Katolíckych novín „Naša anketa – Vaše noviny“

Cieľ ankety

Pod týmto názvom rozbehla redakcia Katolíckych novín v čísle 50 z roku 2004 prieskum verejnej mienky s cieľom spoznať názory čitateľskej základne novín. Cieľom bolo spoznať ich subjektívne hodnotenie jednotlivých rubriík, aktuálnosti, prínosu pre čitateľov. Redakcia tiež chcela poznať mieru spokojnosti s grafickým spracovaním novín a získať aj podnety a kritické pripomienky do ďalšej činnosti. Čitateľov prosili, aby vianočný čas využili na vyplnenie ankety. Anketový lístok bol vložený v novinách a anketu bolo možné vyplniť aj v elektronickej podobe na webovej stránke novín.

Anketu redakcia uzatvorila 15. januára 2005. Základné vyhodnotenie odpovedí dostala v júni 2005. Anketový lístok obsahoval 31 otázok. Dve z nich boli otvorené, v nich mohli čitatelia navrhnúť osobnosti, s ktorými by radi videli rozhovor na stránkach KN a témy, ktorým by sa noviny mali venovať.

Redakcia dostala počas niekoľkých týždňov neočakávane vysoký počet odpovedí – 5069. V následných grafoch a tabuľkách sú uvedené primárne údaje získané v ankete.

Metodologické hľadisko

Z metodologického hľadiska nie je možné tento prieskum považovať za reprezentatívny. Nešlo totiž o klasický prieskum, robený náhodným výberom respondentov zodpovedajúcim demografickému zloženiu čitateľov KN. Ankety tiež určite nezohľadňuje zloženie čitateľskej základne podľa sociálno–demografických faktorov.

Tieto a ďalšie skutočnosti nevyhnutne spojené so zberom údajov prostredníctvom dobrovoľnej ankety znižujú vedeckú hodnotu získaných údajov. (Napríklad ochota odpovedať na takúto anketu nie je reprezentatívne rozdelená v rámci všetkých skupín čitateľov.) Rovnako sa nedá zabrániť vzájomnému ovplyvňovaniu odpovedajúcich (rodinné vyplňanie).

Niektoré otázky zaradené do ankety sú tiež veľmi úzko konštruované a nedávajú tak komplexný pohľad na názor odpovedajúcich. Konkrétne otázky č. 27, 28 alebo 31 dávajú čitateľovi len veľmi malú škálu pre vyjadrenie. V štandardných prieskumoch sa pri tomto type otázok poskytujú možnosti odpovedí v širšej škále (napr.: úplne vyhovujúce, skôr vyhovujúce, ani vyhovujúce ani nevyhovujúce, skôr nevyhovujúce, úplne nevyhovujúce, neviem). Poskytnutie zatvorenej otázky len s možnosťami áno, nie, neviem je z metodologického hľadiska skresľujúce. Výsledky ankety tiež poznačuje to, že neposkytuje žiadnu porovnávaciu hodnotu – napríklad porovnanie s inými kresťanskými časopismi alebo aj so sekulárnym trhom tlače. Pre získanie menej skresleného pohľadu na názory čitateľskej základne by preto bolo potrebné urobiť cieľený výskum prostredníctvom focusových skupín a riadených rozhovorov.

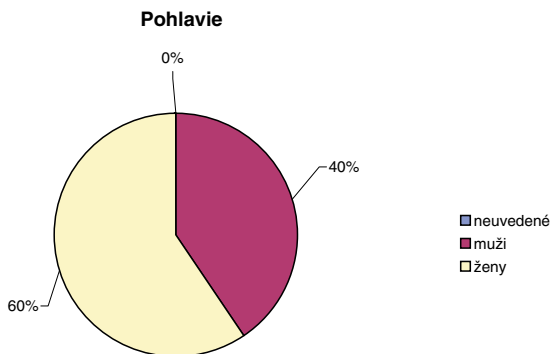
Napriek tomu, že vyššie popísané metodologické problémy znižujú výslednú hodnotu získaných údajov a ich použiteľnosť pri príprave zmien v koncepcii Katolíckych novín, neznižujú výpovednú hodnotu základných údajov o názoroch individuálnych čitateľov. Pretože zostavovateľ zborníka nemal k dispozícii aj sekundárne triedenie, výsledky ankety prinášame bez komentára.

Mgr. Michal Dyttert

Výsledky ankety Katolíckych novín „Naša anketa – Vaše noviny“

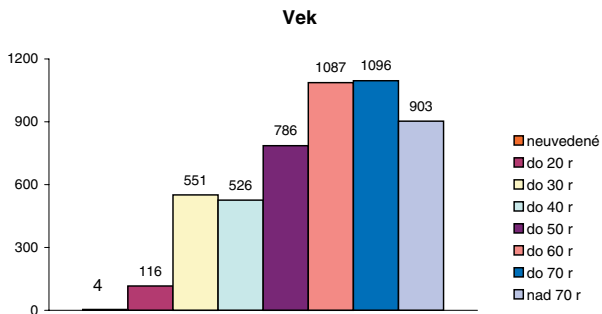
1. Pohlavie

Pohlavie	Počet	
neuvedené	2	(Neuvedené por.č.: 915, 1529)
muži	2048	
ženy	3019	
Celkom	5069	



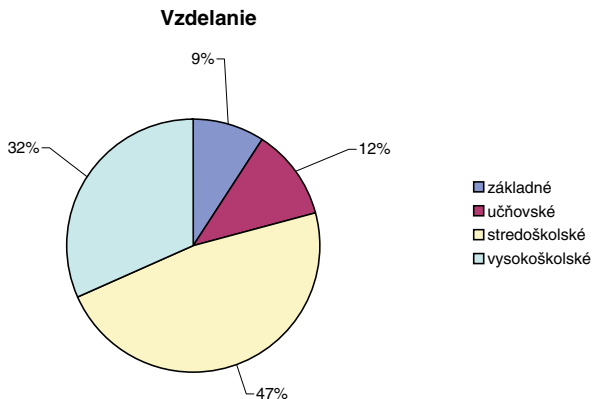
2. Vek

Vek	Počet	
neuvedené	4	(Neuvedené por.č.: 430, 520, 1111, 4757)
do 20 r	116	
do 30 r	551	
do 40 r	526	
do 50 r	786	
do 60 r	1087	
do 70 r	1096	
nad 70 r	903	
Celkom	5069	

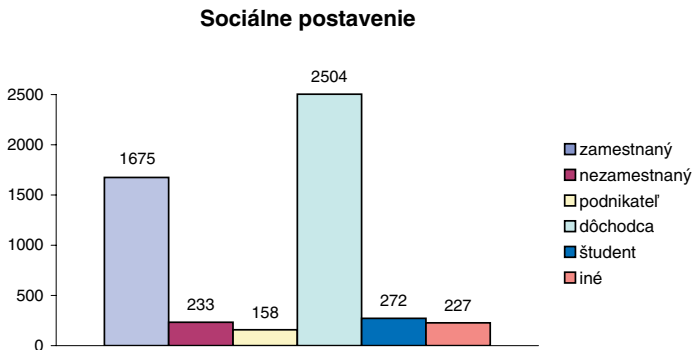


3. Vzdelanie

	Počet
základné	467
učňovské	594
stredoškolské	2405
vysokoškolské	1603
Celkom	5069

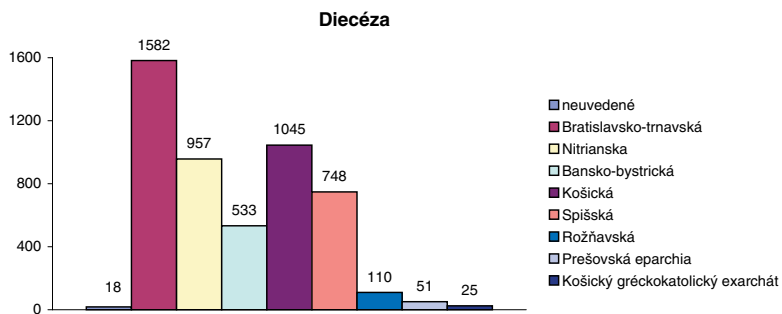
**4. Sociálne postavenie**

	Počet
zamestnaný	1675
nezamestnaný	233
podnikateľ	158
dôchodca	2504
študent	272
iné	227
Celkom	5069



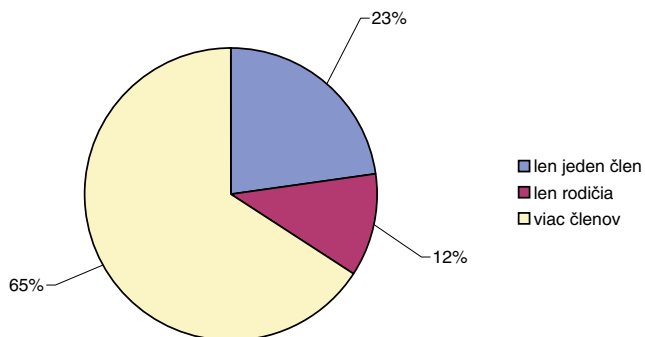
5. Diecéza

	Počet
neuveďené	18
Bratislavsko-trnavská	1582
Nitrianska	957
Bansko-bystrická	533
Košická	1045
Spišská	748
Rožňavská	110
Prešovská eparchia	51
Košický gréckokatolícký exarchát	25
Celkom	5069



6. KN v rodine číta

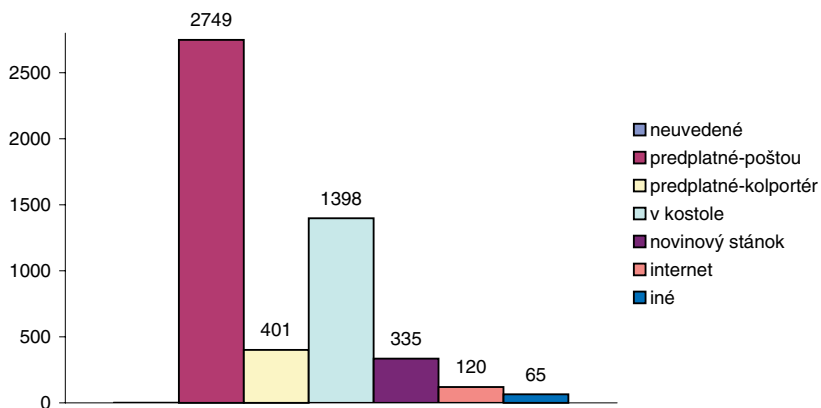
	Počet
len jeden člen	1149
len rodičia	584
viac členov	3336
Celkom	5069

KN v rodine číta

Viac členov	Počet	[%]
2	1065	32
3	1170	35
4	612	18
5	279	8
6	103	3
7	58	2
8	21	1
9	7	0
10	9	0
11	1	0
12	2	0
14	1	0
15	3	0
19	1	0
20	1	0
22	1	0
25	1	0
46	1	0
Celkom	3 336	100

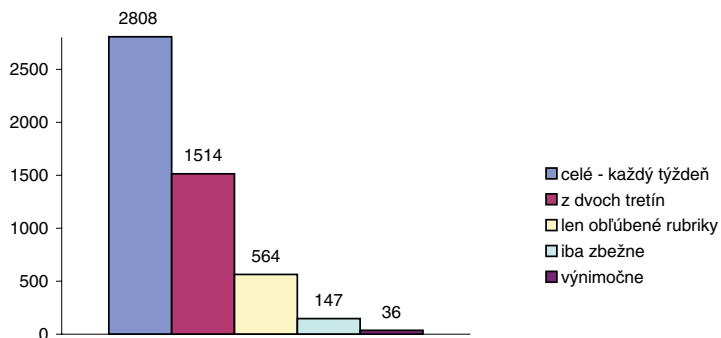
7. Forma odberu KN

	Počet
neuvedené	1
predplatné-poštou	2749
predplatné-kolportér	401
v kostole	1398
novinový stánok	335
internet	120
iné	65
Celkom	5069

Forma odberu KN

8. KN čítam

	Počet
celé - každý týždeň	2808
z dvoch tretín	1514
len obľúbené rubriky	564
iba zbežne	147
výnimočne	36
Celkom	5069

KN čítam

29. S akou osobnosťou by ste uvítali rozhovor na stránkach KN

Osobnosť	Počet	[%]
A OSTATNÍ	2 416	48
BISKUPI SLOVENSKA	322	6
JÁN CHRYZOSTOM KOREC	198	4
KŇAZI	166	3
MISIONÁRI VO SVETE	147	3
KARDINÁL JOZEF TOMKO	104	2
RUDOLF BALÁŽ (BISKUP)	102	2
POSLANCI KDH	99	2
REHOLNÉ SESTRY, BRATIA	90	2
ANTON HLINKA	86	2
OSOBNOSTI "TAJNEJ CIRKVI"	78	2
MARIÁN GAVENDA	75	1
ANTON STRHOLEC	63	1
KREŠŤANSKÍ UMELCI	54	1
RODIČIA V MNOHODETNÝCH RODINÁCH	54	1
KREŠŤANSKÍ ŠPORTOVCI	52	1
MARIÁN KUFFA (KŇAZ)	51	1
KARDINÁL RATZINGER	51	1
MAX KAŠPARU	50	1
PREZIDENT SLOVENSKA	47	1
ALOJZ TKÁČ (ARCIBISKUP)	39	1
PAVOL HUDÁK (KŇAZ V UPC KE)	38	1
HENRYK NOWACKI (NUNCIUS)	35	1
MILAN RÚFUS	34	1
PAVOL HRUŠOVSKÝ	33	1
JÁN FÍGEL'	33	1
JÁN SUCHÁŇ	28	1
VILIAM JUDÁK	26	1
JÁN SOKOL (ARCIBISKUP)	25	0
FRANTIŠEK MIKLOŠKO	24	0
BERNADETA PÁNČIOVÁ	23	0
DANIEL DIAN (KŇAZ)	20	0
FRANTIŠEK TONDRA (BISKUP)	20	0
PETER HOLBIČKA (KOMENTÁTOR LUMEN)	19	0
JOZEF HALKO	18	0
TOMÁŠ HALÍK	18	0
PREMIÉR SLOVENSKA	18	0
MICHAL ZAMKOVSKÝ	18	0
PETER ŠŤASTNÝ (HOKEJISTA)	17	0
JOZEF LUSCOŇ (SDB)	16	0
DANIEL LIPŠIC	15	0
VLADIMÍR PALKO	14	0
LADISLAV ZÁBORSKÝ (MALIAR)	14	0
EUROPOSLANCI	14	0
ŠTEFAN HRÍB	14	0
DOMINIK HRUŠOVSKÝ (BISKUP)	14	0
JÁN ČARNOGURSKÝ	13	0
VLADIMÍR KRČMÉRY	12	0
JÁN MAJERNÍK (KŇAZ, SPRIEVODCA)	12	0
CHIARA LUBICHOVÁ	11	0
FANTIŠEK KAPUŠŇÁK	10	0
LUBOMÍR STANČEK	9	0
ATEISTA	9	0

30. Ktorým témam by sme sa mali viac venovať

Osobnosť	Počet	[%]
A OSTATNÉ, NEZARADENÉ	2 012	40
MLÁDEŽ	482	10
MLADÉ MANŽELSTVÁ A RODINY	255	5
ROZŠÍRIŤ RUBR. "DUCHOVNÚ OBNOVU"	182	4
ŽIVOTOPISY SVÄTÝCH	149	3
DEŤÍ	130	3
MISIE - ČINNOSŤ, PRÍNOS	122	2
MEDZILUDSKÉ VZŤAHY V RODINÁCH	116	2
PROFILY FARNOSTÍ A DEKANÁTOV SK	83	2
REAKCIE NA MÉDIA ZNEVAŽUJÚCE CIRKEV	83	2
KÁŽDODENNÝ ŽIVOT VERIACICH ĽUDÍ	82	2
LISŤÁREŇ - VIAC O MLÁDEŽI	78	2
VYSVETĽOVANIE NOVÉHO ZÁKONA	76	1
DEJINY CIRKVI	66	1
PROBLÉM CHUDOBNÝCH A STARÝCH	65	1
SVEDECTVÁ OBRÁTENIA	62	1
SOCIÁLNA SITUÁCIA	62	1
MISIE - SVEDECTVÁ ĽUDÍ	57	1
SEKTY	47	1
PREDSTAVENIE REHOLÍ (OBEČENIE)	42	1
EKUMENIZMUS	42	1
SÚČASNÁ PERSPEKTÍVA VIERY	40	1
PÔSOBNIE KŇAZOV VO FARNOSTI	40	1
CHARITATÍVNA ČINNOSŤ	34	1
OBJASŇOVANIE LITURGICKÝCH VÝRAZOV	31	1
VIAC AKTUÁLNOSTI V OZNAMOCH	29	1
KREŠŤANSKÉ SPOLOČENSTVÁ	28	1
ROK EUCHARISTIE	27	1
PÚTNICKÉ MIESTA V SR, NA SVETE	26	1
ROZOBRAŤ SVÄTÚ OMŠU	24	0
VEDA A KREŠŤANSTVO	24	0
MEDZILUDSKÉ VZŤAHY NA PRACOVISKU	23	0
ROZOBRAŤ DESATORO	23	0
ROZŠÍRIŤ RUBRIKU "POSÚDTE SAMI"	22	0
ČÍTANIE Z KNÍH NA POKRAČOVANIE	21	0
MEDITAČNÉ ÚVAHY	21	0
MODLITBA	21	0
VYKLAD KATECHIZMU	21	0
BEZDOMOVCI	19	0
PSYCHOLÓGIA	19	0
VATIKÁN - SÚČASNÉ DIANIE	18	0
POHOTOVO REAGOVAŤ NA DIANIE V TELEV	18	0
KRIKA VNÚTROCIRKEVNÉHO ŽIVOTA	18	0
EURÓPSKA ÚNIA	17	0
POSLANIE RODINY V CIRKVI, SPOLOČNOS	16	0
CIRKEV NA ZÁPADE	15	0
VATIKÁN - VŠEOBECNE	14	0
PAMIATKY A CHRÁMY SLOVENSKA	14	0
OCHRANA ŽIVOTA - VŠEOBECNE	14	0
ODLIŠNOSTI KREŠŤAN. NÁBOŽENSTIEV	13	0
ŽIVOT BOHOSLOVCOV V SEMINÁRI	12	0
SYNÓDY V KOŠICKEJ A BB DIECÉZE	11	0
MATKY NA MATERSKEJ DOVOLENKE	10	0

Analýza čtenářské ankety Katolického týdeníku 2004

Jan Spousta, spousta@yahoo.com

1. Úvod

Katolický týdeník uveřejnil ve svém čísle z 11. ledna 2004 čtenářskou anketu. Jejím cílem bylo zjistit, jak čtenáři hodnotí jednotlivé části týdeníku a jaké změny do budoucna by přivítali.

Anketní lístek obsahoval 55 uzavřených otázek (odpovědi předem dány nebo odpovědi je číslo) a 7 otázek otevřených (odpovědi je třeba formulovat vlastními slovy). Do redakce se vrátilo a bylo vyhodnoceno celkem 2097 odpovědí.

Před vyhodnocením odpovědí na jednotlivé otázky uvedme obecné informace, které platí pro podobné ankety:

a) Reprezentativita

Čtenáři, kteří odpověděli, nepředstavují skupinu reprezentativní pro celé čtenářstvo časopisu. Zpravidla odpovídají spíše lidé, kteří jsou silněji vázáni na časopis či na téma, jemuž je věnován; a také lidé, kteří mají dostatek volného času a kteří jsou dostatečně vzdělaní (schopní formulovat své úsudky a písemně je sdělovat). Naopak skoro žádné odezvy nebudeme mít od možná ještě významnější skupiny čtenářů, kteří KT berou jen jako jedno z mnoha médií, jimiž jsou obklopeni, a kteří trpí nedostatkem času či nejsou dost vzdělaní. Z toho plyne, že lidé, kteří odpověděli, často patří k „tvrdému jádru“ těch, kdo KT budou číst, ať bude vypadat jakkoli. A naopak názory těch, které je třeba neustále získávat, protože KT číst mohou a nemusí, nebudou ve výsledcích dostatečně zastoupeny.

Vzhledem k této nereprezentativitě budeme při vyhodnocení ankety klást důraz spíše na mínění jednotlivých skupin respondentů (mladší vs. starší, vzdělanější vs. méně vzdělaní a tak dále) než na celkové průměry odpovědí. Rozdíly mezi skupinami bývají totiž méně ovlivněny špatnou reprezentativitou ankety než celkové průměry.

b) Zobecnitelnost

Čtenáři byli při svých odpovědích nejvíce ovlivněni číslem KT, které právě drželi v rukou, a snad i několika předchozími čísly. Je možné, že právě v těchto číslech byla např. některá rubrika mimořádně zdařilá či nevydařená. To se promítá do hodnocení. Navíc aplikujeme výsledky ankety mnoho měsíců od jejího provedení, kdy se již mohl celý časopis a úroveň jeho jednotlivých rubrik v mnoha ohledech změnit. Na toto zpoždění a ovlivnění mimořádnými událostmi je třeba při použití ankety brát ohled.

c) Správná aplikace závěrů ankety

Sami čtenáři zpravidla jednak nepředstavují jednotnou skupinu (jednomu se líbí to, co druhý odsuzuje). A navíc ani tam, kde se v odpovědi na nějakou otázku vyhraní jasná většina, není vždy pro časopis nejlepší následovat jejího mínění (např. mnoho respondentů ankety by ukončilo uveřejňování inzerátů; je však otázka, zda by to nepřineslo ochuzení jak v doslovném finančním smyslu, tak i obrazně ve smyslu jistého kontaktu realitou vnějšího světa).

Při aplikaci závěrů ankety je tedy vždy třeba posoudit, nakolik jsou přání čtenářů realizovatelná, rozumná a prospěšná; a nakolik se dají sloučit s linií časopisu, s cílem, pro nějž časopis vychází. Tato analýza se snaží na tuto skutečnost brát v rámci možností ohled, je však především úlohou vedení a redakce časopisu, aby přijaly potřebná rozhodnutí.

2. Demografické složení respondentů

Jak již bylo řečeno, demografické složení respondentů ankety se zdaleka nemusí křýt s demografickým složením čtenářů časopisu. Z tohoto hlediska jsou uváděné hodnoty spíše orientační a musí být brány s rezervou.

a) Pohlaví

Mezi odpověďmi je poměr pohlaví zhruba vyrovnaný: 55% žen a 42% mužů (3% respondentů pohlaví neudala). Lze z toho usoudit, že KT není vyhraněně „mužský“ ani „ženský“ časopis, ale vcelku zajímá obě pohlaví přibližně stejně.

Lze předpokládat, že ve skutečnosti je podíl mužů poněkud nadsazen vzhledem ke skutečnému zastoupení mužů mezi čtenáři KT. Mezi aktivními katolíky staršího věku totiž ženy převažují mnohem více než v poměru 55 : 45. Na to je třeba brát ohled i při interpretaci závěrů ankety a věnovat zvýšenou pozornost „ženským“ hlasům.

b) Vzdělání

Vzdělání respondentů ankety je výrazně lepší než vzdělání běžné populace (a s velkou pravděpodobností také než vzdělání „typických“ čtenářů KT – viz Úvod). Zejména se nedostává respondentů se základním vzděláním a naopak velmi vysoké procento respondentů udalo vysokoškolské vzdělání.

	Počet odpovědí	Procento odpovědí
Validní ZŠ	206	9,8
vyuč.	278	13,3
SŠ	945	45,1
VŠ	659	31,4
celkem	2088	99,6
Neudáno	9	0,4
celkem	2097	100,0

Proto je třeba dávat pozor, zda názory respondentů ankety nejsou příliš „intelektuální“ ve srovnání se skutečnou cílovou skupinou.

c) Diecéze

Profil respondentů podle diecézí se příliš neliší od distribuce katolíků v diecézích.

		Počet odpovědí	Procento odpovědí
Validní	Praha	346	16,5
	Plzeň	76	3,6
	Litoměřice	96	4,6
	Hradec Králové	291	13,9
	Čes. Budějovice	133	6,3
	Opava / Ostrava	218	10,4
	Olomouc	404	19,3
	Brno	451	21,5
	celkem	2015	96,1
Neudáno		82	3,9
celkem		2097	100,0

d) Počet členů rodiny

Střední (mediánový) počet členů rodiny udaný v anketě je 2, cca 20% respondentů žije osaměle. Tento poměrně nízký počet koresponduje s tím, že respondenti byli především starší lidé, jejichž rodiny bývají malé.

Na druhou stranu asi deset procent respondentů žije ve větších rodinách s pěti a více členy.

3. Četba a získávání Katolického týdeníku

a) Počet čtenářů KT

Medián počtu čtenářů daného výtisku KT je rovněž dva.

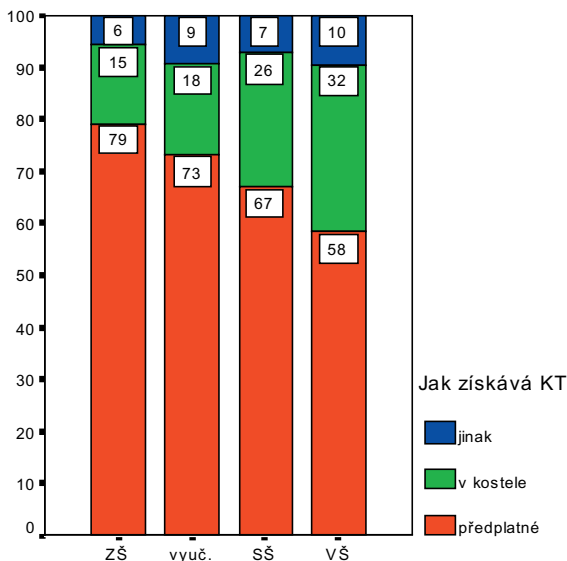
U nejstarších lidí nad 70 let je průměrný počet čtenářů nižší než u mladších respondentů (průměr 1,7 čtenáře u sedmdesátiletých oproti 2,1 čtenáře u mladších).

b) Jak získává KT?

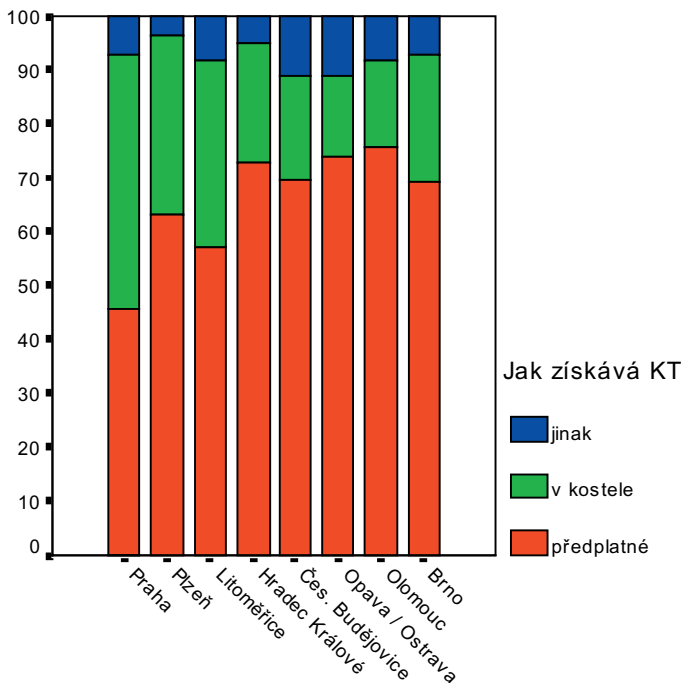
Dvě třetiny respondentů ankety patří mezi předplatitele.

Způsob získávání KT	Počet odpovědí	Procento odpovědí
předplatné	1388	66,2
v kostele	539	25,7
jinak	170	8,1
celkem	2097	100,0

Udáváný způsob získávání nezávisí významně na věku nebo pohlaví. Respondenti s vyšším vzděláním častěji získávají KT v kostele a méně často předplácejí (viz graf).



Získávání KT v kostele dále je typické pro nejzápadnější diecéze (Praha, Plzeň, Litoměřice), v ostatních diecézích respondenti udávali častěji předplatné (viz graf).



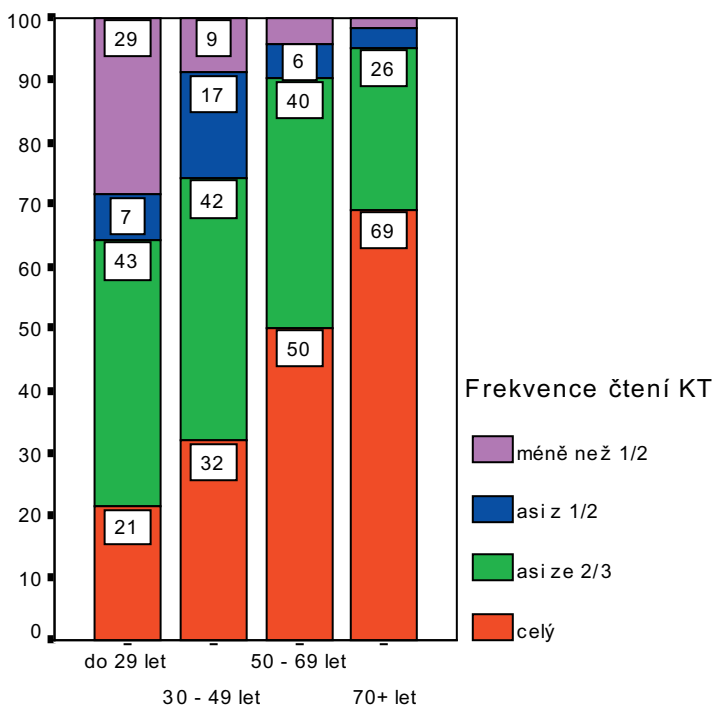
c) Intenzita četby KT

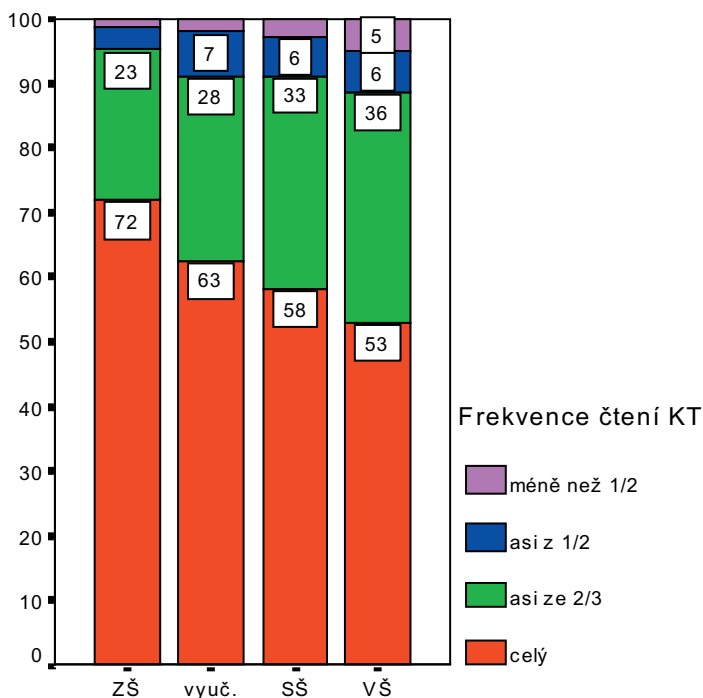
Odpovědi na otázku, jak velkou část KT respondent čte, nelze v žádném případě brát jako reprezentativní pro celou čtenářskou obec. Jak jsme zmínili na začátku, tendenci odpovídat mívají vždy spíše čtenáři zainteresovaní, kteří médium sledují se zájmem a angažovaně.

Pro úplnost přinášíme i zde rozdělení odpovědí.

KT čtu...	Počet odpovědí	Procento odpovědí
Celý	1226	58,5
asi ze 2/3	674	32,1
asi z 1/2	122	5,8
méně než 1/2	75	3,6
Celkem	2097	100,0

Čím mladší a čím vzdělanější respondenti, tím menší podíl obsahu čísla čítají, tím jsou vybíravější. To vcelku vzato odpovídá jejich vyšší vytíženosti a lepší schopnosti vybírat si ten mediální obsah, který je zajímavý.



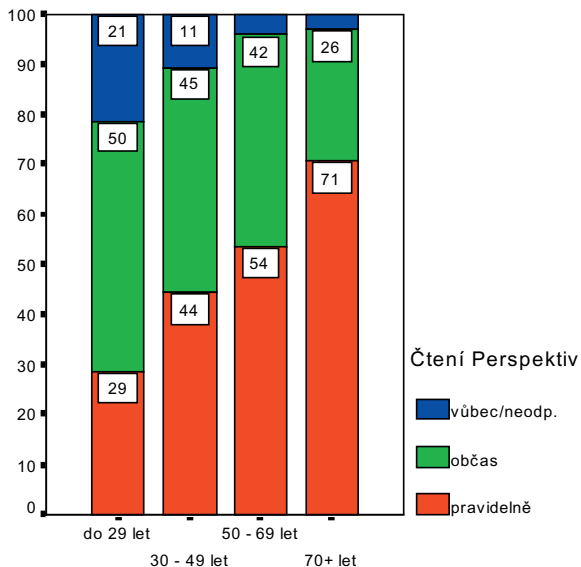
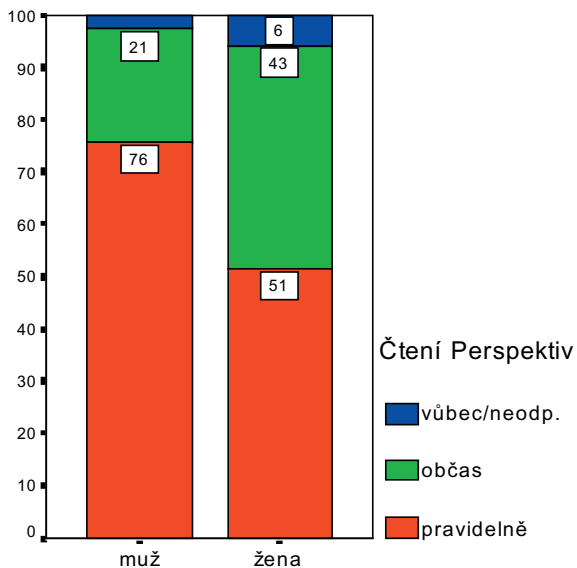


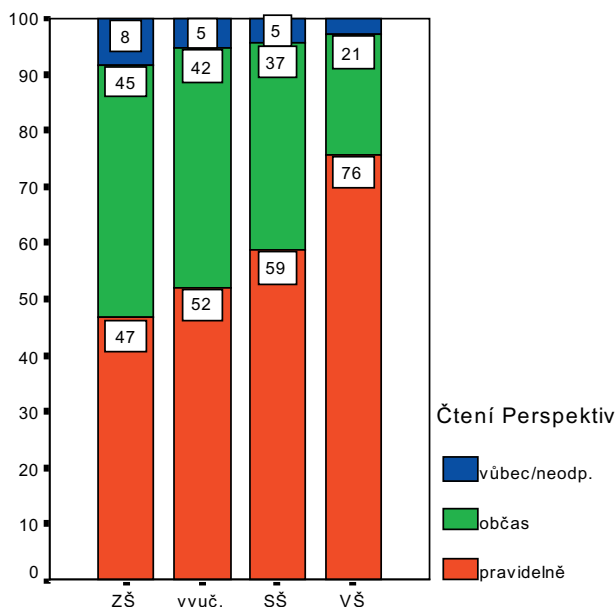
d) Intenzita četby Perspektiv

Opět k interpretaci odpovědí je třeba přistupovat s vědomím, že respondenti tvoří reprezentativní vzorek čtenářstva; zejména je mezi respondenty více lidí s vyšším vzděláním, pro které jsou Perspektivy určeny.

Perspektivy čtu...	Počet odpovědí	Procento odpovědí
pravidelně	1300	62,0
občas	700	33,4
vůbec/neodp.	97	4,6
celkem	2097	100,0

Odpovědi ukazují, že Perspektivy více přitahují muže než ženy, starší než mladší a vzdělané než lidi bez vzdělání:





Zatímco vyšší přitažlivost Perspektiv pro vzdělanější lidi se dala očekávat a je v pořádku (odpovídá intelektuálnímu ladění přílohy), je „mužnost“ a především „starobu“ této přílohy možno vnímat jako námět ke korekci – neexistují náročnější témata spojená s křesťanstvím, která by zajímala mladší lidi a ženy?

4. Hodnocení součástí Katolického týdeníku

Součástí anketního dotazníku bylo hodnocení jednotlivých rubrik a aspektů KT (celkem 34 aspektů) známkami jako ve škole (1 = nejlepší, 5 = nejhorší hodnocení). Tato škála ovšem není příliš vhodná pro podobné dotazování, protože respondenty svádí k tomu, aby „svůj“ týdeník namísto kritického hodnocení „odměňovali“ jedničkami. Následkem toho byla horší známka než 3 použita jen v minimu odpovědí, a z pětistupňové škály tak byly alespoň trochu efektivně využity jen tři stupně.

Protože tato škála není příliš vhodná ani pro prezentaci výsledků, zaměnili jsme čísla za body podle tohoto pravidla:

1 = 100 bodů, 2 = 50 bodů, 3 a hůře nebo neodpověděl = 0 bodů.

Takto transformovaná data budeme v následujícím textu prezentovat.

a) Hodnocení rubrik a vybavení Katolického týdeníku

školními známkami

Pro pohodlí při četbě převádíme průměrné hodnocení zpět na školní známky (80 a více bodů jednička, 75 a více dvojka, 65 a více trojka, 55 a více čtyřka, pod 55 pětka).

Jako základní vodítko pro interpretaci takto vytvořených známek rubrik nabízíme toto:

- Jednička – „hvězdy KT“. Udržovat úroveň, opírat se o ně, dávat jim to, co potřebují k životu.
- Dvojka – „naděje KT“. Hledat možnosti dalšího růstu, rozšíření a rozvoje, vypichovat do popředí.
- Trojka – standardní obsah KT. Přemýšlet, jak zvýšit atraktivitu, hledat možnosti změn k lepšímu.
- Čtyřka – „problémy KT“. Zvážit možnosti podstatného zlepšení nebo nahrazení jiným obsahem.
- Pětka – „brzdy KT“. Zrušit nebo zásadně změnit (přesunout do Perspektiv, pověřit řízením jiné lidi, zcela změnit koncepci...)

Vedle průměrného hodnocení přinášíme také informaci o tom, kolik procent respondentů rubriku vůbec nehodnotilo (což nám může pomoci zhodnotit, jak známá a čtená daná rubrika je) a dále doplňující údaje zejména tam, kde se hodnocení v jednotlivých demografických skupinách respondentů zásadněji odlišují.

K hodnocením obecně:

- Rubriky na prvních stranách mají typicky lepší hodnocení než ty, které jsou ukryty uvnitř listu. Zčásti to nespíše není dáno jen lepší kvalitou toho, co je na čelných místech, ale i tím, že mnozí čtenáři jsou zvyklí věnovat prvním stranám větší pozornost a považují je automaticky za významnější.
- Muži jsou kritičtější než ženy – žádný aspekt nehodnotí lépe než ženy a jejich hodnocení bývá o cca 10 bodů nižší
- Středoškoláci obvykle dávají nejlepší hodnocení, zatímco akademici jsou většinou nejkritičtější
- Lidé, kteří nečtou KT celý, jsou kritičtější než ti, kdo čtou vše. S rostoucím podílem přečteného stoupá i hodnocení.

Hodnocený aspekt	Procento těch, kteří nehodnotili	Průměr hodnocení (škála 0 – 100)	Odpovídá školní známce	Další informace
Titulní článek	3,5	84	1	Výrazně lépe hodnotí ženy
Komentář	4,2	80	1	Více se líbí starším
Anděl Páně	8,9	75	2	Více se líbí starším, méně vysokoškolákům
Editorial	5,5	78	2	Více se líbí starším, méně vysokoškolákům
Hlavní téma	5,3	78	2	
Anketa	10,1	66	3	
Odpovědný	7,8	73	3	

Bůh v mém životě	4,3	78	2	Méně se líbí vysokoškolákům a Středočechům
Duchovní slovo	6,0	77	2	Výrazně lépe hodnotí ženy, hůře vysokoškoláci
Liturgický kalendář	11,7	78	2	Líbí se i mužům
Homilie	7,3	77	2	
Liturgické čtení	9,3	82	1	Líbí se i mužům
Chvilé ticha	12,5	72	3	
Breviář	24,7	59	4	Poněkud více se líbí lidem středního věku. Relativně přijatelný i pro ty, kdo KT nečtou celý.
Zahr. reportáž	7,9	70	3	Líbí se i mužům
Zpravodajství	8,2	69	3	Líbí se i mužům
Krátce ze světa	8,4	70	3	Líbí se i mužům
Vatikán	8,3	73	3	Líbí se i mužům, více se líbí starším
Zpravodajské články	9,4	70	3	
Tři otázky pro	12,5	66	3	
Reportáže	10,4	70	3	
Co na srdci	12,5	67	3	Méně se líbí vysokoškolákům
Knižní novinky	11,1	69	3	Více se líbí vysokoškolákům. Poměrně přijatelné i pro ty, kdo KT nečtou celý.

Rozhovor	12,9	69	3	
Recenze	13,8	62	4	Více se líbí vysokoškolákům
Filmové okénko	18,2	53	5	
Televizní výhledy	14,6	61	4	
Výstavy	19,1	52	5	
Z diecézí	11,0	70	3	
Rozhlas	20,2	56	4	
Rozhovory	10,2	76	2	Více se líbí mladším
Dopisy	10,5	67	3	Méně se líbí vysokoškolákům
Fotografie	14,0	63	4	
Grafika	11,6	68	3	

b) Skupiny rubrik podle toho, jak čtenáři vnímají jejich poslání

S pomocí techniky zvané faktorová analýza lze hodnocené rubriky rozdělit do skupin, sdružujících rubriky obvykle hodnocené „podobně“ (tj. buď se danému čtenáři většina z nich líbí, anebo se mu naopak většina z nich nelíbí). Tyto skupiny tak odrážejí jednotlivé rozměry poslání, které KT naplňuje. Seznam rubrik ve skupině je seřazen podle toho, nakolik je daná rubrika pro svoji skupinu typická.

- Křesťanský život:** do této dimenze patří rubriky Titulní článek, Komentář, Hlavní téma, Editorial, Duchovní slovo (Duchovní slovo inklinuje i ke skupině 3), Bůh v mém životě, Anketa a Odpovědny. Tento rozměr je důležitější pro ženy, pro starší čtenáře, pro méně vzdělané čtenáře, pro čtenáře s předplatným a pro čtenáře, kteří čtou celé číslo a nic nevynechají.

- 2. Kultura:** rubriky Filmové okénko, Recenze, Výstavy, Knižní novinky, Televizní výhledy, Rozhovor, Rozhlas a Z diecézí. Tento rozměr je důležitější pro ženy, pro mladší čtenáře, vzdělanější čtenáře a pro čtenáře Perspektiv.
- 3. Spiritualita:** rubriky Liturgický kalendář, Liturgické čtení, Chvilé ticha, Breviář, Homilie a Anděl Páně (Anděl Páně inklinuje i ke skupině 1). Tento rozměr je důležitější pro ženy.
- 4. Zahraničí:** rubriky Krátce ze světa, Zpravodajství, Zah. reportáž a Vatikán. Tento rozměr je důležitější pro muže, pro starší čtenáře, pro čtenáře, kteří čtou celé číslo a pro čtenáře Perspektiv.
- 5. Domáci:** rubriky Tři otázky pro, Co na srdci, Reportáže a Zpravodajské články (Zpravodajské články inklinují i ke skupině 1). Tento rozměr je důležitější pro méně vzdělané čtenáře a pro čtenáře, kteří čtou celé číslo. Samozřejmě je uvedené hodnocení jednotlivých rozměrů demografickými skupinami čtenářů odrazem nejen náplně jednotlivých dimenzí, ale i toho, jak tyto dimenze KT pojímá a prezentuje. Například je celkem možné, že zahraniční zpravodajství by bylo více zajímavé naopak pro mladší čtenáře, kdyby KT méně zdůrazňoval oficiální dění a více se soustředil na kontroverze a konflikty.

c) Používání programů a inzerce

Televizní program používá přes 40% respondentů ankety. Je to spíše ženská záležitost (46% žen, 34% mužů). Zajímají se o něj především lidé s nižším vzděláním (respondenti se ZŠ ho využívají ze 60%, respondenti sVŠ jen z 31%).

Program Radia Proglas používá jen o něco málo méně respondentů než program TV – 37%, rozdíl mezi muži a ženami je zde zanedbatelný. Rovněž o tento program mají výrazně silnější zájem respondenti s nižším vzděláním.

Inzerci v KT využívá asi 11% respondentů. Využívají ji zhruba stejně všechny hlavní demografické skupiny respondentů (mladší i staří, muži i ženy, vzdělaní i bez vyššího vzdělání).

5. Vývoj Katolického týdeníku a očekávání od budoucnosti

a) Názory na zavedení nových součástí KT

Možná nová součást Katolického týdeníku	Procento respondentů, kteří by ji uvítali	Další informace
Příloha o rodině	71	Požadují především nejmladší čtenáři a lidé méně vzdělaní
Křížovky	34	Vyžadují spíše ženy, lidé středního věku a středoškoláci
Kuchařské recepty	18	Muže a vzdělanější respondenty valnou většinou nezajímá
Dětský koutek	52	Chtějí především čtenáři mladšího středního věku
Stranu pro rodiny	77	Požadují především ženy, lidé mladšího středního věku a méně vzdělaní, menší zájem v arcidiecézi Praha
Rubrika modlitby, jež nejvíce pomohly	71	Požadují především nejstarší a nejméně vzdělaní čtenáři, lidé kteří čtou KT celý

Více prostoru pro rodiny a pro modlitbu by čtenáři jistě uvítali a redakce by o těchto změnách měla uvažovat. Naopak kuchařské recepty a křížovky nepovažují stávající čtenáři většinou za zvláštní přínos. Pokud by podle jejich názoru měly být zařazovány, pak nejspíše jen jako odlehčení přílohy pro rodiny.

Jméno	Počet výskytů	Poznámka
Halík	216	Překvapivě častý požadavek – čtenářům KT zřejmě prof. Halík opravdu chybí
Eben	102	Především Marek, ale i jiní členové rodiny
Malý	55	Nejvýše umístěný biskup
Kašparů	51	
Havel	36	Nejvýše umístěný nekatolík
Vlk	34	
Svatošová	29	
Sokol	28	Tehdy kandidát na prezidenta
Kodet	27	
Grygar	26	
Klaus	22	Nejvýše umístěný aktivní politik
Posád	18	
Špidlík	18	
Kolář	16	
Příhoda	13	
Svoboda	13	Nejvýše umístěný politik KDU–ČSL – dnes by se asi výše umístil současný předseda
Graubner	11	
Herbst	11	
nuncius	11	
Opatrný	11	

Dokládál	10	
Duka	10	
Holík	10	
Mádr	10	
Matějček	10	
Lochmanová	9	
Luxová	9	
Otčenášek	9	
Pospíšil	9	
Kalousek	8	
Lízna	8	
Šimáček	8	
Lukařský	7	
Paďour	7	
Badal	6	
Kubíček	6	
Šafránková	6	
Grün	5	
Karas	5	
Krátký	5	existují dva toho jména – vyskytli se oba
Mizerová	5	
Novotný	5	
Radkovský	5	

Škarvada	5	
Štampach	5	
Cikrle	4	
Hrdlička	4	
Lobkowicz	4	
Piřha	4	
Reinsberg	4	
Rohr	4	
Simajchl	4	
Berka	3	
Bradna	3	
Dalajláma	3	
Dostál	3	ministr kultury
Doubrava	3	
Holota	3	
Huvar	3	
Karásek	3	
Konzal	3	
Kubiřová	3	
Miklořko	3	
Nedvěď	3	
Pepřík	3	
Siostrzonek	3	

Štětina	3	
Balík	2	
Beneš	2	
Biňovec	2	
Czendlik	2	
Doležal	2	
Drápal	2	
Dvořák	2	
Eliáš	2	
Esterka	2	
Fischerová	2	
Gott	2	
Höschl	2	
Hučko	2	
Kabrda	2	
Kajnek	2	
Kasal	2	
Klausová	2	
Kohák	2	
Koukl	2	
Kuneš	2	
Landa	2	
Lubichová	2	

Medek	2	
Nohavica	2	
Oliva	2	
Parkanová	2	
Pilík	2	
Pohunková	2	
Rotrekl	2	
Semín	2	
Simandl	2	
Slavík	2	
Studený	2	
Svoboda	2	
Šilberk	2	
Vella	2	
Veselý	2	
Wolf	2	
Zajíček	2	
Zedníček	2	

Rádio Lumen –program šíriaci pokoj a toleranciu

Mgr. Andrea Predajňová,*
šéfredaktorka rádia Lumen
predajnova@lumen.sk

Úvod

Rádio Lumen je jedinou kresťanskou rozhlasovou stanicou na Slovensku. Jeho predchodcom bolo rádio Mária, ktoré vzniklo 16. septembra 1992 a poslucháčom sa prvýkrát prihovorilo 7. apríla 1993. Čo je poslaním rádia Lumen? Citujem Karola Orbana, generálneho riaditeľa rádia: „Cieľom vysielania rádia je pomôcť poslucháčovi vytvoriť si vlastný názor. Obyvateľstvo Slovenska má rôznorodé záujmy.“ Kto je adresárom Rádia Lumen? Z výpovedí poslucháčov vyplýva, že jeho poslucháčmi sú hlavne veriaci ľudia, snaží sa osloviť aj ich aj neveriacich. Ponúka teda program, ktorým sa snaží o reevanjelizáciu. Programová štruktúra je veľmi kvalitná. Veriaci človek je taký, ktorý je síce tvárou obrátený k Bohu, ale nohami ostáva na zemi.

Nová programová štruktúra

Zmeny v programovej štruktúre sa udiali k 5. aprílu 2004 a pokračujú. Publicistika vzrástla. Od nového roka sa udiali tieto zmeny: doplnili sme vysielanie o dve modlitby – ranné chvály, o dvanásť Anjel Pána, za tým nasleduje

* Momentálne už Mgr. Andrea Predajňová nepracuje v rádiu Lumen

zamyslenie. Večer sme zrušili reláciu Náš hosť, nahradili sme ju umelecky hodnotnou reláciou Karmel, ktorá trvá dve hodiny.

Lupa – stredajšia relácia, predtým bola reláciou publicistickou, občianskou. Niekedy bola duplicitnou k piatkovej ÚV hovor. Od januára je Lupa reportážnou formou. Stretli sme sa s veľmi priaznivým ohlasom.

K 5. aprílu 2004 sme sa rozhodli zmeniť vysielačie časy nočných relácií – posunuli sme ich o 40 minút skôr a o 15 minút rozšírili ich vysielač čas.

Spravodajstvo v rádiu Lumen tvorí 10,5 percenta vysielačania, pred zmenami štruktúry to bolo 8,8 percenta. O 23:30 reprízujeme reláciu InfoLumen. Publicistika mala predtým podiel 8,2 percenta, teraz je to 15,5 percenta, náboženské programy stúpili z 8,5 na 15,2 percenta. Zmena je spôsobená aj programovou zmenou relácie Lupa, ktorá bola predtým vyslovene občiansko–publicistickou. Dnes ide o vyslovene náboženskú reláciu. Hudobný program má podiel 12,2, predtým to bolo 34 percent. Literárno–dramatický program tvorí 1,1 percenta. Zmenili sme vysielač čas niektorých kontaktných relácií na úkor hudobných programov. Podiel preberaných programov tvorí 3 percentá, program vo verejnom záujme 48 percent.

Stali sme sa terčom nekonštruktívnej kritiky v tom zmysle, že sa stávame pastoračným rádiom. Rada pre vysielačie a retransmisie však konštatuje jasne: „Realizované zmeny nemenia ekumenický a náboženský formát rádia Lumen. Zostáva naďalej evanjelizačným“.

Pri svojej orientácii na strednú generáciu a veriacich všetkých vekových skupín – dominantu vysielačania rádia Lumen tvoria tri nosné zložky: spravodajské, publicistické a náboženské programy. Formácia rádia Lumen je zameraná na formáciu ľudí. Aj my ľudia sme nedokonatí a potrebujeme sa kreovať po duchovnej stránke. Sme preto veľmi radi, že v rádiu pôsobí aj náš redaktor Peter Holubička, ktorý je nielen redaktorom, ale aj duchovným správcom, ktorý ponúka aj duchovný servis.

Môžem napríklad spomenúť veľmi možno aj vám dobre známe meno pani docentky Evy Žilinekovej, ktorá pôsobí ako hlasový pedagóg a veľmi často

s nami spolupracuje. Hodiny konzultácií s ňou majú pravidelne všetci redaktori, pretože sa snažíme skvalitňovať našu prácu aj po tejto stránke.

Spravodajstvo

Z hľadiska informačnej funkcie rádia, musím uviesť, prišlo k zlepšeniu. V tejto oblasti sme trochu podmieňovaní tým, že geografická poloha rádia Lumen je v Banskej Bystrici a nie v Bratislave, kde je centrum hlavného diania, a práve to je takým stimulom k tomu, že spolupracujeme aj s krajovými redaktormi. Viete veľmi dobre, že rádio Lumen má svoje štúdio už aj v Košiciach, teda odtiaľ máme redaktorov, potom máme krajových spolupracovníkov v Žiline, v Nitre, v Bratislave. Tu možno niekedy cítiť určitý deficit, ale myslím si, že ťažisko rádia Lumen je práve v tej občianskej publicistike a v náboženských programoch.

Máme televízie, alebo iné rozhlasové stanice, ktoré sa viac zameriavajú na spravodajstvo, ale napriek tomu musím oceniť snahu kolegov zo spravodajstva, že – slangovo povedané – sa dokážu odlepiť od agentúrnych správ, dokážu ísť do terénu, dokážu si veci vytelefonovať a v poslednej dobe pozorujem, že častokrát Lumen prinieslo prvé, alebo jediné informácie, ktoré sa neobjavili v ďalších médiách. Správy rádia Lumen sú vyvážené, objektívne a ponúkame nekomentované spravodajstvo a myslím si, že v dnešnej dobe je to trochu rarita.

Zábava, výchova, diskusia

Čo sa týka zábavy, rádio Lumen nemá zábavný program, ale tu by som si dovoľila dať do pozornosti literárny program Literárna kaviareň, reláciu ktorá sa vysiela každú nedeľu. Na nej participuje rozhlasový fenomén, pán Alojz Čobej, ktorý prispieva nielen svojimi rozhlasovými hrami, ale pripravuje zábavné programy, či je to Silvestera alebo pri rôznych iných príležitostiach.

Oblasť výchovno–vzdelávaciu sa snažíme naplňovať napríklad v relácii História a my, alebo aj v detských reláciách, na ktorých si dávame v poslednej dobe veľmi záležať, aby tie relácie, ktoré vedú redaktori v období adolescence, boli relácie, ktoré plnia určitý výchovno–vzdelávací charakter.

Ďalší bod – ako prispieva rádio Lumen k diskusii vnútri kresťanskej komunity – ma veľmi zaujal. Dovolila by som si povedať jednu vec. Nebojíme sa myslieť a nebojíme sa rozmýšľať. To je veľmi dôležité v dnešnej dobe pre veriaceho človeka, neprijímať veci veľmi fundamentalisticky, alebo fatalisticky, ale vedieť sa opýtať a nebať sa rozmýšľať. Zaujímame sa, samozrejme, aj o to, čo sa deje vo svete, o to, čo sa deje v spoločnosti, a to nielen v oblasti spravodajstva v oblasti občianskej publicistiky, ale snažíme sa dávať týmto otázkam priestor aj v náboženských a diskusných reláciách. Práve do týchto relácií sú častokrát pozývaní odborníci z danej profesie.

Postavenie na trhu

Rádio Lumen, tak ako všetky médiá má aj ťažkosti a problémy a častokrát sú pre nás výzvou ako zefektívniť svoju prácu, ako napredovať, alebo možno zamyslieť sa nad tým, čo človek robí, či robí dobre alebo zle. Problémy, ktoré sa uvaria v domácej kuchyni, by mali zostať doma, teda sú internou záležitosťou. Ale keď vidíme zástupcov z iných kresťanských médií, myslím si, že veľmi by pomohla rádiu Lumen aj ostatným kresťanským médiám vzájomná medializácia. Vedieť sa trochu spropagovať, dostať priestor, takže možno je to aj výzva pre nás všetkých.

Ročne na svoju prevádzku rádio Lumen vynaloží okolo 19 miliónov korún. Je to príjem zložený z príspevkov veriacich v rámci diecéz a vlastných príjmov rádia.

Posledný prieskum počúvanosti nás veľmi potešil. Urobil ho odbor mediálneho výskumu Slovenského rozhlasu v období od 23. do 29. novembra 2004 na vzorke vyše 3000 respondentov. Pred týmto prieskumom sa rádio

Lumen držalo z pomedzi 40 slovenských rádii na 9. mieste. Pred nami na siedmom mieste bývalo rádio Twist. Spomínaný prieskum nás s počúvanosťou 5% posunul na 7. miesto za nami na 8. a deviatom skončil Twist a Rádio Východ. Podľa tohto výskumu máme denne 220 tisíc poslucháčov.

Záver

A najväčší prínos rádia Lumen? Myslím, že najlepšie prácu rádia Lumen dokážu ohodnotiť poslucháči, pretože oni sú tými dennodennými kritikmi, ktorí dokážu povedať, či je niečo dobré, či je niečo zlé. Ich kritické postrehy akceptujeme. Ak sú objektívne, konštruktívne, tak sú pre nás stimulom, ale musím povedať, že aj napriek tomu veľkým stimulom pre nás všetkých je pozitívny ohlas, pretože vieme, že bez tých pozitívnych impulzov nemôžeme fungovať, a práve tie potvrdzujú, že práca, ktorú robíme, má zmysel. Na záver by som si dovoľila uviesť opäť citáciu zo stanoviska Rady pre vysielať a retransmisiiu, ktorá charakterizovala programovú službu rádia Lumen takto: „...programová služba rádia Lumen šíri pokoj, toleranciu a porozumenie medzi občanmi a tým tvorí zaujímavú alternatívu k ostatným súkromným rozhlasovým stanicami“. Dovoľm si svoj príspevok skončiť tým, že práve to je náš najväčší prínos.

Vyvážené a nekonfliktné náboženské vysielanie SRo

ThMgr. Pavel Gábris,
vedúci redaktor,
Redakcie náboženského vysielania Slovenského rozhlasu
gabris@slovakradio.sk

Úvod – Vznik náboženského vysielania

Po novembri 1989 sa v súkromnom byte v Bratislave–Petržalke začali stretávať Rudolf Lesňák, Viera Gregorová a ďalší, aby pripravili základňu pre tento nový (resp. obnovený) typ vysielania vtedy Československého rozhlasu. Aj na pôde Cirkvi bratskej v Bratislave sa začali schádzať nadšenci pre rozhlasovú prácu z radov rôznych kresťanských spoločenstiev aj z radov rozhlasových pracovníkov. Iniciátorom týchto neformálnych prípravných stretnutí bol kazateľ Cirkvi bratskej František Ciesar. Okrem neho sa na Cukrovej v Bratislave stretávali Anton Srholec (rímskokatolícky kňaz), František Mikloško (za rímskokatolícku cirkev z radov laikov), Pavel Gábris (vtedy výkonný redaktor evanjelickej a.v. cirkevnej tlače), Eugen Mikó (vtedy biskup Kresťanskej reformovanej cirkvi), Ján Šaling (kazateľ Bratskej jednoty baptistov), Pavel Procházka (kazateľ Evanjelickej cirkvi metodistickej), Ján Lacho (pastor Apoštolskej cirkvi) a ďalší. Z Československého rozhlasu postupne na pracovné predprípravné rokovania prichádzali: Rudolf Lesňák, Viera Gregorová, Ernest Weidler, Michal Berko.

Náboženské vysielanie v rozhlase bol nový element v dovtedy štátnej ustanovizni poznačenej ideológiou marxizmu–leninizmu. Mnohí pracovníci rozhlasu s výhradami hľadeli na redakciu, ktorej personál z väčšej časti

tvorili „nerozhlasáci“. Nebolo to jednoduché, pretože mnohí títo „rozhlasáci“ náboženské vysielanie považovali za prienik novej totality. Pozerali na nás ako na raritu. Všetci pracovníci redakcie sa však vypracovali a ich kvalita veľmi stúpila. Dostať veci na pravú mieru pomáhali ústredný riaditeľ Vladimír Štefko a námestníci riaditeľa Ernest Weidler a Michal Berko.

Typy relácií od začiatku vysielania

Na počiatku vysielania náboženskej redakcie boli prenosy z omší a služieb Božích. Striedali sa s náboženskými pásmami. Neskôr sa vysielanie rozšírilo o ďalšie žánre. Dobrým počinom bolo zaradenie „Encyklopédie duchovnej kultúry“, ktorá uvádzala poslucháčov do kresťanskej aj nekresťanskej terminológie. Bolo to desaťminútové pásmo, snažili sme sa do podvedomia ľudí dostať základné náboženské termíny. Hoci nám ho neskôr skrátili na dve minúty, aj za ten čas sa dalo niečo povedať. Od februára 1990 sa začalo vysieľať „Ranné zamyslenie“ (prvým autorom bol Ernest Weidler, z cirkví prispievali autori z radov kňazov aj laikov, napr. Anton Srholec, Ján Sucháň, Pavel Gabriš, Eugen Mikó, Ján Šaling, František Ciesar a ďalší). V Rannom zamyslení mali autori osloviť poslucháča na začiatku dňa a pozitívne ho motivovať. Išlo a dodnes v tomto žánri ide (v súčasnosti je názov Zamyslenie na dnešný deň) o pretlmočenie hlbokých duchovných právd civilným jazykom.

Ďalšími reláciami, ktoré postupne vznikali, bolo „Slovo pre veriacich i neveriacich“ (Rádio Devín), spravodajsko–publicistická relácia „Hudba–život–viera“, ktorá sa neskôr transformovala na reláciu Cesty. Pre mladých poslucháčov vznikla polhodinová relácia „Frekvencia mladých“. V máji 1999 sa na vysielacom okruhu Slovensko 2 (Rádio Devín) obnovil titulok „Hudba–život–viera“ v novej, komorne ladenej relácii na nedeľné ráno a pribudol spravodajský Kresťanský týždenník.

Personálne obsadenie

Na miestach vedúceho redaktora Odbornej redakcie náboženského vysielania Slovenského rozhlasu, ako znel názov redakcie zo začiatku (ORNV, v súčasnosti Redakcia náboženského vysielania – RNV), sa vystriedali: Rudolf Lesňák, Viera Gregorová, Karol Orban a Pavel Gabriš. Režisérsku taktočku odovzdala prvá režisérka ORNV Sylvia Letková Hilde Michalíkovej. V počiatoch vysielania sa problematike protestantských cirkví venovala Eva Faklová, Peter Ciesar, Dalimír Hajko, napokon Pavel Gabriš a Naďa Lúčanská.

Súčasný zloženie redakcie: ThMgr. Pavel Gabriš, vedúci redaktor (súčasne sa v reláciách venuje problematike Evanjelickej cirkvi a.v. na Slovensku a ekumenizmu), Mgr. Jarmila Homolová, PhDr. Terézia Adamcová a Ing. Anna Brillová (všetky oblasť rímsko – gréckokatolíckej cirkvi), Mgr. Nadežda Lúčanská (venuje sa tzv. menšinovým protestantským cirkvám a Pravo-slávnej cirkvi) a Táňa Bajčevová – technická redaktorka, produkčná.

Aktuálne vysielanie v súčasnosti

Relácia ¹	Vysielací čas	Počúvanosť priemerná ²
Zamyslenie na dnešný deň	pondelok až piatok o 5:50 RS ³ (repríza v ten istý deň o 6:55 na RD)	280.000
Kresťanský týždenník	nedeľa 7:30–7:50 RG	
Hudba–život–viera	nedeľa 8:05–9:00 RD	
Kresťanská nedeľa	nedeľa 9:30–10:30 RS	650.000

¹ Relácie ORNV vysielané na Rádiu Slovensko podľa programovej štruktúry platnej 22. apríla 2004 a inovovanej v septembri a novembri 2004.

² Podľa mediálneho prieskumu SRO z novembra 2004.

³ RS – Rádio Slovensko; RG – Rádio Regina Bratislava, Banská Bystrica a Košice; RD – Rádio Devín

Slovo pre veriacich i neveriacich	nedeľa 18:00–18:30 RD	
Frekvencia mladých (Frekvencia M)	štvrtok 19:00–19:30 RS	100.000
Cesty	pondelok 20:05–21:00 RS (repríza v utorok v tom istom čase na RG)	100.000 ⁴
Spravodajstvo Rádia Vatikán	štvrtok 19:30–19:40 RS	
Ekuména vo svete	streda 19:40–19:50 RS	

K jednotlivým typom relácií

Zamyslenie na dnešný deň je duchovná meditácia, esej, úvaha nad životom a jeho radosťami aj starosťami. Obsah zamyslení je ladený väčšinou civilne, aby oslovil čo najširší okruh poslucháčov. Myšlienky zamyslení vyjadrujú aktuálne témy života a sú povzbudením aj pozitívnym naladením do dňa. Autormi sú ľudia, ktorí majú cit pre pozitívne duchovné hodnoty a psychologický postreh pre riešenie rôznych situácií života. Väčšinou ide o externých spolupracovníkov, ktorých rady redakcia neustále dopĺňa o nové vhodné typy. Ohlas na tento žáner je veľmi dobrý.

Kresťanský týždenník je spravodajskou reláciou. Vysiela sa každú nedeľu o 7:30–7:50 na tzv. veľkej Regine.

Hudba–život–viera je pripravovaná so zámerom ponúknuť poslucháčom komornú reláciu na nedeľné ráno a tak sú ladené aj jej rubriky: Čítanie a výklad Biblie, Galéria osobností, Recenzia, Hudobná kapitolka, Naš rozhovor.

Kresťanská nedeľa je názov pre priamy prenos svätých omší, gréckokatolíckej liturgie, pravoslávnej liturgie, evanjelických služieb Božích a bohoslužieb iných nekatolíckych kresťanských spoločenstiev.

⁴ Po skrátení o 30 minút narástla počúvanosť na 140.000 ľudí.

Podľa pôvodného kľúča sú nedele rozdelené tak, že prvé tri v mesiaci sa vysielajú katolícke sväte omše, štvrtú nedeľu evanjelické služby Božie a ak v mesiaci vyjde aj piata nedeľa, priestor dostanú bohoslužby ostatných cirkví združené v Ekumenickej rade cirkví v Slovenskej republike.

Slovo pre veriacich i neveriacich je hudobno–slovné pásmo pre náročnejšieho poslucháča o významných osobnostiach, udalostiach, kultúrnych akciách, knihách a pod.

Frekvencia mladých je 30–minútový blok slova a hudby s koncepčne cieľenou témou. Magazínová relácia, obsahovo vystavaná široko spektrálne, zameraná na mládež orientujúcu sa v spleti informácií a rôznych aj duchovných prúdov. Informuje o projektoch kresťanských organizácií, predstavuje nové projekty, približuje aktivity zahraničných duchovných skupín. Kvantitatívne rovnocenným aspektom v relácii je výber hudby, ktorá vo väčšine prípadov úzko korešponduje s textom. Relácia má veľmi dobrý poslucháčsky ohlas z radov mladých poslucháčov. Prezентuje množstvo rozhovorov so zaujímavými spevákmi, hudobníkmi, členmi kresťanských skupín z domova aj zo zahraničia, zaraďovaná je aj súťaž o ceny.

Cesty sú spravodajsko–publicistickou reláciou. Ich obsah sa člení na: avíza, zvukové aktuality,

Recenzie. Nasleduje hlavná téma relácie. Z hľadiska žánrového je to magazín alebo kontaktná relácia. Aj pri príprave a zameraní obsahu tejto relácie používame kľúč stanovený pre vysielania Kresťanskej nedele. Reláciu SRo vysielala už od januára 1994, pôvodne v rozsahu 85 minút (relácia bola reprízovaná). Od r. 1997 sa relácia rozšírila o 30 minút spravodajského bloku. Od novembra 2004 bola skrátená na 55 minút (vytvorila sa však nová spravodajská relácia Kresťanský týždenník). V novej podobe relácia publicisticky mapuje dianie v kresťanských (aj židovských) spoločenstvách. Rovnako je dôležitým vkladom v evanjelizácii a rozvíjaní cyrilometodských tradícií na Slovensku, v intenciách Preambuly Ústavy Slovenskej republiky. Z obsahovej stránky sa zameriava na aktuálne otázky viery, filozofie, spoločenských problémov

a všetkého, čo zaujíma nielen veriacich ľudí. Zo stránky dramatickej využíva pestrosť žánrov a hudby (rozhovory, besedy, poznámky, reportáže, úvahy, recenzie, hudbu populárnu aj vážnu). Relácia si získala priazeň mnohých poslucháčov, o čom svedčí vysoká počúvanosť, bohatá korešpondencia aj telefonáty.

Spravodajstvo Rádia Vatikán a Ekuména vo svete sú relácie, ktoré SRO preberá od zahraničných tvorcov a autorov. Informácie z Vatikánu a Svetovej rady cirkví so sídlom v Ženeve veľmi vhodným spôsobom dopĺňajú spravodajské relácie SRO.

Okrem spomínaných pravidelných relácií počas sviatkov RNV vysiela mimoriadne sväté omše, evanjelické služby Božie, hudobno–slovné alebo umelecko–publicistické pásma, príhovory predstaviteľov cirkví, priame prenosy z Vatikánu *Urbi et orbi*.

1998 – najlepší rok pre náboženské vysielanie STV

Mgr. Bernadeta Tokárová,
vedúca redaktorka, Odborná redakcia náboženského vysielania,
Slovenská televízia

Úvod – História vzniku redakcie duchovného života

K 1. januáru 1993 bola vytvorená tvorivá skupina programov duchovného života a regionálnych programov. Táto skupina existovala v rámci tvorivého centra publicistiky a dokumentaristiky. Skupina týchto religióznych programov mala osem pracovných pozícií a štyri redaktorské miesta. Od roku 93 do roku 95 sa počet zvýšil na sedem. Zaujímavé je, že vedúcim tejto skupiny sa stal bývalý komunista, ktorý si na spoluprácu prizval skupinu bývalých komunistov.

Od 1. mája 1995 vznikla Redakcia duchovného života. Bolo to v čase, keď mal prísť na Slovensko Svätý Otec Ján Pavol II. a Redakcia duchovného života mala pripravovať programy a prenosy z jeho návštevy. Vedúcim redakcie sa stal Kristián Bezák. Po dvoch mesiacoch existencie prišlo k organizačnej zmene, a z redakcie duchovného života sa stala redakčná skupina duchovného života. Bola podriadená pod redaktora hlavnej redakcie vzdelávania. Vtedy bol šéfredaktorom pán Jozef Nodžák. Bolo to obdobie, keď sa do STV dosadzovali bývalí pracovníci, komunisti, medzi tými aj tí, čo spolupracovali s ŠtB. Redakčná skupina duchovného života mala okrem pána Bezáka ešte tri redaktorské pozície. Nerozhodovala ani neexistovala samostatne. O všetkom, čo sa týkalo náboženstva, rozhodovalo sa prostredníctvom redakcie vzdelávania. Po odvolaní riaditeľa Jozefa Darma

vznikla redakcie duchovného života ako samostatná redakcia. Bola zriadená k 10. decembru 1996. Šéfredaktorom sa stal Kristián Bezák. Jej zriadenie bolo najvýznamnejšou zmenou v dejinách STV.

V roku 1998 k prvému januáru mala hlavná redakcia duchovného života už o 19 pracovných pozícií viac. Bolo to spolu 35 pracovných miest. V roku 98 mala redakcia najviac pracovných miest a mala aj najväčší objem výroby a vysielania. Po voľbách koncom roka 1998 nastali v Slovenskej televízii organizačné zmeny. Redakcie boli zrušené a boli nahradené programovými strediskami. Od 2. decembra 1998 sa šéfmanažérom programového strediska duchovného života stal kňaz Juraj Drobny. Vo funkcii bol do 31. augusta 2000, teda rok a deväť mesiacov. Organizačná zmena priniesla okrem personálnych výmen aj postupné zrušenie redakčnej skupiny vzdelávania a národnej kultúry a tým redukciu pracovných pozícií, ktorých bolo o sedem menej. Presne ich zostalo 28, z toho bol jeden šéfmanažér, dvaja vedúci redaktori, jeden dramaturg a sedem redaktorov.

Táto nominácia znamenala deštrukciu programu, pretože celá produkcia redakcie išla dolu vodou a môžem to dokumentovať, mám tu tabuľky, ktoré o tom jednoznačne vypovedajú, kde sú presné znenia titulov s počtom relácií a minutážou. Po dvoch mesiacoch bezvládia od 1. novembra 2000 nastúpil do funkcie šéfmanažéra programového centra duchovného života kňaz Branislav Bukovský. K 1. 1. 2001 bolo v programovom centre duchovného života už iba 13 pracovných miest, z toho bolo 7 redaktorov. A o rok neskôr, k 1. januáru 2002 bolo už iba 8 pracovných miest, z toho 4 boli redaktorské. Potom nastalo v roku 2003 už pod ústredným riaditeľom Richardom Rybníčkom hromadné prepúšťanie zamestnancov STV a v jeho dôsledku ostali v producentskom centre duchovného života 4 pracovné miesta. K 1. októbru 2004, keď som preberala redakciu duchovného života, bolo v redakcii 5 pracovných miest. Richardovi Rybníčkovi veľa ľudí vyčíta, že pri prepúšťaní veľmi oslabil redakciu duchovného života, hoci sa sám hlási, že je veriaci. Myslím, že to tak nie je. Iné redakcie zostali na tom oveľa horšie a prepustilo

sa veľa ľudí. Navyše, to prepúšťanie bolo postupné a realizovalo sa už aj pod riaditeľom Materákom.

Súčasný generálny riaditeľ fandí našim programom a vidno to aj v tom, že zvýšil našu produkciu v roku 2005. Dal tiež najavo, že v tom mieni naďalej pokračovať. Aj Rada STV v novembri 2004 prijala uznesenie, že programy náboženskej redakcie treba kontinuálne zvyšovať a ja dúfam, že sa to podarí.

Po určitých organizačných zmenách sa tiež v Slovenskej televízii vytvorili na generálnom riaditeľstve pracovná pozícia poradca generálneho riaditeľa pre náboženské otázky a poradca pre národnostné vysielanie. Na prvú pozíciu bola prijatá pani Paula Hrmová. Bola oslovená, aby pripravila koncepciu náboženského vysielania, novú alebo inovovanú. Pripravila ju, spoločne sme na tom pracovali asi tri mesiace a boli nám prisľúbené isté obnosy finančných prostriedkov. Keď koncepciu predložila, dostali sme informáciu, že obnos, ktorý nám bol prisľúbený, nám nebude možné poskytnúť. Z tohto dôvodu sa pani Hrmová rozhodla, že odíde, keďže jej koncepciu nebolo možné naplniť.

Vypracovala som z archívov STV tabuľky, kde uvádzam skutočné výrobné relácie redakcie duchovného života od roku 1997 až po rok 2004. Z týchto tabuliek jednoznačne vyplýva, že najproduktívnejším obdobím výroby a vysielania duchovných a náboženských relácií v Slovenskej televízii boli roky 1997 až 1998. V tomto období bola vtedajšia hlavná redakcia duchovného života na vrchole svojej produkcie. Čo sa týka objemu výroby, objemu finančných prostriedkov, žánrovej pestrosti relácií, množstva zamestnancov, celkovej stability v rámci STV a najvyššej sledovanosti.

Počnúc rokom 1999 nastáva postupný pokles výroby nielen duchovných, ale aj náboženských relácií v STV. Najlepšie to vidno na počte premiér v jednotlivých rokoch, vyjadrených v hodinách. Kým v roku 1997 vyrobila hlavná redakcia duchovného života 194 hodín 20 minút premiér, v roku 1999 to bolo o takmer 50 percent menej – iba 101 hodín a 26 minút. Od roku 2000 pokračuje tento klesajúci trend výraznejšie, i keď rok 2000 bol Jubilejný rok. Vtedy sa vyrobilo 122 hodín premiér a 48 minút, ale napríklad už

v roku 2001 to bol pokles na 99 hodín a 15 minút a v roku 2004 to bolo 52 hodín a 42 minút premiér relácií. S tým, samozrejme, súvisí pokles finančných prostriedkov, postupný pokles počtu zamestnancov. Špecifická situácia nastala v roku 2003, kedy bola na celý rok zredukovaná, pozastavená výroba vlastne v celej Slovenskej televízii, čo súviselo s krízovým obdobím a výroba v roku 2004 mala byť obnovená v takom rozsahu, aký mala pred redukciou v roku 2003. Toto sa ale v roku 2004 neudialo. Od januára 2005 môžem hovoriť o nie veľmi veľkom, ale predsa len istom náraste počtu premiérových hodín, ktorých je asi o desať viac.

Poukázala by som aj na žánrovú pestrosť relácií. Čo mňa osobne mimoriadne mrzí, je to, že v roku 2004 bola pozastavená výroba dokumentárnych filmov v našej redakcii a do dnešného dňa nebola obnovená. To znamená, že aj tá žánrová ponuka sa mimoriadne zmenšila, a kým napríklad v roku 1997 sa vyrábali aj animované rozprávky pre deti s náboženskou tematikou, súviseli s menami svätých v predvianočnom období a robilo sa niekoľko dokumentárnych cyklov, tak v súčasnosti je žánrová pestrosť veľmi biedna.

Sféry dôverné, teraz neviem, kedy sme to vysielali, keď tam bol prizvaný pán z komunistického klubu. Áno k 17. novembru sme vysielali sféry dôverné, predtým sme vysielali 2 dokumentárne filmy o slovenskom piatku a na to naväzovala aj diskusia vlastne novembrová a tieto sféry dôverné mali 3% čo bola najvyššia sledovanosť spomedzi diskusných relácií.

Súčasnosť

Keď som sa stala 1. októbra 2004 vedúcou redakcie, predložila som vo svojej koncepcii svoje ciele a úlohy. Každá relácia podľa mojej mienky prináša informáciu divákovi. Ak sa informačnou úlohou relácie myslia informácie aktuálne alebo spravodajského typu, teda čo sa udialo, kde a kedy, tak potom aktuálna informovanosť v oblasti náboženského života v reláciách duchovného života nie je prakticky žiadna, pretože v redakcii absenteje spravodaj-

ská relácia. Tento informačný deficit sa snaží STV nahrádzať prinášaním správ v hlavnom spravodajstve, alebo v regionálnom vysielaní. Osobne si myslím, aj s ohľadom na skúsenosti z predchádzajúcich rokov, keď som pripravovala takýto typ relácie, že o spravodajstvo zo života Cirkvi majú diváci záujem a bolo by potrebné znovu ho oživiť. V súčasnosti sa snažia nové informácie prinášať najmä magazíny Dobrá zvesť a Televízny posol, i keď si myslím, že ťažisková úloha týchto magazínov by mala spočívať predovšetkým v tej formačnej úlohe a v prinášaní naozaj názorov, stanovísk, postojov jednotlivých cirkví k daným konkrétnym problémom. Okrem toho, výroba magazínov v internom prostredí v Slovenskej televízii je mimoriadne zdĺhavá a ťažkopádna. Napríklad nakrúcanie sa plánuje už 5 týždňov vopred a niekedy naozaj ani nevieme, či bude určité podujatie, alebo vôbec či v čase nahrávania bude vôbec nejaká akcia a preto aj strácajú informácie týchto relácií nejakú aktuálnosť. Týmito reláciami je fyzicky nemožné nahrádzať spravodajské informácie.

Podľa mojej mienky a podľa diváckej odozvy, najväčší dosah na formovanie názorov má diskusná relácia Sféry dôverné. Tej sa mimoriadne darí aj napriek nejakým kritickým hlasom zo strany cirkevných predstaviteľov. Tá relácia je skutočne veľmi dobre sledovaná a možno budete prekvapení, keď vám poviem, že je sledovanejšia ako relácia Pod lampou, ktorú robí pán Hríb, hoci ju vysielame iba raz mesačne. Aby vôbec mohli relácie plniť nejaké úlohy – či už informačnú, alebo formačnú, či vzdelávaciu – úroveň ich sledovanosti je veľmi dôležitá, jednoducho, musia byť divákmi sledované.

Všetky relácie vysielané pod našou redakciou pripravujeme sami – jediná spolupráca s externým prostredím existuje so združením LUX communication, teda s externou firmou, ktorá pre nás vyrába reláciu Poltón. Nie je možné predvídať, aká bude situácia v budúcnosti, k spolupráci s externým prostredím sa vyjadruje vedenie STV.

Sledovanosť

Sledovanosť náboženských relácií – pretože my dnes vlastne vyrábame len tie, ktoré sú religiózne – nie je vysoká, ale nie je ani najnižšia. To by som chcela zdôrazniť. Často sa proti nám argumentuje tým, že naše relácie nikto nepozera a načo ich vyrábať, keď je to neefektívne využitie prostriedkov. Nie je to tak. Je trochu prekvapivé, že najvyššiu sledovanosť z pomedzi našich relácií dosahujú živé prenosy bohoslužieb, predovšetkým rímskokatolíckych bohoslužieb z domova, a potom zahraničné priame prenosy predovšetkým z Vatikánu za účasti Svätého Otca. Aj z toho vidno, že Slováci Svätého Otca majú radi. Všetky tieto programy, aj napríklad Krížová cesta, telemost, sú najviac sledované. V decembri v roku 2004 nám vedenie televízie vyšlo v ústrety, presunuli sme bohoslužby zatiaľ len rímskokatolícke z druhého programu na Jednotku a zaujímavosťou je, že tým aj niekoľkonásobne stúpila sledovanosť. Môj zámer bol presunúť tam kompletne všetky bohoslužby, ale zatiaľ sa mi zámer nepodarilo zrealizovať.

Z ostatných náboženských programov v sledovanosti vedie relácia Sféry dôverné⁵. Sledovanosť magazínov je podľa mojej mienky výrazne nízka, hoci od októbra do decembra stúpa. Teraz sme ich premenili do iného vysielacieho času a čakáme, či sa to ujme alebo nie. Osobne si myslím, že by mohli byť aj sledovanejšie.

Čo sa týka konkrétnej sledovanosti relácií, napríklad Sviatočné slovo zaznamenalo sledovanosť 100 tisíc divákov⁶, rímsko-katolícka omša takmer 300 tisíc divákov, požehnanie pápeža Urbi et Orbi 350 tisíc divákov, evanjelické služby Božie na Prvý sviatok vianočný 2004 mali 118 000 divákov. Magazíny Dobrú zvesť a Televízny posol sleduje viac ako 50 000 divákov. Sféry dôverné v novembri 2004 zaznamenali sledovanosť okolo 160–170 000 divákov.

⁵ Údaje o sledovanosti, ak nie je v texte priamo uvedené inak, sú čerpané zo zdrojov STV a za rok 2004.

⁶ Údaje v tomto odseku prezentoval generálny riaditeľ STV Richard Rybníček 14. januára 2005 na zasadnutí Ekumenického konzultačného zboru STV.

Záver

Predovšetkým k tomu potrebujeme zvýšiť komunikáciu medzi nami, ktorí v redakcii pracujeme ako laici a medzi cirkvou, pretože to čo na seminári odznelo od pána Vaška, to isté pociťujem ja v redakcii. Chýba mi väčšia spätná väzba zo strany cirkvi aj väčšia snaha o prijatie zmien alebo vecí, ktoré sa snažia byť inovované alebo nové. Toto mi naozaj chýba, keď tlačím na to, aby sme neboli len priemernými, pretože kresťan nemôže byť priemerný, ale má sa usilovať o dokonalosť. A keď zvyšujem kritériá hodnotenia, tlačím, aby sme sa vymanili spod tej priemernosti, je to prijímané s veľkou nevôľou, čo mňa osobne veľmi mrzí. Myslím, že priestor, aký má Slovenská televízia čo sa týka rozsahu svojho náboženského vysielania, je úžasný na to, aby sme my mohli formovať ľudí, aby sme mohli evanjelizovať a zvestovať radostnú zvesť ľuďom.

LUX – preevanjelizácia hlavným poslaním

ThLic. Juraj Drobný,
spiritual manager, LUX communication
juraj@lux.sk

Úvod

LUX communication je neziskové združenie pôsobiace na území Slovenskej republiky podľa CIC 298§1, 321 a nasledovné, ako súkromné združenie veriacich a v súlade so Zákonom 83/1990 Zb. ako združenie fyzických a právnických osôb. (Stanovy LUX)

Vznik a história LUX communication

V roku 1992 pripravila Kancelária pre pomoc Cirkvi v strednej a východnej Európe pri Americkej biskupskej konferencii projekt vytvorenia televíznych štúdií v Litve, Lotyšsku na Ukrajine. Iniciatívou otca Antona Hlinku SDB bolo do tohoto projektu zahrnuté i Slovensko. Začiatkom roku 1993 vznikla idea evanjelizačného mediálneho združenia, v rámci ktorého by existovalo i televízne štúdio. Svoju inšpiráciu našlo v už existujúcom nahrávacom štúdiu Spirit Art, vybudovanom za podpory jezuitov, a vydavateľstve Poltón. Jej iniciátormi okrem kňaza Juraj Drobného a Jána Heteša boli i Ing. Maťo Lišhák a Filip Vagáč. Združenie dostalo pracovný názov: LUX communication. Tento pracovný názov nám vydržal dodnes.

Vtedajší predseda Konferencie biskupov Slovenska Mons. Ján Chryzostom Korec vyslovil svoje pripomienky a nakoniec súhlasil s pripojením Slovenska

k spomínanému projektu. Po prípravných prácach boli Stanovy LUX-u zaregistrované na ministerstve vnútra 28. júna 1993 č.s. VVS/1-900/90-8370. Na základe požiadavky KBS boli v Stanovách urobené zmeny. A na základe rozhodnutia pléna KBS zasadajúceho 13. – 14. 4. 1994, ktoré opravené Stanovy odsúhlasilo, boli schválené predsedom KBS 11. mája 1994 schvaľovacím dekrétom p.č. 463/94.

Vydavateľstvo Prefekt nám na začiatku ako provizórium ponúklo tri malé miestnosti na Vajanského nábřeží v Bratislave. Miestnosti boli nevyhovujúce, no LUX v nich pracoval až do mája 1995. Vtedy sme sa LUX presťahoval do priestorov budovy na Kapitulskej 16. Budovu dostal do prenájmu od Arcibiskupského úradu v Trnave. Rekonštrukciu a adaptáciu urobil LUX na vlastné náklady. Z týchto priestorov sme boli okolnosťami v roku 1998 nútení budovu opustiť. Dva roky sme pracovali v provizóriu a pripravovali si priestory v budove Študentského domova Ľudovíta Štúra, pod Univerzitným pastoračným centrom v Mlynskej doline, kde LUX pôsobí dodnes.

Činnosť

LUX pôsobí najmä v oblasti preevanjelizácie, ktorú považuje za svoje hlavné poslanie. Naše projekty sa uberajú dvomi základnými smermi: výroba a vydávanie kresťanskej hudby na CD nosičoch a výroba programov pre vysielanie v televízii.

Všetky ďalšie aktivity LUX-u, ako sú videoprojekcie, koncerty, festivaly, distribúcia programov na VHS a DVD, sú buď doplnením, podpornou činnosťou alebo alternatívou k spomenutým základným smerom. Cieľovou skupinou našich projektov je na prvom mieste mládež, so zámerom osloviť aj nie-evanjelizovanú mládež.

Zámerom LUX-u bolo a je: vyrábať programy pre vysielanie v televízii. Postupne LUX dosiahol, že STV vysielala pravidelne trinásťminútové programy raz za mesiac, dokonca v rokoch 2002 a 2003 sme pre Slovenskú televíziu

pripravovali mesačne osem 26 minútových programov. Pre rok 2004 s nami STV neobnovila zmluvu, ale v roku 2005 sme opäť začali vysielat' Poltón. Vyzerá trochu ináč a zdá sa, že v tejto podobe je relácia pre divákov príťažlivejšia. Je to dvakrát 26 minút mesačne.

Napĺňanie úloh v oblasti formácie

Formácia mladých ľudí je jednou z činností a vznikla ako vedľajší efekt tým, že v LUX-e sa pracuje za iných podmienok ako v súkromnom sektore alebo komerčných médiách. Prichádzajú k nám mladí ľudia napríklad na civilnej službe, alebo hneď po škole. Veľa sa u nás dá naučiť, a buď sa u nás dá zostať – pokiaľ je človek samovrah – alebo prejsť niekde, kde už uživí aj svoju rodinu. Je to doteraz okolo 70 ľudí, ktorých sme takto vyškolili, a uplatnili sa v iných médiách.

Formačný rozmer majú aj niektoré naše iné mediálne projekty. Poskytujeme priestor pre tvorbu školských prác študentov VŠMU (intenzívna spolupráca bola hlavne so študentmi prof. Martina Slivku). Live forma projektu Moja misia, ktorý pozostáva z koncertu skupiny LUX band, prednášky na tému kresťan a médiá, projekcie jedného z filmov dokumentárneho cyklu Moja misia a diskusie, s ktorým chodíme po farnostiach formujú mladých ľudí a zároveň tak robíme určitú mediálnu výchovu.

LUX a informačné činnosti

LUX vo svojich programoch neprináša informácie spravodajského charakteru, čo je pochopiteľné. Napriek tomu, v projekte Moja misia plníme aj túto úlohu. V tomto dokumentárnom cykle informujeme o práci slovenských misionárov v zahraničí. Momentálne máme hotových osem 26 minútových filmov o slovenských misionároch. Chceme cyklus uzavrieť číslom 12. To bude prvý cyklus a budeme s Božím požehnaním v ňom pokračovať.

V týchto dokumentoch je vždy veľmi silný príbeh, exotické prostredie a svedectvo viery dotyčného človeka–misionára.

V minulosti sme zase pripravili do vysielania vyše 200 dielov dokumentárneho cyklu Lumen 2000. Tiež sme robili televízne programy pre mladých, v ktorých boli aj prvky spravodajského charakteru, Študentský univerzitný magazín (ŠUM), Samson a Alfa.

LUX a zábava

Venujeme sa organizovaniu hudobných festivalov Verím Pane, New Sacrosong, Šanca pre lásku a koncertov Gospel party, ktoré hrávajú o poschodie vyššie ako sídli LUX v bratislavskom UPC. Vyrábame a vydávame hudobné CD s gospelovou hudbou, vyrábame tiež videoklipy a aj televízny program o gospelovej hudbe vysielaný v Slovenskej televízii s názvom Poltón možno brať do určitej miery ako projekt patriaci do oblasti zábavy. Hoci my do všetkých týchto projektov vkladáme preevanjelizačný rozmer.

Napĺňanie úloh v oblasti výchovno–vzdelávacej

Príspevok k mediálnej výchove a misiológii som už spomenul pri live programoch Moja misia aj pri relácii Poltón. Do tejto oblasti však prispievajú tiež tvorivé dielne a duchovné obnovy na festivale Verím Pane.

Príspevok k diskusii vo vnútri kresťanskej komunity i k diskusii so sekulárnym okolím

Hudba ako univerzálny jazyk je zrozumiteľná vo vnútri kresťanskej komunity i mimo nej. Preto je snahou LUX communication nahrávať profesionálne dobrú hudbu a šíriť ju do médií, na koncertné pódia i do predajní. Pri mnohých týchto projektoch sa stretávajú veriaci aj neveriaci ľudia spolu a vedie ich to k diskusii i zamysleniu. Navyše, profesionálne dobre spravená gospe-

lová hudba si buduje okruh svojich poslucháčov aj divákov (vďaka Poltónu) a tým šíri kresťanskú dobrú zvesť. Cyklus kvalitných dokumentov o slovenských misionároch Moja misia má tiež šancu osloviť aj ľudí zo sekulárneho prostredia a viesť ich k premýšľaniu o motivácií misionárov.

Najväčšie problémy LUX-u (inštitucionálne, ekonomické, personálne a pod.)

Nutnosť získavať finančné prostriedky na evanjelizačné a preevanjelizačné projekty komerčnou činnosťou nám berie veľmi veľa síl. Je to namáhavá činnosť a často máme pocit zúfalcov. Neisté ekonomické podmienky tiež vedú k vysokej migrácii „LUX-ákov“. Náročná je aj distribúcia, čo je podmienené veľkosťou trhu.

Najväčší prínos LUX-u

Oproti týmto problémom však stojí skutočnosť, že sa u nás veľmi veľa o hudbe a jej produkcii o televíznej práci naučili desiatky mladých ľudí a vďaka týmto skúsenostiam sa im darí v ich osobných kariérach. LUX je štúdio, ktoré sa programovo venuje preevanjelizácii v elektronických médiách prostredníctvom vydávania albumov kresťanských hudobníkov, tvorbou televíznych programov pre mladých divákov a realizáciou podporných aktivít a za desať rokov sme dosiahli aj v tejto oblasti dobré výsledky. Programy z produkcie LUX-u sa objavovali a objavujú aj na obrazovkách verejnoprávnej televízie.

Štatistické údaje o evanjelizačných a preevanjelizačných projektoch LUX communication za roky 1993–2004

Titul	Počet
natočené dokumentárne filmy	35
vlastných TV relácie odvysielané v STV	450
dabované programy pre deti	12
ostatné dabované programy	200
inscenácie muzikálov na VHS	3
záznamy podujatí	5
tituly vydaných hudobných kaziet	17
titulov vydaných CD	30
hudobných podujatí	
– festival Verím Pane	14
– festival New Sacrosong	10
– koncerty gospel party	24
Počet absolvovaných programov Moja misia	35

Radio Proglas – žijeme z príspevkov poslucháčov

Ing. Martin Holík,
riaditeľ rádia Proglas, Brno (ČR):
holik@proglas.cz

Proglas vznikol pred desiatimi rokmi ako mladšia sestra rádia Lumen. Dva roky sme mali v skrini vysielac, ktorý slúžil ako záloha, keby zlyhal vysielac nad Banskou Bystricou. Ľudí, ktorí prešli Proglasom za tých desať rokov, je asi 90. V roku 1995 sme získali licenciu.

Náš kapitál je 25.000.000 miliónov českých korún. Máme 22 tisíc členov – priateľov klubu Proglas. Ani zďaleka sa nevyrovnáme v počúvanosti Lumen, máme čo závidieť, ale náš poslucháč je pomerne aktívny a verný. Môžeme napočítať vyše dvesto spolupracovníkov, ktorí pre rádio pracujú. Z hľadiska licenčného máme pokoj do júna roku 2015. Signál nám zabezpečuje 10 FM vysieláčov. Oficiálne pokrývame 10 percent územia republiky, neoficiálne asi 40 percent. Z vyše 80 rozhlasových staníc v ČR sa Proglas umiestňuje spravidla na 35. – 45. mieste, máme 80 tisíc poslucháčov týždenne.

Radio Proglas s.r.o. je nekomerčná stanica, nepracujeme na zisk. V licenčných podmienkach máme stanovené, že nevysielať reklamu. Sme rozhlasovou stanicou rodinného typu založenou na tradičných kresťanských hodnotách. Cieľom vysielania je aj podpora demokracie v zemi. Vysielanie je určené všetkým vekovým kategóriám, všetkým ľuďom dobrej vôle bez rozdielu vyznania (na vysielaní sa zúčastňuje o.i. 10 kresťanských cirkví). je rádio pro celou rodinu, s dôrazem na kresťanské pojetí hodnot. Ponúkame prestrý a ucelený program rôznych hudobných žánrov aj slovesných programov pre všetky vekové skupiny. Proglas je podľa licencie kultúrnym, informačným, náboženským, vzdelávacím i zábavným médiom.

V licencií sme sa zaviazali aj k iným podmienkam: vysielací čas rôznych kresťanských cirkví bude sledovať ich zastúpenie v spoločnosti. Podiel hovoreného slova neklesne pod 35%. Podiel kultúrnych programov neklesne pod 9% slovesných relácií. Podiel pprogramov pre deti a mládež neklesne pod 8% slovesných programov. Podiel vážnej hudby neklesne pod 20% z hudobnej produkcie. Podiel folklórnej hudby neklesne pod 8% z hudobnej produkcie. Každý pracovný deň prinesieme správy z pokrytých regiónov. Prejav moderátorov bude kultivovaný a spisovný. Dodržíme priehľadnosť hospodárenia a majetkových pomerov vysielateľa.

Sídlim v Brne, v západnom trakte biskupského gymnázia. Okrem toho máme štúdiá v Prahe, Olomouci, Ostrabe, Hradci Králové a Litoměřiciach.

Vysielame 24 hodín denne a hovorené slovo tvorí 45 percent vysielania – zvyšných 55 percent je hudba. Máme 38 trvalých zamestnancov, asi 200 spolupracovníkov, z ktorých 40 je trvalých.

Zaujímavá je štatistika – u nás je 82 rozhlasových programov a každý rok pribudne priemerne osem. Hoci na českej mediálnej scéne sú peniaze problém, máme vyrovnaný rozpočet a darí sa nám pokrývať infláciu. Vlni nám prispelo 22.000 osôb, vyšlo nám veľa grantov (5 grantov sme dostali z Ministerstva kultúry ČR), podarili sa niektoré programy v spolupráci s českým rozhlasom, s Rádiom Vatikán, BBC, s cirkvami, rádiom Lumen. Máme 21 tisíc členov klubu priateľov, čo je 43 tisíc osôb. Prírastok je 50–150 členov za mesiac. Ďalších 6 800 prispievajúcich nečlenov sú organizácie. Táto skupina nám prispela v minulom roku 20 miliónov korún, čo v prepočte vychádza 950 Kč na člena. Výška príspevkov je dobrovoľná, fungujúce je však pravidlo 1,2 Kč denne na hlavu.

Podľa prieskumu združenia GfK – Taylor Nelson Sofres – STEM/MARK: máme v kategórii „v posledných 7 dňoch počúval“ 80 tisíc poslucháčov. Najpočúvanejšou stanicou sme pre 30 tisíc ľudí a polovica našich poslucháčov žije v obciach do 5.000 obyvateľov.

Z hľadiska zloženia programu tvoria modlitbové relácie 9%, informácie, vzdelávanie a kultúra 30%, vážna a duchovná hudba 14%, populárna hudba 39% a folklórna hudba 5%. Programy pre deti 8 percent Až 94 percent programu vyrábame vlastnými silami, okrem správ BBC, 5 hodín týždenne preberáme od TWR, 3 hodiny od Rádia Vatikán. Reprízy tvoria približne 5 percent vysielania.

Pretože žijeme z peňazí našich poslucháčov, je mimoriadne dôležitou zložkou našej činnosti a tá pohlcuje aj veľký objem z rozpočtu, kontakt s poslucháčmi aj mimo éteru. Okrem vysielania preto pripravujeme 3x ročne tlačeného Zpravodaje, 1x ročne magazín Vlnění (náklad 40.000 ks), 1x ročne pút (4.000 osôb na svetový deň modliteb za médiá), 1x ročne ples (400 ľudí). Mávame deň otvorených dverí (300 – 800 návštevníkov). Na tieto kontakty, samozrejme, využívame internet, osobné návštevy v obciach. Náš Zpravodaj roznáša 900 spolupracovníkov – Kamarátov Proglasu (KaPr). Ročne tiež vybavíme 15.000 listov.

V budúcnosti vidíme digitálnu dobu. Nevýhodou bude, že digitálny prijímač ostáva pripojený k nábytku. Na obzore sú však už čipy, hybridné obvody. To je svetlá budúcnosť – DAP – je to finančne únosné.

Telepace – od nás závisí, či bude televízia kazateľnicou alebo čertovou skrinkou

Leoš Ryška,

Riaditeľ Štúdia Telepace, riaditeľ Nadácie Telepace, Ostrava (ČR):

leos.ryska@telepace.cz

Úvod

Situácia v médiách v Česku je v mnohom podobná. Situácia v komunite veriacich je ale odlišná. Je iná na Morave, v Čechách, je iná na Slovensku. Cieľový divák je u nás máličko iný, než u vás na Slovensku.

Vznik Telepace

Minulý rok sme oslávili 10. výročie a hľadali sme stále nejakú právnu subjektivitu tejto organizácie. Boli sme najprv nadáciou, nadácia sa musela transformovať, takže sme sa neskôr stali združením Telepace. Pretože združenie Telepace môže prijímať granty, ale nemôže priamo vyrábať relácie, tak sme zriadili štúdio Telepace s.r.o., takže od roku 1997 takto fungujeme. V poslednom období, pretože sme sa rozhodli požiadať o digitálnu licenciu, tak sme k tomu účelu založili ešte jednu s.r.o., špeciálnu, ktorá nie je za účelom vytvárania zisku. V tejto s.r.o. je spolupodielnikom otec Martin Holík. Ešte čerstvú je informácia o tom, že sme založili nadačný fond, cez ktorý by sme mali financovať tento nový televízny projekt.

Prečo názov Telepace? Pred 10 rokmi som sa stretol s donom Guidom Todeschinim, s charizmatickou osobnosťou. On ma vtedy veľmi ovplyvnil

aj ako kňaza, pretože som nemal jasno, či kňaz vôbec môže točiť filmy a podobne, čo ma vždy bavilo. Stretnutie s donom Guidom bolo pre mňa zásadné, pretože mi povedal priamo, keď to takto cítiš, tak si povinný do toho ísť, pretože televízia je čertova skrinka, ale je taktiež kazateľnica a čím bude, to záleží na nás a tak sa neboj, choď do toho. Takže na popud som potom začal taktiež robiť filmovú školu a začal som sa orientovať týmto smerom.

Nie sme právnickou organizáciou, sú to naši priatelia, ktorí nás v mnohom inšpirujú, predovšetkým v tom, že žijú z darov Božej prozreteľnosti, sú „naprosto“ nekomerční. Don Guido vždy, keď prichádzam, tak ma vedie najprv k riaditeľovi. Riaditeľom Telepace, on to tak stále hovorí, je neustále vyložená najsvätejšia sviatosť oltárna, kde sa neustále adoruje. Don Guido roky žije s postojom, že ak sa takto snažíme a prosíme Boha, tak nám vždy pošle toľko prostriedkov, koľko práve potrebujeme. Dnes vysielajú cez digitálny satelit. Už majú 26 rokov rádio Pace (pokoj) a 25 rokov Telepace. Sú hlasom tých, ktorí ho v spoločnosti nemajú a chcú byť nositeľmi dobrých správ. To je myšlienka, ktorú sme aj my prevzali a ono sa to ujalo.

Telepace a česká situácia

Samozrejme, naša situácia je iná ako v Taliansku a aj tie programy, ktoré oni robia, by sme takto nemohli robiť. Mali sme sen od začiatku, už pred tými desiatimi rokmi, že chceme vysielat'. Vznikli sme preto, že sme boli naštvaní na programy v Českej televízii a hovorili sme si, že to nie je možné, aby sme sa nepokúsili vytvoriť niečo iného. Nie len nadávať, ale aspoň kúsočkami dobra vytlačiť to, čo v televízii je a nám sa nepáči. Dala sa dokopy skupina ľudí, ktorí pracovali v televízii buď externe alebo priamo interne. Potom sme zohnali partiu mladých ľudí, ktorí išli študovať na filmovú školu a začali sme realizovať pôvodnú myšlienku vyrábať programy. Pre ne sme stále hľadali a dodnes hľadáme priestor. Čiastočne sme ho našli vo verejno-právnej televízii, ktorej dodávame svoje magazíny. Podarilo sa nám niekoľ-

kokrát dostať do rozvodu káblových sietí, kde sme pravidelne dodávali svoje príspevky. Vždy to však bolo tak, že sme im to dávali zadarmo – neplatili nám ani korunu. Preto sme museli zohnať nejaký kapitál, aby sme mohli vyrábať, čo bolo veľmi obtiažne. Tak sme to skúšali, napríklad na PRIME sme to robili niečo cez polroka. Bolo to s veľkým vypätím a nedali nám financie ani len na cestu do Olomouca, kam sme to do štúdia vozili. Bol to 30-minútový magazín a potom sme sa dozvedeli, že oni na ten náš program dostávali 60000 korún od PRIMY, takže nás to prestalo baviť.

Nakoniec sme spolupracovali so spoločnosťou UPS, kde sme mali na starosti celý informačný kanál, do ktorého sme si mohli dávať, čo sme chceli. Vznikol ale konflikt záujmov, pretože oni chceli, aby sme my dávali to, čo chcú oni. Jeden z takých stretov bola práve reklama typu: „zavolajte v noci do klubu na to číslo“. To sme odmietali, že to tam dávať nebudeme a bol z toho konflikt. Druhý konflikt sa udial okolo reklamy jednej poisťovne, ktorá propagovala antikoncepčné prostriedky pre ženy. Tiež sme to odmietli nasadiť. Pochopili sme, že spolupráca už ďalej nie je možná, takže náš pracovník, ktorý programovo napĺňal ten kanál, dal výpoveď a skončili sme.

Teraz sme našli opäť priestor v televízii Intercable, teraz to je Karneval. Každý týždeň im dodávame program, ktorý sa volá „Atlas charity“. Ten program sa asi 8-krát za deň objavuje v jednotlivých blokoch. S týmto programom sa nám podarilo tiež preniknúť do siete UPS, čo je nejakých 6 miest okolo Ostravy. Celkom s tým Karnevalom a UPS je to asi 600.000 prípojk.

V súčasnej dobe taktiež dodávame pre Českú televíziu. Máme na starosti kresťanský magazín. V ČT sa to snažili zjednotiť, takže Praha–Brno–Ostrava má jednotný magazín, ktorý sa skladá z dvoch častí. Jeden sa volá Cesty viery, čo sú väčšinou dokumenty a druhá časť je kresťanský magazín, ktorý je zložený z niekoľkých malých príspevkov, tak do piatich minút. Celý magazín má celkom 35 minút, z čoho kresťanský magazín tvorí 13 minút a zvyšok je relácia Cesty viery. Od štúdia v Ostrave sme dostali šancu, že to môžeme napĺňať z Ostravy „na kľúč“. Veľmi nás to teší, veľa nám do toho

nehovoria, ale na druhej strane ani veľa neplatia. Znovu si musíme zháňať prostriedky, aby sme to boli schopní vyrobiť. Čiastka, ktorú dostávame za jeden magazín, je približne 24.000 Kč, avšak výroba je aspoň dvojnásobne drahšia.

Budúcnosť – digitalizácia

Rada pre rozhlasové a televízne vysielanie vypísala licenciu v jeseni minulého roku a digitálne vysielanie. Bolo to trochu prekvapivé, až tak veľmi nás to ale nezaskočilo, pretože s otcom Martinom Holíkom sa vlastne už 2 alebo 3 roky schádzame, premýšľame ako to urobiť. Nechceme zaspáť dobu, keď digitalizácia príde, potrebujeme využiť šance.

Maličku cestičku sme teda už mali vyšliapanú a vo chvíli, keď rada vypísala licenciu, začali sme pripravovať projekt, ktorý sme podali. Práve projekt rádia Proglas otca Martina Holíka nás inšpirovalo k tomu, že sa nemusíme báť. Proglas je tiež nekomerčné rádio a jeho poslucháči sú taktiež jedni z tých, ktorí budú našimi divákmi. Hoci to môže vyzeráť tak, že keď rádio začne robiť televíziu, ubudne mu poslucháčov, ale myslím si, že to tak nie je. Som veľmi vďačný otcovi Martinovi, že do toho televízneho projektu ide spolu so mnou.

Digitálny projekt česko(slovenskej?) budúcnosti – TV Noe

Ing. Martin Holík,
riaditeľ rádia Proglas, Brno (ČR):
holik@proglas.cz

Do Európskej únie prichádza digitálna televízia. Myslím, že máme v Česku asi ročný predstih pred vami. Je to neodvratné pre celú Európu, takže ten krok nastal logicky. Digitalizácia je niečo, čo nikto z nás nepotrebuje a nechce. Je to neodvratné preto, že viac žiadateľov znamená viac možností, a tiež musíme opustiť starý spôsob, aby sme mohli začať s novým. V tomto zmysle zmnoženie počtu programov je jasné. Nutnosť výmeny celého reťazca je na spracovanie a vysielanie programov, je vec, ktorá je na obtiaž. To sú tie problémy v sociálnej sfére, technologické a organizačné. Česko v tom tápe veľmi statočne, cez legislatívu, cez činy rady pre rozhlasové a televízne vysielanie až po veľmi nekvalitnú prácu parlamentu v tejto oblasti. Nezisková sféra zatiaľ u nás nemá tú silu, aby mohla hlavne v legislatívnej oblasti do tejto sféry zasahovať.

Dúfam, že všetko smeruje k triálnemu modelu komunikačných prostriedkov, kedy budú verejnoprávne a súkromné inštitúcie, a tie jednak komerčné a jednak nekomerčné. V niektorých európskych krajinách je toto právo bežne rozvinuté.

Hovoríme tu stále o digitálnej televízii. My nepremýšľame o tom, či by mala byť alebo nie. Sme zdržiavaní prostriedkami, ale každý, kto sa púšťa do nejakého diela vie, že Božie požehnanie jeho činnosť doplní. Naše uvažovanie prerušila rada pre televízne vysielanie, ktorá vypísala termín. Bola by hanba projekt nepripraviť a nepodať. Je to jeden z 54 podaných projektov.

Vyžaduje úplne nevyhnutne spoluprácu kresťanov aj medzi Českou a Slovenskou republikou. Myslíme si totiž, že spolu máme toľko spoločného, že slovenský živel bude určite participovať na tomto projekte. Možno to bude predznamenať vaše vlastné vysielanie, aby sa vzájomne dopĺňalo.

V našom regióne dnes poznáme prakticky len veľké televízie. S veľkou grafikou a s rozpočtom rádovo stá milióny korún, ide o takzvané vysokorozpočtové televízie. V Európe však existuje veľa malých, nízkorozpočtových, ktoré sa vŕtajú do niekoľkých miliónov korún. Je jedno, či českých alebo slovenských. Tento typ televízie má iste svoje obmedzenia. Má však aj svoje veľké výhody. Domnievame sa, že najmenej ohrozená z tých, ktoré budú v Českej republike licencované, bude pravdepodobne tá nízkorozpočtová. Nie je možné rozumne predpokladať, že by sa trh s reklamou navýšil na dvojnásobok. Do roku 2007 by malo byť v Česku 6 krát 4 programov hovoriacich po česky. Z toho teda tých starých môže byť päť alebo šesť, a ďalšie budú nové. Znamená to výzvu pre nás kresťanov, prepájať sa a robiť spolu.

6. decembra 2004 rada konanie vypísala, uzávierka bola pred Vianocami. Odstránenie nedostatkov prebehlo a licenčné konanie nás ešte len čaká. Z tých 54 projektov bude rozhodnuté kladne o 12 projektoch. Multiplex A by mal patriť českej televízii, ale ešte to nie je definitívne, pretože to rieši parlament. Tri multiplexy sa budú deliť. Každý vysielateľ musí začať vysielateľ do 360 dní od potvrdenia rozhodnutia a potom bude nasledovať ďalšia vlna licencií. V lete 2006 bude pre celú Európu a severnú Afriku, západnú Áziu dohотовená sieť – plán kmitočtov, takže potom si každý štát, aj Slovensko, odoberie 6 multiplexov. Do každého sa vojde 4 až 6 televízií, a 6 až 10 rozhlasov. To všetko sa týka digital-video broadcasting, ale keby sme hovorili o rozhlase, tak tiež môžeme brať do úvahy digital-audio broadcasting, ktorý je vhodný pre rádiá.

Pracovný názov televízie je Noe. Zamestnanci s tým mali určitý problém. Zdá sa nám však, že ten názov ide ďalej. Noe znamená pokoj, východisko. Meníme ho preto, že Telepace bolo trochu nezrozumiteľné. Bránime sa pojmu kresťanská televízia, pretože je určená nielen pre kresťanov ale aj pre ostatných. Máme veľký dar v tom, že máme podporu a budovu, ktorú sa nám podarilo zachrániť tri dni pred demoláciou.

Prieskum trhu

Na začiatku projektu sme museli zistiť, či naši ľudia majú o niečo také záujem. Bol to krátky čas, podarilo sa nám rozdať túto anketu v niektorých kostoloch. Ale aj tak nás ten výsledok milo prekvapil. Začali nám prichádzať desiatky, stovky listov, z farností, od ľudí, ktorí súhlasia s touto televíziou, modlia sa za nás a posielajú aj dary – aj finančné.

Samozrejme, že z tých 51.000 ľudí nepovedali všetci, že to bude finančná podpora, ale aj modlitba je fajn. Až 40.000 ľudí zaškrtnulo, že nás bude podporovať finančne. My sme povedali, že jednu rodinu by to stálo denne 3 koruny a rádio Proglas ďalšie 2 korunky. Chceme túto anketu použiť ako jasný argument počas vypočutia pri licenčnom konaní ako dôkaz toho, že za nami niekto stojí. Taktiež sme chceli vyprovokovať medzi veriacimi ľuďmi polemiku o tom, či nás budú chcieť.

Nebude to jednoduché, takže budeme možno znevýhodnení. Nie je totiž príjemné, aby sme presviedčali ľudí, aby si montovali parabolické antény do bytov, hoci satelitné spoločnosti sa nechali počuť, že o takýto typ programov majú záujem, a zaradili by ich do svojej ponuky aj zadarmo.

Výsledky prieskumu záujmu o digitálnu televíziu k 10. marcu 2005

Kraj	Počet podpisov
Jihočeský	1 386
Jihomoravský	13 134
Karlovarský	163
Královehradecký	1 194
Liberecký	776
Moravskoslezský	14 306
Olomoucký	5 358
Pardubický	2 077
Plzeňský	1 778
Praha	2 419
Středočeský	845
Ústecký	429
Vysočina	3 665
Zlínský	7 828
celkovo	55 358

Zdroj: http://telepace.hyperlink.cz/vysledky_podpisove_akce.htm

Spôsob financovania

Vyzerá to tak, že 6 desatín by tvorili členské príspevky divákov na dobrovoľnom základe, 3 desatiny sponzorské peniaze a posledná desatina by boli granty. Prijímač stojí 2700 korún, a keď sa digitálna televízia rozbehne, cena bude klesať.

Analýza rizík je pomerne dôležitá, mysleli sme si, že záujemcov nebude až toľko.

Je tu kopa príležitostí na využitie, samostatné tvorivé aktivity. Musíme však fungovať podľa komerčných pravidiel. Veľa ľudí aj za menej peňazí uro-

bí veľa práce. Je dokázané, že čím väčší kolektív, tým je vyššia produktivita práce, pretože existuje zdravá konkurencia.

Veľa vecí sa dá a bude dať uľahčiť aj preto, že sme neziskovou organizáciou. Poznáme organizácie, aj keď sa neprezentujú ako kresťanské, ktoré by podporili túto myšlienku, už len z toho dôvodu, že majú radi svoju zem, svoju vlasť a vedia, že by tu mohlo vyrásť niečo zmysluplné. Začali sa hlásiť podnikatelia, že ako slušní obchodníci chcú podporovať slušnú televíziu. Spolupracujeme s mladými ľuďmi, skautmi.

Programový obsah je diskutovaný s tými, ktorých sa to týka – s cieľovou skupinou. Vyvíja sa, určitú štruktúru už máme a budeme ju rade počas konania predstavovať. Domnievame sa, že aj keby si neveriaci divák povedal, že tí kresťania sú úplne nemožní, raz aj tak zavadí o ten gombík a povie si, že si pustí aj tento program. Aj keď to napríklad vôbec neprizná, ani do štatistického prieskumu to neudá.

Chystáme sa robiť aj zábavu, aj keď je to ťažká úloha. Robiť niečo tak, aby sme ľudí zaujali, je naším poslaním. Máme to rozvrhnuté na štyri hodiny denne a chceme zaujať všetkých divákov.

Pracovníkov Telepace je momentálne 19, sú rozvrhnutí na štúdio Telepace a združenie Telepace.

Škála kresťanských tlačенých médií

Skupina č. 1: Tlačené a agentúrne médiá

Moderátori: Mgr. Ivan Rončák, Mgr. Terézia Kolková

Závery z diskusií pracovných skupín

Účastníci seminára sa podľa vlastného uváženia rozdelili do piatich pracovných sekcií. V nich po diskusiách pripravili závery a odporúčania, smerujúce k cirkevným predstaviteľom, médiám aj ich pracovníkom. Hoci každá skupina pracovala a postupovala pri spracovávaní záverov odlišne, zhrnutia z týchto diskusií môžu byť cenným pohľadom na názory kresťanskej mediálnej obce. Publikujeme ich bez ďalších zásahov.

Aké sú potreby kresťanských čitateľov, ako na ne treba reagovať, akými médiami?

Idea zlučovania slovenských kresťanských tlačенých médií (snaha biskupa Františka Tondru pred štyroch rokov) sa neujala. Každé z médií sa však v posledných rokoch jasnejšie zadefinovalo a ich počet sa ustálil. Účastníci workshopu to hodnotili pozitívne: ukázalo sa, že nepotrebujeme jedno univerzálne periodikum, ale jednotlivé úlohy môže plniť viacero špecializovaných časopisov. Tie možno z hľadiska vzťahu k celospoločenským témam rozdeliť do troch skupín:

1. Sekulárne médiá, kam píšu kresťanskí autori na kresťanské témy. Ide skôr o úlohu osôb ako inštitúcií a účastníci workshopu zdôraznili, že kresťanskí

žurnalisti si ju neplnia v dostatočnej miere.

2. Rovnaké hodnoty zdieľajúce periodikum, ktoré kresťanstvo nemá v názve, ale má blízko ku kresťanským hodnotám (diskutujúci sa zhodli, že zo súčasnej ponuky na slovenskom mediálnom trhu sa tomuto kritériu najviac blíži týždenník .Týždeň). Je schopný plniť úlohou oslovovania hľadajúcich ľudí mimo cirkvi, ktorú neplnia naše súčasné kresťanské periodiká. Nálepka „kresťanský“ sa totiž ukazuje ako významná prekážka pri oslovovaní verejnosti. Ideálom by bola obdoba talianskeho Avenire, podporovaného biskupskou konferenciou bez nároku na zasahovanie do obsahu, na to však Slovensko ešte nedozrelo. Účastníci workshopu si zároveň položili otázku, či na takúto úlohu máme dosť schopných ľudí, a usúdili, že predbežne bude efektívnejšie skvalitňovať snahy, ktoré už fungujú, konkrétne v Zrne a v Katolíckych novinách.

3. Týždenník pre veriacich, ktorý bude vplyvať na spoločnosť nepriamo vplyvom na veriacich čitateľov a napomáhať zmene spoločnosti zmenou ľudí. Do tejto kategórie patria u nás Katolícke noviny a Zrno. Prvé majú byť oficiálnym hlasom Cirkvi, druhé má „ponúkať kresťanstvo v lákavej podobe“ (šéfredaktor Slavomír Kontúr), pričom oba týždenníky sa potrebujú postupne viac otvárať a viesť svojich čitateľov k dialógu.

Nenaplnené úlohy kresťanských tlačných médií

Ktorú funkciu naše médiá neplnia? Prečo? Mali by ju plniť tie existujúce? Ak nie, kto by ju mal plniť – svetské médiá, iné?

Kresťanské médiá nedávajú priestor témam z dvoch dôležitých oblastí:

1. vnútrocirkevný dialóg
2. celospoločenské otázky

Účastníci workshopu konštatovali potrebu posilniť informačnú funkciu kresťanských tlačných médií na úkor formacej: venovať sa nielen špeciálnym, ale aj univerzálnym témam a poskytovať na ne pohľad z iného uhla, dať priestor informáciám, ktoré sa inde neobjavia. Mali by udávať témy, pružnejšie reagovať na otázky, ktoré rezonujú v spoločnosti, nedať sa obráť o výhodu prvenstva sekulárnymi médiami.

To predpokladá o. i. schopnosť vysvetliť svetským novinárom problém prístupným spôsobom a poznať a ponúknuť na jednotlivé témy odborníkov. Z toho vyplynul záväzok ujať sa budovania databázy odborníkov schopných pružne a zrozumiteľne reagovať, ktorý na seba prevzalo (aj v náväznosti na závery z workshopu č. 3 o vzájomnej spolupráci kresťanských médií) združenie mladých katolíckych novinárov Network Slovakia. V súvislosti s kvalifikovaným podávaním háklivých tém účastníci workshopu opäť vzniesli otázku ľudských kapacít – teoreticky totiž možno každú tému spracovať pre každé periodikum, treba však autorov, ktorí dokážu citlivo reagovať na formát jednotlivých novín a očakávania ich čitateľov.

Konkrétne tipy pre prácu Zrna a Katolíckych novín

Vzhľadom na obmedzený časový priestor sa účastníci workshopu venovali predovšetkým predpokladom na rozšírenie dosahu Zrna a témam, spravodajstvu a uzávierke Katolíckych novín.

Zrno brzdia na ceste k čitateľom dva faktory: 1. formát a vzhľad, čo súvisí s materiálnym a finančným zázemím, 2. nízky náklad (cca 6 000 kusov) a distribučné problémy, čo tiež z veľkej časti súvisí s finančnými prostriedkami. K čitateľom sa môže najjednoduchšie dostať cez farnosti, čomu by napomohla vyššia priazeň kňazov, ktorí často akoby necítili potrebu tlačeneho média, pokračujúceho v ich pastoračii priamo za rodinným stolom, kam sa oni nedostanú. Účastníci workshopu sa preto zhodli na potrebe mediálnej výchovy kňazov, ktorí sprostredkujú pozitívny prístup ku kresťanským mé-

diám aj veriacim. Druhým predpokladom úspešnejšieho pôsobenia Zrna by mohla byť vzájomná reklama jednotlivých kresťanských médií (minimálne v trojuholníku Katolícke noviny, Lumen, Zrno), ktoré sa na seminári zhodli na vzájomnom delení úloh a na vzájomnej potrebe.

Katolícke noviny sa podľa účastníkov workshopu príliš boja niektorých tém; ich šéfredaktor Marián Gavenda sformuloval jeden zo svojich nosných záväzkov zo seminára do hesla „reagovať pružnejšie a odvážnejšie“. V rubrike domáceho spravodajstva odporučili účastníci novinám venovať menší (notickový) priestor drobným farským slávnostiam a iným udalostiam a viac sa sústrediť na celospoločenské témy popísané v bode o nenaplnených úlohách kresťanských médií. Uzávierka Katolíckych novín zahŕňa dva problémy: tlač z pondelka na utorok už s dátumom nasledujúcej nedele a potrebu redaktorov odovzdávať publicistické články s takmer dvojťždňovým predstihom (rubriky Publicistika, Mládež, Kultúra). Tlač nie je možné posunúť z ekonomických dôvodov, pretože vlastná distribúcia šetrí redakcii cca štyri koruny za každý predplatený výtlačok. Odovzdávanie príspevkov možno podľa šéfredaktora posúvať k neskorším termínom v spravodajských rubrikách, v publicistických si však vyhradzuje väčší časový priestor na overovanie a zvažovanie, zvlášť pri citlivých témach.

Skupina č. 2:

Podnety pre elektronické media (témy, forma)

Moderátor: ThLic Juraj Drobňý

Workshopu sa zúčastnili zástupcovia náboženského vysielania Slovenskej televízie, LUX communication, pedagógovia a študenti Katedry žurnalistiky Katolíckej univerzity v Ružomberku, nezávislí tvorcovia, zástupcovia Slovenského syndikátu novinárov, zástupcovia rádia Proglas a štúdiá Telepace z ČR, Ústavu pamäti národa.

Diskusia sa venovala hlavne všeobecnému pôsobeniu elektronických médií, postaveniu a úlohe verejnoprávnych médií (hlavne STV) a možnosti vybudovania vlastného kresťanského televízneho kanála systému DVB-T (účastníci sa zhodli, že o internete bude potrebné zorganizovať samostatný seminár).

Vývoj v elektronických médiách smeruje k informačným portálom, združujúcim nielen rozhlas, televíziu, služby, ale aj tlačené médiá. To je výzva pre všetkých.

Pokiaľ ide o verejnoprávne médiá, zákon o SRO, zákon o STV a zákon o rozhlasovom a televíznom vysielaní vymedzujú síce pojem „vysielanie vo verejnom záujme“, ale pomerne voľne. Ak máme pocit, že verejnoprávne médiá neplnia svoju úlohu tak, ako by mali, je potrebné tento pocit previesť do faktografickej roviny analýzou programu verejnoprávnych médií a porovnaním analýzy s požiadavkami platnej legislatívy.

V snahe o podporu zachovania verejnoprávnosti verejnoprávných médií je potrebná podpora rozvoja občianskej spoločnosti, hľadanie ciest ako povzbudzovať verejnosť, aby nezostala ľahostajná voči devastácii médií, na prvom mieste verejnoprávných.

Náboženské vysielanie má mať svoj priestor vo vysielaní verejnoprávných médií. Keďže však naša spoločnosť vyrastá z kresťanských koreňov, za dôležité považujeme, aby aj ne-náboženské vysielanie bolo postavené na kresťanských hodnotách a to nielen vo verejnoprávných ale i v komerčných médiách (príkladmi vysielania, ktoré nie je postavené na kresťanských hodnotách môžu byť mediálne nefunkčné zobrazovanie násilia, erotiky, deviantné správanie predkladané ako norma, odmeňovania zla).

Chýba relevantná koncepcia vysielania pre deti a mládež, reflektujúca súčasnú dobu a potreby detí a mládeže. Niet stratégie pre oslovenie mladého diváka, je potrebné ju vypracovať. Najcitlivejší vek v rozvoji mladého človeka, ktorý prináša najviac nebezpečenstiev – od 15 do 18 rokov – je úplne zanedbaný.

Redaktori a mediálni pracovníci nie sú pripravení na témy, ktoré prináša súčasná doba, neovládajú jazyk mladej generácie, preto je potrebné ich ďalšie vzdelávanie.

V spoločnosti chýba výchova k mediálnej gramotnosti – mediálna výchova! Treba čím skôr dokončiť jej metodiku a zaviesť ju do vyučovacieho procesu.

Pôvodná tvorba, vychádzajúca z našich kultúrnych tradícií a ďalej ich rozvíjajúca takmer úplne absentuje. Ide o rozvíjanie kultúry, identifikáciu s vlastnou kultúrou, s jej hodnotami. Je treba hľadať spôsoby podpory pôvodnej tvorby. Tvorivé prostredie tu je!

Jednou z ciest je využitie potenciálu lokálnych televízií.

Digitalizácia televízneho vysielania prinesie radikálnu zmenu. Šesť multiplexov by od roku 2006 malo priniesť 24 terestriálne vysielajúcich digitálnych televízií. Popri 4 kanáloch, ktoré by mali zostať verejnoprávnej televízii,

je tu priestor pre ďalších 20 kanálov. Reklamný koláč sa však nezväčší – čo pravdepodobne znamená, že na trhu nebude ani jedna silná televízia.

Je treba uvažovať o kresťanskom nízkorozpočtovom terestriálnom digitálnom TV kanáli ponúkajúcom rodinné vysielanie a pripravovať sa naň (ako to už urobili v Českej republike Proglas a Telepace). Treba sa pýtať, či ho vôbec chceme, ako by mal vyzeráť, ako by mal byť financovaný a pod.?

Dnešná diskusia o pár rokov už nebude relevantná, pretože digitalizácia prinesie množstvo vysielateľov a tí budú potrebovať obsah. Musíme budovať tvorivú skupinu, aby o niekoľko rokov boli pripravení ľudia aj témy!

Skupina č. 3:

Vzájomná spolupráca kresťanských časopisov

Moderátori: Mgr. Peter Pašut, Mgr. Michal Dyttert

Globalizácia je v súčasnosti celosvetovým trendom. Väčšina sveta sa spája, na Slovensku sa však často sily delia, plytvajú a trieštia. Rovnako je to aj v oblasti kresťanských časopisov, kde sa žiada nájsť aspoň nejaká forma racionalizácie a vzájomnej spolupráce. Je dobré, že existujú viaceré tlačné médiá, ktoré svojím unikátnym spôsobom predstavujú život v jednotlivých komunitách či spoločenstvách. Na poli časopisov s dosahom na širšie územie však spolupráca chýba.

Väčšinou je to dané faktom, že médium založila jedna osoba, ktorá je naň aj teraz citovo naviazaná a stráži si ho ako vlastné dieťa. Výnimkou sú azda len Katolícke noviny. Aj preto vydavatelia neprejavujú veľký záujem o nadväzovanie spolupráce.

Slovensko sa v oblasti tlačných médií so zahraničím nedá porovnávať, najmä čo sa týka vyspelosti čitateľskej verejnosti a objemu financií. V poslednom čase sa však objavujú myšlienky o vzniku jedného celoslovenského časopisu, ktorý by nahradil viaceré existujúce, respektíve by nasýtil záujem o spoločenský kresťanský týždenník. Malo by ísť o magazín, ktorý kresťanstvo nepropaguje názvom, ale myšlienkami. Je však otázne, či by si tento časopis na Slovensku našiel čitateľov. Existuje tu síce silná skupina ľudí, ktorá by takýto spoločenský časopis privítala, problémom však je, či je dostatočne silná a početná. Ďalším dôležitým aspektom je otázka financií na jeho existenciu, pretože na samotný rozbeh by bolo treba niekoľko desiatok miliónov korún – keďže časopis by mal byť aj komerčne úspešný. Aj preto je jeho vznik nepredstaviteľný bez podpory silných podnikateľov.

Problémom je aj fakt, že rôzne spoločenstvá veľmi ťažko dokážu „pustiť“ svoj časopis s vlastnou spiritualitou a uvoľniť priestor pre iné médium a jeho propagáciu. Úplné ukončenie vydávania niektorých v súčasnosti vychádzajúcich časopisov by nebolo ani dobré. Aj tieto tlačoviny majú na Slovensku svoj priestor a svojich čitateľov a plnia nezastupiteľnú úlohu.

Alternatívou možnej spolupráce, ktorá sa v súčasnosti javí ako ideálna, je vytvorenie zastrešujúceho spoločného mediálneho domu, do ktorého by patrili všetky spomínané časopisy. Vydavatelia by sa nezmenili, no v rámci mediálneho domu by úzko spolupracovali. V profánnych médiách už niečo podobné existuje aj na Slovensku – niektoré médiá sa zlúčili pod jednu strechu. Príkladov je viacero – spolupráca televízie Markíza, rádia Okey a denníka Národná obroda (už zanikol) v spolupráci s agentúrou Forza, regionálne týždenníky a denník SME vo vydavateľstve Petit Press, či mediálna skupina Ringier, ktorá na Slovensku vydáva viaceré tlačoviny (Nový čas, Eurotelevízia, Rodina, Život).

Podobná schéma by sa dala vytvoriť v rámci spolupráce Katolíckych novín, Rádia Lumen a ďalších tlačovín (Zrno, Aha!, Nahlas). Samozrejme, v rámci katolíckej cirkvi by tento princíp fungoval na inom základe. Priestor účastníci vidia v spolupráci v oblasti marketingu, distribúcie a inzercie.

V navrhovanom vydavateľskom dome by mohli mať všetky tlačoviny spoločné inzertné oddelenie, čo by zvýšilo ich príjmy. Bol by to prvý krok k ich spolupráci, ktorý by znamenal nižšie náklady a šetrenie financií aj zvýšenie výnosov z inzercie zväčšením počtu čitateľov. Navyše, ziskovejšie časopisy by mohli dotovať tie menej ziskové, keďže časť financií z inzercie by sa stala súčasťou spoločného fondu.

Ďalším aspektom by mohla byť spoločná distribúcia, keďže časopisy sa väčšinou posielajú na rovnaké adresy (farnosti, pastoračné centrá). Opäť by to znamenalo zníženie nákladov. Zo začiatku by teda išlo o spoločnú reklamu a marketing, ktorý väčšina kresťanských časopisov nemá podchytený. Spoločným marketingovým postupom by sa mohli tieto tlačoviny dostať na širší trh.

Ak by sa tento model osvedčil, spolupráca by mohla presiahnuť aj do ďalších oblastí. Časopisy by mohli kontinuálne pokračovať vo svojom vydávaní, na ich báze by však, napríklad, vznikol ešte jeden magazín, ktorý by prevzal spoločné témy. Išlo by o ťažiskový časopis vydavateľského domu, ktorý by pomáhal živiť aj ostatné tlačné médiá, a tie by si aj naďalej zachovali svoju tvár. Ďalšou formou nadstavby by mohlo byť spoločné financovanie tlačových a fotografických agentúr, čím by sa aktuálne informácie dostávali do redakcií okamžite, čím by sa trochu uľahčila aj práca redaktorov.

V súčasnosti je otázkou, či by takáto spolupráca mohla efektívne fungovať. Aj preto je dôležité najskôr osloviť vydavateľov či šéfredaktorov a preskúmať ich záujem. Úlohu osloviť a prípadne koordinovať postupy pri vytváraní mediálneho domu na seba zbral Network Slovakia – združenie mladých katolíkov pôsobiacich v médiách. Členovia tohto združenia v najbližšom čase oslovia zodpovedných ľudí s otázkou, ako si vzájomnú spoluprácu, a tým aj zlepšenie kvality ich médiá, predstavujú. Network Slovakia chce tiež vytvoriť databázu ľudí, ktorí pracujú v médiách či marketingu a majú do vzájomnej spolupráce kresťanských tlačovín čo povedať. Vytvorila by sa tak skupina ľudí, ktorá by mohla vypracovať marketingový a mediálny plán, ktorý zatiaľ chýba. Ide o ľudí, ktorí majú vo svojich sférach istý vplyv. Je potrebné, aby sa o témach vzájomnej spolupráce médií hovorilo aj na významných fórach, aby sa do tejto diskusie zapojili aj biskupi a kňazi. A práve túto komunikáciu je potrebné zabezpečiť.

Okrem spolupráce v rámci katolíckych médií by mala existovať aj vzájomná komunikácia s ďalšími kresťanskými spoločenstvami. Tá môže obohatiť všetky zúčastnené strany. Network Slovakia je pripravený poskytnúť svoj know-how na vytvorenie podobného združenia medzi ľuďmi iných denominácií. Tieto združenia by mohli mať viacero spoločných bodov spolupráce, prípadne by mohli vytvoriť jedno veľké kresťanské spoločenstvo mladých kresťanov pôsobiacich v médiách.

Skupina č. 4: Médiá a klérus, činnosť mediálnej rady KBS, príprava listu pre Radu adresovaného arcibiskupovi Sokolovi

Moderátori: ThLic. Vladimír Slovák,
Doc. ThDr. Juraj Spuchlák, PhD.

Účastníci v skupine diskutovali o viacerých témach, ktoré v sebe zahŕňali vzťahy laikov a predstaviteľov cirkvi.

Na Slovensku sa často objavuje kritika, že médiá blízke cirkvi alebo priamo cirkevné sú „preklerikalizované“. Zhoda vznikla v tom, že Cirkev očakáva viac aktivity a samostatnosti veriacich laikov a tiež kňazov voči hierarchii pri diskusii a tvorbe organizačných schém aj finančných záležitostiach kresťanských médií na Slovensku. Je dobré, že existujú kňazi, ktorí sa angažujú v médiách a všetci kňazi by mali mať určitú mediálnu výchovu už pri štúdiu na fakultách a v seminároch.

Účastníci dôraznili potrebu udržania praxe kánonického schvaľovania jednotlivých druhov kresťanských a katolíckych médií alebo ich produktov. Rovnako ocenili zverenie ich obsahu do starostlivosti Cirkvi z pohľadu čistoty viery a mravov.

Činnosť mediálnej rady KBS nebola priamou agendou seminára, preto sa účastníci workshopu uzniesli, že nebudú hodnotiť jej prácu. Zhodli sa však na tom, že neboli stanovené kritériá pre kompetentnosť členov rady a tým pádom by akékoľvek hodnotenie nieslo známky subjektivismu. Z podobných dôvodov grémium tohto workshopu upustilo od písania listu predsedovi Rady pre spoločenské komunikačné prostriedky pri Konferencii biskupov

Slovenska. Je však potrebné, aby rada hľadala kontakty a užšie spolupracovala s akademickým prostredím (Katedra žurnalistiky na Filozofickej fakulte Katolíckej univerzity aj s inými katedrami na iných školách).

Účastníci skonštatovali, že by bolo potrebné vytvoriť informačnú banku pre silnejší synergický informačný efekt rôznych kresťanských médií na Slovensku. Ambíciou tejto databázy má byť účinná stimulácia verejnej mienky a iných (sekulárnych) médií pre ožiovovanie osožných celospoločenských tém na základe ich vzájomnej dohody. Čerpať by z nej mohli všetky médiá od celoslovenskej až po farskú úroveň, táto spoločná databáza by zvýšila kvalitu kresťanských médií a zároveň by multiplikovala efekt kvalitných materiálov.

Skupina č. 5:

Príprava mediálnych pravidiel kresťana

Moderátori: Mgr. Tomáš Hupka,
Ing. Pavol Kossey

Účastníci skupiny si uvedomili, že kritika médií je častá a intenzívna, ale že negatívny efekt médií mnohokrát zvyšuje ich zbytočné sledovanie, kupovanie. Preto sa rozhodli pripraviť určitú sumu pravidiel pre kresťanov, ako pristupovať k médiám.

Mediálne pravidlá kresťana

1. Never slepo médiám! – Môžeme si klást otázky: Kto stojí za takým médiom? Overiť si informáciu z iných zdrojov. V čase mediálnej záplavy je to veľmi náročné, ale potrebné.
2. Čo prináša táto informácia môjmu životu alebo tento program konkrétnejšie pre môj život osobný, duchovný, rodinný?
3. Nezabiješ svoj čas médiami! Neberie mi to príliš veľa času? Nezanedbávam povinnosti, vzťahy, rodinu, duchovný život atď.?
4. Nie je daný program v rozpore s Desatorom? Pomocným prostriedkom by mohlo byť, keby sa vytvorilo nejaká aktualizovanie na nejakom webe, napr. TK KBS alebo niečo vhodnejšie.
5. Nemožno hodnotiť povrchné, ale hodnotiť je potrebné obsah, hlavnú ideu, hlavičku produktu.
6. Keď nemáš čo robiť, nezapínaj televíziu! Pri sledovaní médií má ísť o nejaký cieľ a zmysel. To znamená, že treba neustále aplikovať kritériá,

či mi ide o tieto hodnoty, či ma program povznáša, či mi čítaný materiál vnútorne prináša pokoj, či ma motivuje správne. Vedome je potrebné vyberať programy, učiť sa vyberať filmy, prípadne nielen v médiách elektronických, ale aj knihu a medzi nich patrí aj Kniha kníh – BIBLIA.

7. V žurnalistickej brandži sa častokrát zahmlieva zmysel slov, slová sa kradnú a dáva sa im úplne nový význam, zmysel. Následne to vedie k tomu, že kresťania niektoré slová nepoužívajú (napr. alternatívny, progresívny, liberálny). Sú to však normálne slová, nesmieme sa ich vzdať, ale musíme bojovať ich správnu náplň.
8. Hovoriť o počutom a videnom v rodine! Je to veľmi dôležité z pohľadu slovnej komunikácie, ktorá je vrodená veľmi málo a treba sa jej učiť atď.
9. Reagovať pozitívne aj negatívne na relácie! Redakcie musia dostávať nejaké faktické reakcie – listy, pohľadnice, telefonáty, emaily atď. Je to veľmi dôležité. Oveľa viac to platí o kontaktných reláciách. Tlak sa vždy nejakým spôsobom prejaví – každá reakcia je určitý tlak.
10. Dávať médiám aj kreatívne podnety, nápady! Je to pozitívna forma tlaku a núti pracovníkov médií rešpektovať želania odberateľov.
11. Najdôležitejší gombík na televízii je vypínač!

Obsah

Zlepšenie je založené na diskusii	3
Slovo organizátorov <i>Ing. Ernest Géze</i>	5
Chceme oživiť heslo: Katolícke noviny do každej rodiny <i>ThLic. Marián Gavenda</i>	9
Jak se žije v Česku katolickým médiím <i>Mgr. Antonín Randa</i>	23
ZRNO <i>Michal Vaško</i>	35
TK KBS – prepájanie aktivity Cirkvi a médií <i>ThLic. Jozef Kováčik</i>	43
Výsledky ankety Katolíckych novín „Naša anketa – Vaše noviny“ <i>Mgr. Michal Dyttert</i>	55
Analýza čtenářské ankety Katolického týdeníku 2004 <i>Jan Spousta</i>	65
Rádio Lumen –program šíriaci pokoj a toleranciu <i>Mgr. Andrea Predajňová</i>	87
Vyvážené a nekonfliktné náboženské vysielanie SRo <i>ThMgr. Pavel Gábriš</i>	93
1998 – najlepší rok pre náboženské vysielanie STV <i>Mgr. Bernadeta Tokárová</i>	99
LUX – preevanjelizácia hlavným poslaním <i>ThLic. Juraj Drobný</i>	107
Radio Proglas – žijeme z príspevkov poslucháčov <i>Ing. Martin Holík</i>	113

Telepace – od nás závisí, či bude televízia kazateľnicou alebo čertovou skrinkou	117
<i>Leoš Ryška</i>	
Digitálny projekt česko(slovenskej?) budúcnosti – TV Noe	121
<i>Ing. Martin Holík</i>	
Škála kresťanských tlačенých médií	
Skupina č. 1: Tlačené a agentúrne médiá	127
<i>Moderátori: Mgr. Ivan Rončák, Mgr. Terézia Kolková</i>	
Skupina č. 2: Podnety pre elektronické media (témy, forma)	131
<i>Moderátor: ThLic Juraj Drobný</i>	
Skupina č. 3: Vzájomná spolupráca kresťanských časopisov	135
<i>Moderátori: Mgr. Peter Pašut, Mgr. Michal Dyttert</i>	
Skupina č. 4: Média a klérus, činnosť mediálnej rady KBS, príprava listu pre Radu adresovaného arcibiskupovi Sokolovi	139
<i>Moderátori: ThLic. Vladimír Slovák, Doc. ThDr. Juraj Spuchľák, PhD.</i>	
Skupina č. 5: Príprava mediálnych pravidiel kresťana	141
<i>Moderátori: Mgr. Tomáš Hupka, Ing. Pavol Kossey</i>	