

Jak/co jim říci, aby naslouchali? Aneb nastolování témat ve veřejném prostoru českou katolickou církví*

Jan Váně

Katolická církev si připomíná výročí 50 let od zveřejnění konstituce *Lumen gentium* (LG). Tento dokument přinesl řadu klíčových impulsů, které se stávají předmětem interpretací. Mezi dva nejdůležitější podněty LG, ke kterým obracím svou pozornost, jsou (a) posílení významu laiků¹ při správě církve a otevření se církve světu, zejména pak (b) v českém kontextu otevření se většinové společnosti v 90. letech. Církev² tak před 50 lety ve svém klíčovém dokumentu deklarovala, že laici mají hrát významnou roli v šíření evaneglia a dalších témat,³ na které církev v dnešním světě klade důraz. Oněmi dalšími tématy jsou zejména témata spojená se sociálními problémy, jež sužují pozdněmoderní společnosti.

* Tato studie vznikla v rámci projektu „Kontinuita a diskontinuita v náboženské paměti v České republice“ (GAČR, č. 14-01948S).

¹ „Všem laikům tedy přísluší čestná povinnost přičiňovat se, aby božský plán spásy stále více pronikal ke všem lidem všech dob a všude na zemi. Budiž jim tedy v každém směru umožněno také mít aktivní účast na spasitelném díle církve podle vlastních sil a podle potřeby doby.“ LG, kap. 4, čl. 33 s. 70.

² Nadále v textu používám označení církev pro českou Římskokatolickou církev. Jsem si plně vědom, že termín „církev“ je spojován s určitým typem diskursivní formace, která má vlastní historii a jež byla utvářena pomocí historicky determinovaných pravidel, a že existují odlišná vymezení. Rovněž si uvědomuji, že existuje rozdíl mezi oficiální, intelektuální a profesionalizovanou doktrínou prezentovanou církví a vlastní aplikací ze strany náboženských (v daném případě katolických) mas. Proto, pokud hovořím o církvi a jí nastolovaných problémech, vycházím z oficiálních dokumentů a rozhovorů, které jsem realizoval s církevními hodnostáři. K definování církve srov. Ernst TROELTSCH, *The Social Teaching of the Christian Churches*, New York: Macmillan, 1931; Rodney STARK – William S. BAINBRIDGE, *The Future of Religion*, London: University of California Press, 1985, s. 117–133; Max WEBER, *Metodologie, sociologie a politika*, Praha: OIKOYMENH, 1998, s. 292–296.

³ Od laiků se naopak očekává, že budou aktivně vystupovat v těch oblastech, v kterých se představitelé církevní hierarchie nedostatečně prosazují (šoubyznys, sport atd.). Srov. také *Dokumenty II. vatikánského koncilu*, Kostelní Vydří: Karmelitánské nakladatelství, 2002, s. 52–53.

Katolická církev sice v českém prostředí představuje největší náboženskou minoritu, ale to neznamená, že by se vzdávala svého záměru, jímž je aktivní vystupování na obranu marginalizovaných. V předkládané studii vycházím ze sociologických pozic a obracím svou pozornost k následujícím problémům. Hledám odpověď na otázku, jak církev identifikuje sociální problémy, o nichž se domnívá, že by k nim měla být obrácena pozornost většinové společnosti. Zároveň si ve studii kladu otázku, zda má církev nějaké účinné strategie pro nastolování témat ve veřejném prostoru, v médiích či v politice. Ještě jinak řečeno, hledám odpověď na otázku, zda církev má konceptualizovaná adekvátní témata, která by většinovou společnost mohla zajímat, a zda pro jejich nastolení ve veřejném prostoru vytváří či má úspěšné strategie. A zajímá mne, jakou roli v celém procesu hrají laici. Cílem je tak ověřit, zda 50 let po předložení dekretu LG se pozice českých laiků v záměrech církevní hierarchie nějak proměnila či jaké je jim přisuzováno místo v „potýkání se“ církeve s většinovou společností při prosazování jí preferovaných témat.

Celá problematika je rámována teoretickým konceptem označovaným jako *agenda-setting* a opírá se o etnografický výzkum, během něhož byly prováděny rozhovory s vybranými představiteli církevní hierarchie a dalšími relevantními aktéry pro zvolenou problematiku. V následující části proto nejdříve nastíním základní body teorie *agenda-setting*, dále se budu v krátkosti věnovat postavení církve v českém kontextu, představím samotný výzkum a následně obrátím pozornost k zjištěním, která z výzkumu plynou.

1. CO JE AGENDA-SETTING⁴

Teorie *agenda-setting* popisuje procesy, skrze něž společnost definuje své priority při ustavování konsensu ohledně toho, jaký problém má být

⁴ Problematiku aplikace *agenda-setting* v katolickém prostředí jsem zkoumal se svým kolegou Františkem Kalvasem. Opírám se částečně o naše společné publikace; srov. František KALVAS – Jan VÁNĚ, „Nastolování politické agendy: strategie Římskokatolické církve v ČR,“ *Akta Fakulty filozofické Západočeské univerzity v Plzni* 3, č. 1 (2011): 137–151; Jan VÁNĚ – František KALVAS, „Nástin strategií uplatňovaných katolickou církví v ČR při nastolování veřejné agendy,“ in *Kvalitativní přístup a metody ve vědách o člověku IX: Individualita a jedinečnost v kvalitativním výzkumu*, ed. Kateřina Zábrowská a Ivo Čermák, Brno: Psychologický ústav AV ČR, 2010, s. 222–231; Jan VÁNĚ – František KALVAS, „The Czech Catholic Church and Problem Legitimation: From Inspiration to

řešen jako první. Církev sama sebe nahlíží jako důležitého aktéra při proměně světa, a to nejen s ohledem na své primární poslání, jímž je hlásání evangelia. Je-li posláním církve měnit svět, musí být schopna se prosadit vedle dalších systémů/aktérů (politická strana, regionální deník, neziskové organizace atd.). Z pohledu teorie *agenda-setting* platí, že „každý sociální systém musí mít svou agendu“.⁵ Sociální systém – v tomto případě církev –, který chce být zachován, musí usilovat o prosazení svých nejdůležitějších problémů do veřejné agendy. Pojmeme agenda označuje právě soubor nejdůležitějších problémů. Agenda je pro každý systém velmi důležitá, „aby se mohl rozhodnout, kde je třeba začít věci napravit“.⁶ Nastolování agendy je tedy procesem, kdy se formulují problémy, které je třeba řešit v první řadě.

Systém (církev) uspořádává své problémy vždy podle důležitosti a nastoluje je třemi možnými způsoby (agendami) – jedná se o mediální, veřejnou a politickou agendu.⁷ Důležité je, že každou agendu v jejím počátku formuje zájmová skupina, která k jí preferovanému problému zaujímá jednoznačné stanovisko, stejně tak jako k možným způsobům jeho řešení. Jednotlivé skupiny po určitou dobu usilují o prosazení svého pohledu na problém. Je to právě *intenzita* vynaloženého úsilí a délka jeho trvání, která podmiňuje, zda se definovaný problém stane *veřejným* problémem a bude součástí agendy, nebo nikoli.

Nositelé veřejné, mediální a politické agendy nejsou homogenní entity a upoutat jejich pozornost není vůbec lehké. Všechny tři skupiny totiž usilují o zachování statu quo. Pokud by přiznaly veřejnému problému význam ve smyslu „musíme to řešit“, vystavují se nebezpečí, že doposud nastolená rovnováha mezi přijímanými politikami řešení bude

Personal Effort,” *Central European Journal of Public Policy* 5, č. 2 (2011): 30–49. V základu se předkládaná studie opírá primárně o vlastní text; Jan VÁNĚ, *Komunita jako nová náděje? Náboženské (ne)institucionalizované komunity z pohledu sociologie náboženství*, Plzeň: Západočeská univerzita v Plzni, 2012.

⁵ James W. DEARING – Everett M. ROGERS, *Agenda-Setting*, Thousand Oaks: Sage, 1996, s. 1.

⁶ Tamtéž, s. 1.

⁷ Mediální agenda je pojímána jako problémy uspořádané podle množství prostoru, který jim věnovala masová média. Veřejná agenda pak jako problémy uspořádané podle podílu veřejnosti, která je považuje za důležité. A politickou agendou se rozumí sada aktuálně řešených politických kontroverzí (tamtéž, s. 5–6). Dále srov. František KALVAS, *Nastolování agendy: Role masové a interpersonální komunikace, osobní zkušenosti a genderu*, Plzeň: Západočeská univerzita v Plzni, 2009; Tomáš TRAMPOTA, *Zpravodajství*, Praha: Portál, 2006.

přenastavena, a to v jejich neprospěch. Výsledkem by tak mohla být ztráta vlivu ve veřejném prostoru. Z reality je patrné, že ke změnám přesto v určitých okamžicích dochází. Takový moment se nazývá *okno příležitosti* (*window of opportunity*), které se otvírá na omezený, krátký čas a tehdy, pokud „(a) problém (b) konverguje s hledaným řešením (c) v příznivém politickém klimatu“.⁸ Mimo okno příležitosti se veřejnému problému do fáze implementace velmi pravděpodobně nepodaří proniknout. Toto okno může otevřít např. výjimečně silně aktivní veřejné mínění, mimořádné události, změna politické administrativy nebo také uzavírání advokačních koalic mezi skupinami.

Formování advokačních koalic mimo jiné umožňuje převzít kontrolu nad problematikou a efektivně ji využít ve svůj prospěch, případně usilovat o čtenější otevírání okna příležitosti.⁹ Příkladem advokační koalice může být právě spolupráce církve s některou z politických stran, během níž je hledán způsob, jak otevřít okno příležitosti, tj. jak dosáhnout nastolení veřejného problému, který se posléze stane součástí politické agendy. Pokud v tomto stručném uvedení do teorie *agenda-setting* shrme základní cíle teorie, pak ta sleduje, jak jsou definovány: (a) problémy, (b) jaké jsou ustavovány strategie řešení těchto problémů, (c) jaké jsou kanály využívané pro přenos informací o problémech a (d) kdo je identifikován jako nositel změny.

2. REPUTACE CÍRKVE A PODOBY SEBEREFLEXE

Celkově je míra religiozity v České republice výrazně nižší než ve zbytku Evropy. Ke změně, to je k původně předpokládanému oživení náboženských hodnot, nedošlo ani u mladších generací po pádu komunistického režimu.¹⁰ Při posledním sčítání se k Římskokatolické církvi přihlásilo cca 10 % (SLDB 2011). Katolíci tudíž tvoří největší náboženskou minoritu. Na jedné straně to z církve dělá vlivnou instituci, která formálně disponuje deseti procenty z celkového počtu populace, o něž se

⁸ John W. KINGDON, *Agendas, Alternatives, and Public Policies*, New York: HarperCollins College Publishers, 1995, s. 204.

⁹ Thomas A. BIRKLAND, *After Disaster: Agenda Setting, Public Policy, and Focusing Events*, Washington: Georgetown University Press, 1997.

¹⁰ Pippa NORRIS – Ronald INGLEHART, *Sacred and Secular*, New York: Cambridge University Press, 2004, s. 131.

zdánlivě může opřít v politických a kulturních disputacích s většinovou společností. Na straně druhé ale jednotlivé výzkumy dokládají, že postavení církve v očích české populace nedosahuje takového vlivu, který by odpovídal kulturnímu významu, jenž církev v dějinách národa sehrála.

Sledujeme-li empirická data, která se týkají významu církve pro společnost, zjistíme, že církev hraje v myšlení Čechů značně ambivalentní roli. Kořeny převládajícího většinového odstupu a nedůvěry mají rozhodně delší tradici než jen do dob komunismu, jak se povětšinou obecně předpokládá. Zdroje ambivalence a nedůvěry sahají podstatně hlouběji do českých dějin.¹¹

Se změnou režimu se postavení církve změnilo. Katolická církev měla na počátku 90. let 20. století nejvyšší sympatie společnosti za celou dobu existence Československa. Bylo to způsobeno jejím většinovým odporem vůči režimu i deklarovaným a demonstrativním přikloněním jejích oficiálních (kardinál František Tomášek)¹² i neoficiálních (Václav Malý) představitelů na stranu národa. Zdálo se, že církev díky pozitivnímu hodnocení jejího vzdoru vůči komunistickému režimu získala jedinečnou příležitost stát se viditelnou a vlivnou silou na poli obrody či rekonstituce národa. Toto je jeden z momentů, kdy se otevřelo okno příležitosti pro nastolení problémů do veřejné agendy. Avšak poměrně pozitivní hodnocení církve z počátku 90. let postupně klesalo a od poloviny 90. let nabylo stabilní hodnoty. Ta se projevuje tím, že naprostou důvěru v církev má jen 5 % populace, jistou důvěru 40 %. Ve srovnání s 25 zeměmi euroatlantického okruhu je ČR nejméně důvěřivým národem vůči církvím a důvěru vyjadřují především starší respondenti.¹³

Důvodů, proč si církev neudržela pozitivní obraz a důvěru většinové společnosti z raných 90. let, je nejspíše vícero. Nejčastěji jsou zmiňovány

¹¹ Jiří HANUŠ poukazuje na to, že již od vzniku první republiky se identita katolíka otřásá a že být katolíkem ve 20. století znamená naučit se žít s vědomím, že člověk je členem menšiny, která stále slábne. Podle HANUŠE církev nejcitelněji oslabil v období hned po druhé světové válce a po roce 1948, což bylo způsobeno odsunem katolických sudetských Němců a nástupem restriktivní politiky komunistického režimu; Jiří HANUŠ, *Tradice českého katolicismu ve 20. století*, Brno: CDK, 2005, s. 60–83.

¹² Viz veřejné prohlášení kardinála Tomáška během revolučních dní „V této významné chvíli stojí katolická církev na straně národa!“ Citováno dle HANUŠ, *Tradice českého katolicismu ve 20. století*, s. 73.

¹³ Dana HAMPLOVÁ, *Náboženství v české společnosti na prahu 3. tisíciletí*, Praha: Karolinum, 2013, s. 49–57. Avšak analyzujeme-li postavení církve ve společnosti, je nutné odlišit aspekt důvěry a aspekt očekávání, které vůči církvi společnost zaujímá.

následující důvody. V nově ustanovené biskupské konferenci převládli konzervativně orientovaní biskupové, kteří nastolili agendu, jejímž cílem byla restaurace stavu, v němž se církev nacházela před rokem 1948. Nejviditelnějším a většinovou společností mediálně nejvíce vnímaným projevem tohoto záměru byl spor o restituce, které se staly synonymem vztahu církve k většinové společnosti.¹⁴ Dále se ukázalo, že celkově byla církev roztržštěná – v důsledku komunistického tlaku a kvůli izolaci jednotlivých skupin a myšlenkových proudů – a nedokázala pružně zareagovat na prudce rostoucí vliv modernizačních a individualizačních procesů, které s pádem komunistického režimu pod vlivem Západu a globalizačních procesů nastaly.

Kromě toho se zdá, že několik desetiletí represe církve komunistickým režimem vedlo k tomu, že si církev osvojila nadále přetrvávající obezřetnost (až uzavřenost) v představování svých názorů většinové společnosti. Z tohoto postoje plyne i poměrně zřejmá neochota nastolovat aktuální témata ve veřejném prostoru. Tuto neochotu církve nelze však spojovat pouze s komunistickou érou. Přesto platí, že není zjevná snaha o ovlivňování veřejného mínění a uplatňuje se spíše vyčkávací taktika. Tato nerozhodnost je dále umocněna váhavým a nejednoznačným přístupem církve při řešení vnitřních problémů, jako je nedostatečné vyrovnání se s dědictvím kolaborujících kněží za komunistického režimu, neprůhledné ekonomické hospodaření či nestandardní sexuální chování některých kněží.¹⁵ Ruku v ruce s tímto vysvětlením je užíván ještě jeden argument. Podle něj došlo k vyčerpání původní aureoly „trpící“ a „bojující“ církve.¹⁶

¹⁴ V 90. letech na tuto skutečnost poukazoval Dušan Lužný; srov. Dušan LUŽNÝ, „Náboženská situace v České republice po roce 1989,“ *Religio: Revue pro religionistiku* 6, č. 2 (1998): 213–225. K problematice restitucí a restitučních nároků a jejich vnímání českou veřejností v prvním desetiletí 21. století viz František KALVAS – Jan VÁNĚ – Martina ŠTÍPKOVÁ – Martin KREIDL, „Rámcování a nastolování agendy: Dva paralelní procesy v interakci,“ *Sociologický časopis / Czech Sociological Review* 48, č. 1 (2012): 3–37; Jan VÁNĚ – František KALVAS, „The Agenda-Setting Effect of Focusing Events: A Case Study of the Church Restitutions Issue,“ *Sociológia - Slovak Sociological Review* 45, č. 3 (2013): 290–315; Olga ŠMÍDOVÁ, „Porevoluční diskurz Rudého práva a restituce,“ in *Praktiky ne/spravedlnosti: pojmy, slova, diskurzy*, ed. Martin Hájek, Praha: MatfyzPress, 2007, s. 101–155.

¹⁵ HANUŠ, *Tradice českého katolicismu ve 20. století*, s. 113–135, a Libor PRUDKÝ, *Církev a sociální soudržnost v naší zemi*, Praha: UK FSV CESES, 2005, s. 7–11.

¹⁶ Tatiana PODOLINSKÁ, „Religiozita v době neskorej modernity: Případ Slovensko,“ *Sociální studia* 5, č. 3–4 (2008): 60.

Mohlo by se tedy zdát, že pozice církve sice povolna, ale systematicky směřuje k marginalizaci. Zdá se však, že takový závěr by byl ukvapený. Církev opakovaně zpochybňuje, alespoň deklarativně, autonomii a prioritní postavení trhu (nebo státu). Zejména kritizuje a odmítá skutečnost, že trhu podléhá stále silněji i oblast morálky. Rovněž je možné zaznamenat, že církevní představitelé zesilují kritiku přílišného individualismu a konzumerismu.¹⁷

3. VÝZKUMNÉ POLE A METODA

Kvalitativní část výzkumu se zaměřovala na církve a její strategie pro nastolování veřejných témat. Hlavní sběr dat probíhal v letech 2009–2011, ale pokračuji v něm i v následujících letech, kdy zjištěné poznatky vystavuji opakovanému ověřování. Využívám snow-ball techniku a obdobně jako např. John Kingdon¹⁸ jsem se zaměřoval na klíčové postavy z církevní hierarchie. Dále pak jsou využívány polostrukturované rozhovory a zúčastněné pozorování. Za celou dobu bylo realizováno celkem 30 rozhovorů s respondenty, mezi které patřili církevní představitelé, politici, v církvi „vlivní/aktivní“ laici. Pro potřeby předkládané práce považuji za důležité pouze rozhovory vedené s církevními představiteli, i když v rámci korekce jedné z uvažovaných církevních strategií nastolování témat užívám i výpovědi dotazovaných politiků. Cílem bylo vést rozhovory především s důležitými jedinci, kteří mohli posloužit jako informování respondenti. Jednotliví informátoři byli voleni tak, aby odpovídali předem definované typologii. Cílem bylo pokrýt čtyři rozdílné sféry, kdy každé z nich odpovídá jeden zvolený informátor. Určujícími kritérii byla intenzita zájmu médií o konkrétní církevní představitele a míra vlivu těchto církevních představitelů v katolické církvi i mimo ni. Na základě těchto kritérií byly určeny čtyři základní typy, jejichž představitele jsem kontaktoval a provedl s nimi polostrukturované rozhovory.

Vytvořená typologie měla následující podobu: (a) informátor patřící mezi členy nejvyšší církevní hierarchie (biskup) a zároveň mediálně známá a masovými médii vyhledávaná osobnost, (b) informátor patřící mezi členy nejvyšší církevní hierarchie, avšak médii vyhledávan minimálně,

¹⁷ Dušan LUŽNÝ, „Sekularizace, individualizace a veřejné náboženství,“ in *Evropa a její duchovní tvář: eseje-komentáře-diskuse*, ed. Jiří Hanuš a Jan Vybíral, Brno: CDK, s. 109–111.

¹⁸ KINGDON, *Agendas, Alternatives, and Public Policies*, s. 232–234.

tudíž v nich vystupující sporadicky, (c) informátor patřící mezi nižší až nejnižší patra církevní hierarchie, avšak mediálně známá a médií vyhledávaná osobnost, (d) informátor střední nebo vyšší církevní¹⁹ hierarchie, masovými médii nevyhledávaný, avšak s potenciálně významnou mírou vlivu na spoluutváření postojů široké skupiny (nejen) věřících.

Co se kladených otázek týče, hlavní pozornost byla upřena na obecný rámec konceptu nastolování agendy. To znamená, že jsem se pokoušel zjistit, jak sami aktéři vnímají společenský problém, na který by mohla (měla) církev upozornit veřejnost. Dále jsem v rozhovorech kladl otázku, nakolik se církev vůbec snaží identifikovat potenciální společenské problémy, kterým zatím veřejnost z nějakého důvodu nevěnuje svou pozornost. A pokud tak církev činí, jak se na dané problémy pokouší upozornit, případně jakou formu volí.

Při vyhodnocování rozhovorů jsem použil tematické analýzy,²⁰ přičemž přepis rozhovorů byly kódovány podle stanovených témat. Poté jsem se snažil zjistit, zda existují nějaké vztahy mezi tématy, která by mohla být srovnávána, tříděna a následně zařazena do typologie, či zda by je bylo možné standardizovat. Na základě této analýzy bylo vytvořeno schéma problémů, které církev chce nastolovat coby veřejnou agendu, a dále byly stanoveny strategie, o kterých uvažuje nebo je má případně k dispozici. Kvůli anonymizaci u jejich výpovědí uvádím pouze – církevní hierarcha.

4. VÝSLEDNÁ ZJIŠTĚNÍ

Konstatovali jsme, že teorie *agenda-setting* sleduje, jak jsou definovány: (a) problémy, (b) jaké jsou ustavovány strategie řešení těchto problémů, (c) jaké jsou kanály využívané pro přenos informací o problémech a (d) kdo je identifikován jako nositel změny.

¹⁹ Střední hierarchií rozumím kněze, který zastává dostatečně vlivnou pozici, z níž může ovlivňovat dění uvnitř církve, tj. v určité oblasti. Např. představený řádu, kongregace, generální vikář atd.

²⁰ David SILVERMAN, *Interpreting Qualitative Data*, London: Sage, 2011.

4.1 Problémy

Ve výpovědích informátorů se opakovaně objevovaly odkazy na dva stěžejní dokumenty, které byly udávány jako klíčový zdroj pro porozumění tématům, jež církev akcentuje a považuje v dané chvíli za klíčová. Jednalo se o dokument *Pokoj a dobro* (2000), který vyvolal poměrně intenzivní odezvu, jež byla nakonec shrnuta v dalším dokumentu *Žeň veřejné diskuse k listu pokoj a dobro* (2002). Výše zmíněné texty jsou důležité, ale určujícím dokumentem pro porozumění snahám, ambicím a záměrům církve se ukázal být dokument *Život a poslání křesťanů v církvi a ve světě* (2007 – dále jen *ŽPvCS*).

Z tohoto dokumentu vyplývá, že církev sama sebe vnímá jako stabilizovanou a v českém postkomunistickém prostředí ukotvenou organizaci, která je integrální součástí společenských struktur. Toto své postavení odvozuje ze spolupráce s ostatními církvemi, z působení v armádě, ve vězeňství, v sociální sféře a poukazuje i na koordinovanou spolupráci mezi státem a církví.²¹ Svou propojenost s českým prostředím církev dále dokládá tvrzením, že je ochotna poskytnout „svou zkušenost s užíváním symbolů, gest a řeči jako pomoc lidem, kteří se sice výslovně nehlásí k některému náboženství, ale prožívají v nejrůznějších životních okolnostech hledání víry“.²² Církev tak sama na sebe pohlíží jako na neodmyslitelný zdroj symbolů, tradice a historické paměti pro konstituování identity národa.

Ačkoli se církev chápe jako legitimní pramen národní identity, na druhé straně vyjadřuje svou obavu nad stavem české společnosti. V dokumentu *ŽPvCS* kritizuje českou společnost jako výrazně konzumní, což ale zároveň pokládá za vnější stránku hlubší skutečnosti, kterou má být „hlad po duchovním životě“,²³ jenž je zejména u mládeže chybně uspokojován především materiálními statky. Příčinu tohoto stavu církev spatřuje v neadekvátní a neodpovědné dominanci několika silných médií, „která zcela ovládají veřejný prostor a jsou (...) skutečnými vetřelci do soukromí. Světonázorové postoje prezentované těmito médii jsou vesměs shodné a jednostranně podporují konzumní orientaci ob-

²¹ *Život a poslání křesťanů v církvi a ve světě*, Kostelní Vydří: Karmelitánské nakladatelství, 2007, s. 14.

²² Tamtéž, s. 42.

²³ Tamtéž, s. 75.

čanů státu“.²⁴ Monopolní postavení kritizovaných médií se projevuje omezováním názorů, které představují opozici, za niž považuje církev i sebe. Výsledkem monopolního postavení médií je podle církve pouhá proklamativní svoboda slova, avšak chybí skutečná pluralita názorů, respektive prostor pro jejich prezentování ve veřejném prostoru.

Dlouhodobou vysokou nedůvěrou většinové společnosti vůči církvi si církev vykládá jako důsledek systematické komunistické propagandy a negativního obrazu církve v médiích. To jsou podle církve dvě hlavní příčiny stavu, kdy je církev nahlížena jako instituce prosazující ideologii a vlastní cíle a preference bez ohledu na obecné blaho. Tento negativní obraz církev dále spojuje s prosazením vlivu informačních technologií, které umožňují médiím, aby si postupně začala nárokovat vliv na uspokojení základních lidských potřeb včetně náboženských, což církev považuje za nepřijatelné. Obzvlášť když tím podle ní dochází k rozkládání autority tradičních institucí, jako je rodina, škola nebo právě církev.²⁵

Jsou to především média, která církev nahlíží jako klíčového protihráče v souboji o vlastní sebeprosazení a při hodnocení svých vyhlídek na úspěch, tj. nastolovat pro ni relevantní témata. Církev obecně dlouhodobě vnímá masová média coby „mocnost“, která vyvázala individuům z vlivu církve, resp. postavila je proti ní. Médii vyčítá nejen snahu o uspokojení náboženských potřeb, ale zejména jejich ambici v zásadě přebírat funkci náboženství, jako je všudypřítomnost, nepostradatelnost, „vševědoucnost“, normování hodnot jednání, definování sankcí a každodenní strukturace času. Ztráta vlivu a jeho přenos na masová média vede v obecné rovině k tomu, že se katolická církev snaží najít takový modus vivendi, který by nepoškodil její společenský obraz.²⁶ V českém prostředí proto církev volá po změně poměru ve „veřejné sféře, v níž jasné dominují politické strany a média“.²⁷ Dále chce prostřednic-

²⁴ Tamtéž, s. 76.

²⁵ Tamtéž, s. 77. Dále srov. *Dokumenty o sdělovacích prostředcích*, Praha: Sekretariát české biskupské konference, 1996.

²⁶ Hermann-Josef GROSSE-KRACHT, *Kirche in ziviler Gesellschaft: Studien zur Konfliktgeschichte von katholischer Kirche und demokratischer Öffentlichkeit*, Paderborn: Schöningh, 1997. Bylo by ovšem zavádějící domnívat se, že církev nemá žádnou představu, jak zacházet s médii či jak k nim přistupovat. Naopak se jedná o dlouhodobě promyšlené téma. Důležité dokumenty věnované vztahu katolické církve a médiím srov. dekret *Inter mirifica*, zejména pak pastorační instrukce „*Communio et progressio*“ z roku 1971 a „*Aetatis novae*“ z roku 1992. Blíže viz *Dokumenty o sdělovacích prostředcích*, Praha: Sekretariát české biskupské konference, 1996.

²⁷ *Život a poslání křesťanů v církvi a ve světě*, s. 78.

tvím jiných komunikačních bází oslabit monopol několika médií, která podle ní ovládají veřejné mínění. Navrhovanou strategií ze strany církve je uzavření koalice „slabých“, kterou by chtěla iniciovat.

Církev explicitně vyzývá své vlastní členy k aktivnímu vzepření se vůči, podle ní, nepřátelskému postoji médií a většinové společnosti. Nehovoří však o odmítání a negaci většinové společnosti, ale volá po vytvoření prostoru pro pluralitu názorů. Za strategicky nosné potom církev považuje vytváření spojenectví s hodnotově spřízněnými lidmi a institucemi. Cílem je tak obrácení pozornosti k občanské společnosti a aktivní vystupování ve veřejném prostoru, avšak s důrazem na práci ve prospěch co nejširšího společenství.

Média ovšem církev nepovažuje pouze za něco negativního. Církev poukazuje také na to, že nové technologie a masmédia kromě nebezpečí představují i naději. Kromě toho si sama přiznává, že velký podíl na vzniku stávající situace nese ona sama, jelikož je nedostatečně připravena na komunikaci s většinovou sekularizovanou společností.²⁸

Aktivní přístup, po němž církev volá, se má podle jejich proklamací promítnout i do politické sféry. Dokladem může být například vydání *Instrukce k některým otázkám ohledně působení a chování katolíků v politickém životě*.²⁹ Můžeme tak registrovat posuny ve smýšlení církve oproti 90. letům. Výzva k aktivnímu přístupu katolických laiků se netýká jen oblasti politiky, ale i dalších oblastí ze sociální sféry, jako je kritický dokument *Pokoj a dobro*, který se pokouší předložit alternativu vůči radikálnímu „trhu bez přívlastků“, již je koncept křesťanského sociálního učení.

Církev nakonec v současnosti ve vztahu k médiím dospěla k závěru, že „je tedy nezbytné posílit naši schopnost k jejich správnému užívání. V prvé řadě to znamená přijmout, že porozumění médiím je nezbytnou podmínkou schopnosti orientovat se v dnešním světě, (...) aby s jejich pomocí [křesťané, pozn. autora] svou svobodu rozšiřovali a ne naopak o ni přicházeli“.³⁰ Církev tak připouští fakt, že bez médií není možné působit ve veřejném prostoru. Zároveň ale nadále církev volá po nezá-

²⁸ „Klíčová úloha médií pro moderní společnost byla v církvi dlouho nedoceněna. Na křesťanské straně převládá ve vztahu k médiím strach, neporozumění a nezdůvěřnost. Podstatně to souvisí s absencí účinného veřejného mínění v církvi.“ Tamtéž, s. 100.

²⁹ Kongregace pro nauku víry, *Instrukce k některým otázkám ohledně působení a chování katolíků v politickém životě*, Praha: ČBK, 2003, <http://www.cirkev.cz/res/data/004/000507.pdf> [cit. 31. 7. 2015].

³⁰ *Život a poslání křesťanů v církvi a ve světě*, s. 101.

vislých médiích, která nebudou podléhat politickým a ekonomickým tlakům.³¹ Proto například vybízí k práci s regionálním tiskem, elektronickými médii, k šíření diecézních a farních věstníků nejen tištěnou formou, ale i na internetových stránkách diecézí a farností atd.

Shrneme-li to, pak na základě dokumentů a z výpovědí respondentů vyplývá následující. Problémy, které církev dlouhodobě zdůrazňuje, které představují její dlouhodobou agendu a u nichž lze předpokládat, že by je církev ráda nastolila jako veřejnou agendu, jsou: důraz na problematiku *rodiny*. Klíčové postavení tohoto tématu církev zdůvodňuje radikální proměnou podoby rodiny. Od zásadní proměny rolí a postavení muže a ženy ve společnosti, přes diametrální posun v pohledu společnosti na význam a praxi předmanželského soužití, rodičovství, funkci reprodukce (odmítání potratu a asistované reprodukce), až po pojetí sexuality v rodině či výchovu dětí.³²

Církev považuje za hlavní zdroj síly, která rozkládá (křesťanskou) koncepci rodiny, především ekonomické tlaky a média. S rozkladem rodiny církev spojuje problém *stáří a nemoci*. Třetí velký problém, který církev formuluje, je nedostatečná či neúspěšná *pastorace mládeže*.³³ Tato tři základní témata lze vysledovat, provádíme-li analýzu klíčových dokumentů. Srovnáme-li je s rozhovory s církevními představiteli, zjistíme, že se výše popsaná témata v jejich výpovědích rovněž vyskytují. Z výpovědí informátorů ale lze vyčíst ještě další veřejné problémy, které lze shrnout do společné kategorie *zastání se marginalizovaných skupin*. Marginalizované skupiny jsou vystaveny neadekvátnímu zacházení, které vyvolává strádání o několika dimenzích:

- (a) fyzické (děti, prostitutky, vykořisťování zahraniční dělníci, političti vězni),
- (b) psychické (děti, staří lidé, oběti dezinformací),
- (c) ekonomické (prostitutky, vykořisťování zahraniční dělníci),
- (d) sociální (sociálně vyloučení, staří lidé),
- (e) symbolické (zesnulí, lidstvo).³⁴

³¹ Papežská rada pro sdělovací prostředky, „Etika ve sdělovacích prostředcích“, Praha: ČBK, 2000, <http://www.cirkev.cz/res/data/004/000495.pdf> [cit. 15. 12. 2014].

³² Papežská rada pro rodinu, „Rodina, manželství a ‚fakticky existující soužití‘“, Praha: ČBK, 2001, <http://www.cirkev.cz/res/data/004/000499.pdf> [cit. 15. 12. 2014].

³³ K problémům, které církev s pastorační má, viz Aleš OPATRŇÝ, *Pastorace v postmoderní společnosti*, Kostelní Vydří: Karmelitánské nakladatelství, 2001.

³⁴ Jan VÁNĚ – František KALVAS, „Katolická církev v ČR a nastolování veřejné agendy aneb rozhovory se třemi zástupci české katolické církve.“ Pracovní texty Katedry so-

Rozhovory s představiteli církve potvrzují to, co je patrné z církevních dokumentů: Církev má formulované problémy, jejichž řešení se snaží dlouhodobě prosazovat a na které se snaží upozorňovat. To znamená, že církev má formulovanou *dlouhodobou agendu*.

Zdá se, že církev má poměrně jasně promyšlená témata, která jsou součástí dlouhodobé agendy. Je patrné, že systematicky promýšlí i svůj vztah k médiím, která jsou ústřední mocností, s níž se církev poměřuje v boji o vliv na jedince. Otázkou v této chvíli nadále zůstává, existuje-li nějaká strategie pro nastolování problémů ve veřejné agendě. Jinými slovy, není jasné, zda v čase plurality, nejednoznačnosti, tj. celkové nejistoty, a v době, kdy klíčovou instancí formující myšlení společnosti jsou média, má církev u nás vůbec nějaký systematický plán, jak veřejnosti předkládat svá stanoviska.

Pokud nějakou strategii nastolování má, zůstává otázkou, daří-li se jí vzdorovat tlaku mediatizace, jenž je dobře popsán na vztahu masových médií a politiky.³⁵ Proces mediatizace můžeme přiblížit následujícím způsobem: Jde o proces, ve kterém masová média vnucují svou vnitřní logiku ostatním sociálním aktérům. Tlaku mediatizace pak nevzdorují pouze aktéři ze sféry politiky, ale například i církev. Z výše citovaných církevních dokumentů jasně plyne, jakým způsobem chce církev vzdorovat. Volá po vytvoření autonomní veřejné arény, jejíž logika by nepodléhala logice médií. Toto řešení však v sobě skrývá problémy, se kterými si církev momentálně neví rady. Není totiž jasné: (1) Jak tuto autonomní veřejnou arénu chce ustavit, (2) jak chce zajistit, aby tato autonomní veřejná aréna byla rovnocenná (co do ochoty do ní vstupovat a participovat v ní) veřejné aréně, kterou ustavují masová média.

ciologie FF ZČU, 2009, <http://www.ff.zcu.cz/kss/veda-vyzkum/pracovni-texty/2009/soubor-6.pdf> [cit. 15. 12. 2014].

³⁵ Mediatizací se rozumí situace, kdy masová média a političtí aktéři opouštějí politickou logiku a postupně se začínají chovat dle mediální logiky. Politika přestává řešit sociální konflikty a estetizuje se. Masová média v rámci své politické funkce přestávají pouze informovat, soustředí se na skandály a senzace a přes infotainment se posouvají k čiré zábavě; Jesper STRÖMBÄCK, „Four Phases of Mediatization: An Analysis of the Mediatization of Politics,“ *The International Journal of Press/Politics* 13, č. 3 (2008): 228–246.

4.2 Strategie

Jestliže se ukazuje promyšlenost dlouhodobé agendy a lze již nyní konstatovat, že existují i relevantní kanály, kterými církev disponuje pro přenos informací, slabinou se zdají být vlastní strategie nastolování témat. Z rozhovorů s respondenty z církevní hierarchie vystoupily celkem tři základní strategie, které lze označit jako mediální, vertikální a horizontální.

Mediální strategie

První zmíněnou strategii představuje tzv. mediální strategie. Je zmiňována všemi dotázanými respondenty a odráží palčivý vztah církve vůči médiím, která jsou de facto v principu nahlížena jako nepřátelská. Z hlediska církve mediální strategie představuje strategii *přímého vstupu*, která by měla nejlépe umožnit úspěšné nastolení veřejného tématu. Respondenti předpokládali, že z mediální agendy by pak nemělo být zase až tak těžké přenést problém do veřejné agendy. Zároveň ale všichni připustili, že tato strategie v podání katolické církve není příliš efektivní.

Pokud jde o média, všichni víme, že média si prostě vybírají selektivně, (...) vybírají témata, která je zrovna zajímají, tam se těžko dostaneme. (církevní hierarcha)

Snaha upozorňovat veřejnost tu je (práce Tiskového střediska ČBK, které poskytuje informace), efektivita této snahy je malá, závisí na ochotě sdělovacích prostředků tyto informace přijmout a použít. (církevní hierarcha)

Jistá alternativa vůči mediální strategii přesto ve výpovědích informátorů zazněla. Jeden z informátorů navrhl postup, který lze nahlížet jako pravděpodobně účinnější. Jedná se o určitou variantu mediální strategie, kterou můžeme označit jako strategie *přitažlivé osobnosti*. Výchozím předpokladem je očekávání, že chce-li církev ovlivňovat veřejná témata a nastolovat je, potom by měla poskytovat prostor významným, tj. médií vyhledávaným osobnostem, jež jsou spojovány s církví.³⁶ Tato strategie se ukazuje jako poměrně fatalistická, protože církvi v ní

³⁶ „Já myslím, že zatím to jde hodně přes osobnosti, nakonec to vidíte i v jiných oblastech, (...) to asi čeká i církev, aby zevnitř těmto osobnostem vytvářela dobré zázemí (...) a ať tyto osobnosti prezentují to, co patří k poslání církve a co je třeba i smýšlením části věřících, kteří to ale nedovedou tak formulovat“ (církevní hierarcha).

přísluší pouze servisní role: Může jen vyhledávat a podporovat vhodné osobnosti. Pro oslovené informátory bylo nemyslitelné, že by církev nějakým ustaveným mechanismem tyto osobnosti mohla poskytovat.

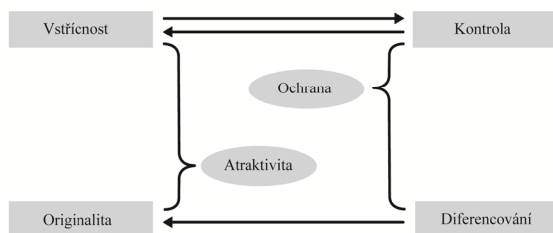
Osobností je takový člověk, který dokáže fungovat jako kanál mezi církví a sdělovacími prostředky, například díky osobnímu příkladnému životu. V případě strategie přitažlivé osobnosti respondenti očekávají, že osobnost je klíčovým prostředníkem mezi církví a médií. Kromě toho očekávají, že by mohla úspěšně přenášet důležité veřejné problémy z církevní do mediální agendy. Avšak aby bylo pro média zajímavé tyto osobnosti oslovit, musí tito lidé nést punc originality. Originality lze dosáhnout například tím, že osobnost z církevního prostředí dokáže formulovat vlastní názor,³⁷ který je většinové společnosti srozumitelný a přitom nespočívá v pouhém citování církevních dokumentů. Pouze v takovém případě se média začínají o církevní osobnosti zajímat.

Z této originality ovšem pramení určité napětí mezi církevní institucí a osobností. Obzvlášť jedná-li se o někoho z nejvyšších pater církevní hierarchie. Takové napětí je možné účinně redukovat, pokud dotyčná osobnost pečlivě diferencuje svůj osobní názor od oficiálních stanovisek církve, aniž by ovšem oficiální stanoviska svým názorem nějak zpochybňovala. Kromě citlivého rozlišování pomáhá osobnosti udržet pozici uvnitř církevního společenství také kontrola sdělení. Tato kontrola má několik rovin: (a) lze požadovat autorizaci poskytnutých rozhovorů, (b) odmítnutí konfrontace s oficiálními představiteli církve a (c) odmítnutí rozhovoru k určitým tématům. Pokud má být osobnost pro žurnalisty

³⁷ „Především člověk musí také ukázat, že má vlastní hlavu, je to napětí, to já přiznávám, protože zase na druhé straně musí člověk brát ohled na lidi zevnitř [církve, pozn. autora], kteří tohle posuzují, zda jsem zašel příliš daleko, nebo ne. Snažím se mluvit vždycky především jako za sebe, ne za instituci, i když jsem její součástí, ale to vůbec neznamená, že se od ní distancuji. (...) prostě nechci jen odpovídat, že budu citovat dokumenty a že budu říkat: učení církve je takové nebo onaké, které já respektuji, ale nepokládám zase za vhodné okamžitě se krýt hned učením církve (...). A snažím se mít dobrý osobní vztah k novinářům (...). A znova říkám, já je tady nementoruji, i když někdy ta otázka je evidentně nepřipravená, nebo naivní, nebo už to bylo řečeno tolikrát. Za druhé já tedy musím říci, že o některých tématech nemluví, že nemluví o majetkovém vyrovnání, nemluví o katedrále, protože se mi zdá, že jsou jiné hlasy, které k tomu řekly své (...) někdy se mě snažili [novináři, pozn. autora] dostat do určité konfrontace, ale to já nepřijímám, protože to je kontraproduktivní, a myslím, že věci si máme vyříkat uvnitř. (...) A musím říct k té autorizaci, já tam třeba jen upřesním nějaký ten výraz, ale nedělám to tak, že bych to škrtal nebo že bych řekl, tak tohle ne“ (církevní hierarcha).

zajímavá i při takovéto kontrole, je třeba, aby ji na druhé straně církev podpořila a i vycházela vstříc novinářům. Je ale zřejmé, že součástí zaujímaného postoje je vnitřní autocenzura, která naznačuje, že existují témata, o nichž církev nechce komunikovat.

Schéma 1. Pozice přitažlivé osobnosti



Můžeme tedy shrnout, že *originalita* a *vstřícnost* činí osobnost mediálně atraktivní,³⁸ zatímco pečlivé a citlivé *diferencování* vlastního názoru od oficiálního stanoviska a *kontrola* poskytovaných sdělení chrání pozici osobnosti v církevním společenství.

Vertikální strategie

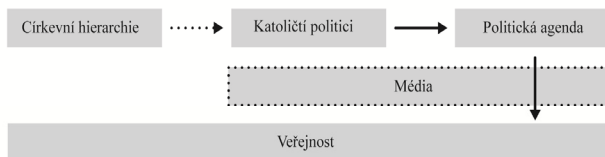
Jestliže mediální strategie přitažlivé osobnosti představuje pasivní strategii, v níž jsou hlavními aktéry především představitelé církve, ať už z vrcholu, či z nejnižších pater církevní hierarchie, větší dynamika je očekávána od strategie *vertikální*. Tato strategie podle informátorů spočívá v tom, že zprostředkovatelem a nositelem témat zformulovaných církví mají být i politické strany, nejen církev, či občanská společnost. Podle informátorů by měli být mnohem aktivněji zprostředkovatelem a nositelem problémů z církevní agendy katoličtí politici. Vertikální strategie předpokládá, že katoličtí politici přenášejí problémy z církevní agendy přímo do politické agendy. Jde o působení na veřejnost „shora“, kdy se veřejné problémy přenášejí z církevní agendy do politické a odtud dále putují do veřejné agendy.

³⁸ „Vztah mezi církví a sdělovacími prostředky, to je opravdu velký problém pro nás. Myslím, že nakonec máme osobnosti, o které média mají zájem, ale rozhodně existuje mezi nimi a médii a vlastní církví jisté napětí“ (církevní hierarcha).

Podle informantů z církevní hierarchie je však riskantní spoléhat pouze na jedinou politickou stranu, ačkoli téměř po celou dobu existence novodobého Česka se zdá, že tak církev činí. K této představě církevních představitelů se ale značně skepticky staví sami katoličtí politici.³⁹ Ti prokazatelně znají velmi dobře obsah církevní agendy, ale sami se obávají nastolovat veřejné problémy, které nemají veřejnou podporu a veřejnost nezajímají.

Obdobně se katoličtí politici stavěli rezervovaně k představě, že by měli fungovat pouze jako jakási „převodová páka“ přání formulovaných ze strany církve, respektive jejích představitelů. Nepřímo tak vznáší požadavek na osobní úsilí církevní hierarchie ve věci nastolení veřejného problému ve veřejné agendě. Další problém informanti z politické reprezentace spatřovali v tom, že církevní hierarchie má zájem artikulovat a podporovat pouze takové veřejné problémy, které veřejnost podporuje. Použití vertikální strategie je tak vyhrazeno pro nahodilý moment, kdy se otevře *okno příležitosti*, které podporuje zájem veřejnosti. Jeden z informantů získaných mezi politiky navíc kritizuje církevní hierarchii, že některých velmi slibných oken příležitosti ani nevyužívá, ač je k ní upřena mediální pozornost a společenská situace rozhodně umožňuje formulovat zásadní veřejné problémy.

Schéma 2. Vertikální strategie



„No právě, když už se o něco [církev] pokusí, tak je to vždycky dovnitř [církev], ale nikoli navenek (...). Třeba v Polsku, (...) tam církev umí velice dobře lobovat a velice dobře to téma dostat do té společnosti jako hlavní téma. (...) Když už nic, takže právě v těch krizových momentech, kde navíc to je ještě podpořený návště-

³⁹ Respondenti z řad politiků byli voleni podle následujícího kritéria: jednalo se o aktivní katolíky nebo sympatizanty, kteří se daným postojem netají. Zároveň šlo o politiky zaujímající vysoké postavení v hierarchii strany nebo vlivnou funkci umožňující aktivně vstupovat do politického dění.

vou papeže [v září 2009 v ČR]. Vlastně signál, gesto, kde mohlo z toho vzejít nějaké memento (...) ty média tady byly prostě celej tejden zaměřený na církev a přesto (...) jsem si tam nedokázal najít, co bych uchopil jako směrem (...) do český společnosti. Takže já to беру, zejména ten loňskej rok, kde teda bylo těch výzev několik, jako prohrů“ (informátor z řad politiků).

Katoličtí politici pak využívají tři alternativní strategie k prosazení problémů z církevní agendy do politické nebo veřejné. Je zajímavé, že jimi aplikované strategie tzv. *přerámování problémů* nenacházejí žádnou odezvu u církevních hierarchů, i když je to do značné míry pochopitelné. Katoličtí politici se snaží přerámovat veřejný problém z církevní agendy tak, aby z něj odstranili jakýkoli náznak „církevnosti“. Důvod, proč tak činí, souvisí s vědomím, že jsou menšinou, která daný problém ve veřejném prostoru jinak těžko prosadí. Předpokládají, že správně podaným způsobem se veřejný problém stane přijatelnější i pro ostatní politické aktéry, což otevírá možnost uzavírání advokačních koalic a prosazení veřejného problému na agendu.⁴⁰

Přerámování je nutné z toho důvodu, aby se předešlo nežádoucí politické konkurenci v případě, že veřejný problém prosazuje i jiný politický aktér a snaží se jej využít k ovládnutí veřejné agendy. Překážkou celého procesu přerámování se může paradoxně stát to, co církevní představitelé v rozhovorech považovali za žádoucí stav, to je přítomnost katolických politiků ve všech stranách. Církevní představitelé předpokládali, že by všichni katoličtí politici, napříč stranami, mohli podporovat veřejné problémy z církevní agendy. Avšak pokud se bude nějaká strana pomocí veřejného problému prezentovat, může to katolické politiky z ostatních stran odradit, aby podporovali tentýž veřejný problém. Případně strach z boje o kontrolu veřejného problému povede katolické politiky k tomu, že žádný z nich v žádné straně nebude veřejný problém nějak výrazněji podporovat. Pomocí přerámování však katoličtí politici dokáží tento paradox účinně oslabit.⁴¹

⁴⁰ „Pak se vrátím k tomu nejotřepanějšímu tématu, což jsou potraty, a musím to teď uchopit opačně. (...) pokud jsme jaksi proti tomu, aby se zabíjely nenarozené děti, tak prostě většinová společnost [zákaz potratů, pozn. autora] nevezme (...) my tedy nabízíme těm těhotným ženám několik variant, utajené porody a [baby-boxy, pozn. autora], což je prostě věc uchopitelná celou společností odleva doprava (...). Takže, ale šli jsme do toho jakoby trochu cestou prostě vyjednávání, cílem je, aby v (...) kraji byl baby-box (...) nikoliv získat na tom politický prospěch“ (informátor z řad politiků).

⁴¹ „Jediný, co je špatný, když je to velký téma i jiné strany, pak se těžko bude sebezprezentovat moje vlastní strana s tímhle tématem, když už ho někdo prezentuje. Musíš ho

Strategie přerámování problémů vytváří potenciál pro druhou alternativní strategii: *nenápadné uzavírání advokačních koalic*. Tato strategie je také založena na principu osobního úsilí. Katoličtí politici musí vyvinout osobní úsilí v politickém zákulisí, kde zajišťují veřejnému problému podporu politiků z jiných stran. Případně se je zde snaží nenápadně inspirovat, aby přijali veřejný problém za vlastní a přirozeně jej podporovali. A konečně, katoličtí politici se snaží sledovat politické debaty a identifikovat a podporovat takové veřejné problémy, které jsou „samovolně“ přerámovanými veřejnými problémy z církevní agendy. Všechno toto úsilí pomáhá vytvořit advokační koalice, které jsou nástrojem, jenž umožňuje prosadit veřejný problém na politickou a odtud na veřejnou agendu. Katolickým politikům se ve sféře politiky daří uzavírat advokační koalice, což se v jiných sférách, a především církvi jako instituci, obecně nedaří. To značně omezuje vliv katolické církve na proces nastolování agendy.⁴²

Poslední alternativní strategií, kterou katoličtí politici využívají, je *zprostředkování kontaktu církevní hierarchie s médii*. Katoličtí politici tím chtějí odstranit zásadní překážku, která blokuje původní záměr vertikální strategie – nízkou podporu církevních veřejných problémů.

Zprostředkování spočívá v tom, že katoličtí politici se snaží identifikovat vhodné veřejné problémy a potenciálně mediálně přitažlivé osobnosti, které se pak snaží inspirovat, aby těmto problémům věnovaly své osobní úsilí a snažily se o nastolení církevního tématu ve veřejném prostoru. Zároveň katoličtí politici těmto osobnostem zprostředkovávají kontakt do světa necírkevních médií. Katoličtí politici se tak snaží zprostředkovat vznik advokačních koalic mezi církví a spřízněnými médii. Tyto advokační koalice pak pomáhají prosadit církevní veřejné problémy v mediální agendě a zajistit jim tak veřejnou podporu. Je nutné dodat, že v získaných datech je k dispozici pouze doklad pokusů o vytvoření takové advokační koalice, nikoli o jejím úspěšném fungování.

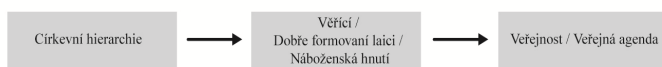
buďte prezentovat jinak, nebo ho podporovat a nedělat z toho vlajkovou loď“ (informátor z řad politiků).

⁴² „Spousta těch věcí, kterých jako chceme dosáhnout, tak když si je dáme jako vlajkovou loď, tak právě proto budou zaříznuť. Když naopak to prostě nějakým spíš privátním způsobem prostě nastolíme jako témata v dialogích těch druhých, tak necháme, nechť druzí si kousek té agendy vezmou. (...) A jaksi jako křesťan vnímám, že je důležitější, aby byl baby-box, než aby na tom [naše strana] nahrabala body“ (informátor z řad politiků).

Horizontální strategie

Třetí možnou strategii, která se objevuje ve výpovědích církevních představitelů, lze označit jako *horizontální strategii*. V této strategii hrají klíčovou roli *dobře formovaní laici*,⁴³ kteří byli zmíněni všemi informátory. Strategie se opírá o využití laiků pro formování veřejnosti „zdola“, kdy laici působí na „sobě rovné“. Tím, že působí horizontálně, mohou zviditelnit problém ve veřejném prostoru, jedná se například o katolická hnutí.

Schéma 3. Horizontální strategie



V představách informátorů horizontální strategie funguje následujícím způsobem: Církev nastoluje problém u části veřejnosti (laici zde představují v podstatě dotčenou skupinu), která problém postupně reprodukuje směrem k *pozorné* veřejnosti, odkud se bude dále šířit do většinové společnosti.⁴⁴ Od tzv. dobře formovaných laiků a řadových věřících se očekává, že přenášejí problémy z církevní agendy do veřejného diskurzu během každodenní interpersonální interakce s ostatními členy veřejnosti. Očekávaným výsledkem ze strany informátorů je otevření prostoru pro uzavírání širokých advokačních koalic v rámci občanské společnosti.⁴⁵ Problém je v tom, že církev si uvědomuje, že velký počet laiků (katolíků) se chová dlouhodobě spíše pasivně. Příliš se nedaří transformovat kanál přenosu podnětů, který nadále primárně funguje tak, že pasivní laici očekávají impulsy od svých biskupů a kněží. Rovněž

⁴³ Pod označením dobře formovaný laik respondenti (církevní hierarchové) obecně rozumí věřícího jedince, který zastává katolickou věrouku. Uvádí ji do praxe života. Poslouchá své kněze a biskupy. Předpokládají, že budou recipienty církevních témat a prosadí je v politické a veřejné agendě.

⁴⁴ „Mluvit o tom před věřícími laiky a vlastně takhle přes ně dostat jakoby to téma dál. Do společnosti, aby v podstatě to téma ve veřejnosti rostlo“ (církevní hierarcha).

⁴⁵ „Musíme mnohem lépe navazovat dialog a aliance s ostatními složkami občanské společnosti, lépe se pohybovat v oblasti médií a v akademické oblasti, aby byla [církev, pozn. autora] uznávána zejména jako kompetentní expert na etické otázky a vytvářela prostředí, kde by kultivovala žízeň po spirituální zkušenosti“ (církevní hierarcha).

stále přetrvává tendence k uzavírání katolické laické veřejnosti, ať už z důvodu pocitu vyloučení, nebo naopak kvůli pocitu příslušnosti k elitě svého druhu.⁴⁶ Potenciál horizontální strategie je spatřován v možném navazování dialogu a užších vztahů církve s ostatními složkami občanské společnosti. Účinnost tohoto kroku lze teoreticky vysvětlit tak, že při užším vztahu s církví by ostatní instituce občanské společnosti mohly s vyšší pravděpodobností přebírat problémy z církevní agendy a dále je šířit do veřejnosti.

4.3 Kanály pro šíření problémů z církevní agendy

Jestliže při předkládání strategií existují jisté nejasnosti ohledně dlouhodobých, střednědobých a krátkodobých aplikací, mají respondenti velice jasnou představu ohledně „nástrojů“, které jsou k dispozici pro realizaci strategií nastolování témat. Souhrnně bychom je mohli označit jako aplikaci dostupných informačních (církevních) kanálů. Při sledování jejich výčtu můžeme rozlišovat na *církevní* a *ne-církevní* kanály.

Mezi církevními kanály jsou souhrnně zmiňovány: pastýřské listy, zde považujeme za zajímavé poukázat na to, že jeden z informátorů sice zmiňuje pastýřské listy jako jeden ze základních nástrojů pro umožnění průtoku témat, ale „k této praxi je kritický“. Dále jsou jmenována kázání, církevní média – rádio Proglas, televize Noe, *Katolický týdeník*, časopisy – *Perspektivy*, *Universum* a internetové stránky ČBK a jednotlivých diecézí. V neposlední řadě je jako nástroj definována i Česká křesťanská akademie (ČKA), která působí v celé ČR a poskytuje prostor pro pravidelné debatní večery, tzv. laboratoře dialogu.

Informátoři mají i poměrně jasnou představu o aplikaci strategie nastolování témat. V zásadě se shodují na tom, že by měla existovat jistá diverzifikace úkolů, jakási „dělba práce“. Vlastní témata nastolují církevní představitelé, ale i tzv. dobře formovaní laici. Jsou to ale především

⁴⁶ „Některé myšlenkové stereotypy přežívají dlouho, případně se vracejí v dalších generacích, je nutné znovu uvnitř církve na tuto skutečnost a její důsledky poukazovat. Problém vidím v nejasném sebezpočtení. (...) v naší zemi vidím v této věci dva problémy: jak se učí a naučí křesťané (církev) opouštět jak pozici společensky vyloučených – z dob totality, tak residua společensky privilegovaných – (Rakousko-Uhersko) a žít v občanské společnosti, kde je církev sice jen jednou z mnoha institucí, ale svébytná, neztrácející svou identitu“ (církevní hierarcha).

dobře formovaní laici, kterým je přisuzován úkol aktivně vystupovat ve veřejném prostoru a podílet se tak na nastolování veřejných témat. Jako zprostředkovatel a nositel témat zformulovaných církví jsou zmiňovány i politické strany, např. KDU-ČSL. Politicky aktivní *dobře formovaní laici* by tak měli nastolovat problémy z církevní agendy přímo v agendě politické. Čili šlo by o působení na veřejnost „shora“, kdy se veřejné problémy přenáší z církevní agendy do politické a odtud dále putují do veřejné agendy.

4.4 Nositel změny – dobře formovaní laici a slabiny strategií

Výše jsme viděli, co jsou problémy, jež se snaží církve promýšlet a nastolovat. Z rozhovorů s respondenty vystoupily preferované kanály, mající sloužit k přenosu informací. Nejdůležitějším se pak ukazují představy o možných strategiích nastolování témat. Posledním bodem, ke kterému skrze teorii *agenda-setting* obracím pozornost, je otázka, kdo je ústředním nositelem změny. V první strategii (mediální) se zdá, že církevní hierarchie spoléhá na své vlastní představitele. Nemá přílišnou představu, jak upoutávat pozornost, a odmítá myšlenku budovat přímo nějaký typ „think tanku“ pro generování mediálně zajímavých osobností. V druhé a zejména pak třetí strategii se jako hlavním nositelem témat/problémů a zdrojem úsilí pro jejich prosazení opakovaně ve výpovědích respondentů stávají laici. Respektive, z úst církevních hierarchů se opakovaně dostává odpovědi o tzv. dobře formovaných laicích.

Ukazuje se ale, že zejména poslední (horizontální) strategie má několik zásadních problémů. V první řadě samotná kategorie dobře formovaných laiků je dost nejasná. Na jedné straně církevní představitelé volají po větší aktivitě a zapojení katolických laiků do činnosti samotné církve i do veřejného života, s častým odkazem právě na LG. Na straně druhé jsou dobře formovaní laici vykreslováni jako věřící, kteří zastávají katolickou věrouku, žijí jí a jsou poslušni svých kněží a biskupů. Dotazovaní hierarchové pracovali s kategorií dobře formovaných laiků v případě horizontální strategie (politici jako tzv. dobře formovaní laici) i vertikální strategie. V případě vertikální strategie očekávají, že politici budou recipienty církevních témat a prosadí je v politické a veřejné agendě. Ukázalo se, že taková očekávání rozhodně nesdílejí katoličtí politici. V případě horizontální strategie se od dobře formovaných laiků očekává, že budou

svou činností přispívat k přenosu a šíření církevních témat. V důsledku to znamená, že ačkoli se informátoři v zásadě shodují na představě, že by měla existovat jistá diverzifikace úkolů či dělba práce, podobu této spolupráce mezi církevní hierarchií a laiky chápou tak, že vlastní témata nastolují církevní představitelé, zatímco dobře formovaní laici jsou jejich vykonavateli. U dobře formovaných laiků se sice připouští, že mohou ovlivňovat tvorbu církevních témat, ale zejména je jim přisuzován úkol aktivně vystupovat ve veřejném prostoru, a podílet se tak na nastolování veřejných témat, nikoli je utvářet.

Vyvstává zde proto hned několik nejasností. Zdá se, že církev má alespoň nějakou představu o možných strategiích pro nastolování církevních témat do veřejné agendy. Zásadní problém lze však spatřovat v tom, že všechny tři výše zmíněné strategie jsou postaveny na jednom skrytém předpokladu: Deklaruje-li církev nějaké téma jako veřejný problém, bude sama tato deklarace tématu natolik inspirativní, že bude téma přebráno v mediální nebo politické agendě a odtud se přesune do veřejné.⁴⁷ Je celkem jedno, jestli se potom takové téma dostane do veřejné agendy díky horizontální, vertikální či mediální strategii. Tento skrytý předpoklad ale očividně nefunguje. To proto, že zdroj inspirace pro potenciálně veřejně nastolované téma, kterým je církev, není v českém kontextu v pozici nesporné autority.

Proto nemohou představené strategie fungovat. Úspěšně realizovat strategii pro nastolování církevních témat ve veřejném prostoru lze jediné tehdy, je-li nesena principem osobního úsilí. S tím se pojí i nezbytnost podstupovat určité riziko nedorozumění a nepochopení ze strany médií při kontaktu s nimi. To, že církev zanedbává zásady osobního úsilí při nastolování témat ve veřejném prostoru, může mít velmi prozaické vysvětlení – protože stále přetrvává stav, kdy církevní hierarchie formuluje témata a laici jsou jejich pasivními recipienty. Hlavní zátěž osobního úsilí tak nadále spočívá na církevní hierarchii. Má-li církev k dispozici 17 biskupů, zhruba 2000 kněží na osm diecézí a 613 farností, je očividné,⁴⁸ že kromě slabé společenské autority se jí nedostává ani lidských zdrojů. Výsledkem je nedostatečná legitimita pro zdůvodnění platnosti,

⁴⁷ Jan VÁNĚ – František KALVAS, „The Czech Catholic Church and Problem Legitimation: From Inspiration to Personal Effort,“ *Central European Journal of Public Policy* 5, č. 2 (2011): 30–33.

⁴⁸ Dominik DUKA – Milan BADAL, *Bílá kniha církve s černou kapitolou: 20 let svobody 1989–2009*, Kostelní Vydří: Karmelitánské nakladatelství, 2009, s. 9.

aktuálnosti a naléhavosti tématu, které se církev snaží prosadit do veřejné agendy.

S ohledem na situaci, ve které se církev nalézá, se ukazuje, že jí zbývá jediná možnost, a tou je uzavírání advokačních koalic. Zdá se ale, že církev o nich sice hovoří, uvažuje nebo si je (alespoň podle respondentů) i přeje, ale neuzavírá je. A zde se vyskytuje další problém. Církev nevstupuje do efektivních advokačních koalic, které samy o sobě nezaručí úspěšnou legitimizaci nastolovaného problému, a spoléhá se na vlastní zdroje, jimiž mají být dobře formovaní laici. Problémem je, že není příliš jasné, kde je získat. Na otázku, kdo konkrétně a jak by měl vytvářet dobře formované laiky, kteří budou aktivně reagovat na problémy doby, byla poskytnuta následující odpověď. Přípravu laiků coby aktivních spolutvůrců mediální a veřejné agendy by měla podporovat církevní pastore, především by to ale měla „dělat [katolická, pozn. autor] hnutí a komunity“ (církevní hierarcha). Zdá se ale, že se jedná spíš o nahodilou odpověď, než o systematicky připravovaný záměr.

Paralelně s tím, ale z odpovědí církevních hierarchů zaznívá, že mezi laiky převládá pasivita a stejně tak je laxně využíván jeden z možných zdrojů advokačních koalic – „podpora církve občanské společnosti pořád je taková jakoby rozpačitá, spíše teoretická než praktická“ (církevní hierarcha). Volání po hlubší integraci církve do občanské společnosti, která je společná všem informátorům, lze nahlížet jako významný posun v uvažování církevních představitelů o tom, jak dosáhnout úspěšnějšího nastolování veřejných témat. Je proto otázkou, kdo konkrétně a jak by měl vytvářet dobře formované laiky, kteří budou aktivně reagovat na problémy doby. Církevní hierarchové, zdá se, moc jasnou představu nemají.

5. ZÁVĚR

Na základě dat z kvalitativního výzkumu rámovaných teoretickým konceptem *agenda-setting* lze konstatovat následující. Církev má vypracovanou dlouhodobou agendu, rozhodně ale nemá příliš propracované strategie pro nastolování témat do veřejné agendy. To je důvod, proč se jí nedaří rámovat témata, jež by zaujala většinovou společnost. Je to způsobeno nejasnostmi v otázce, kdo v rámci církve nastoluje témata a kdo je má „pouze“ prosazovat do veřejné agendy. Očekávání, že dobře

formování laici – a v dané chvíli je jedno, jedná-li se o jednotlivce, komunity nebo např. katolické politiky – budou čekat na zadání církevní hierarchie a fungovat jen jako převodová páka, se ukazují jako lichá.

Ukazuje se, že církev nevytváří nástroje pro to, aby dlouhodobou agendu systematicky aktualizovala a pravidelně do ní začleňovala nové veřejné problémy. V zásadě platí, že aktuální veřejné problémy nahodile formulují lidé, kteří stojí obvykle spíše mimo oficiální církevní strukturu. Klíčová je tedy role jednotlivců a jejich osobního úsilí ve formulování aktuálních problémů. Takový přístup ale postrádá možnost úspěchu, jelikož není systematický.

Opakované volání po aktivním úsilí ze strany věřících je tak spíše proklamativní povahy, protože se zdá, že navzdory výzvě LG – „Budiž jim tedy v každém směru umožněno také mít aktivní účast na spasitelném díle církve podle vlastních sil a podle potřeby doby“ – je v českém kontextu spíše role a využití laiků podceňováno. Nejen to, zdá se, že v církvi existuje zásadní komunikační bariéra (související se vzájemnou nedůvěrou) mezi řadovými věřícími laiky a církevní strukturou (na všech úrovních s různou intenzitou).⁴⁹ Existuje-li skutečně taková bariéra, pak lze jen stěží očekávat, že se přestane snižovat počet osob hlásících se k církvi, stejně tak jako že by se církvi dařilo úspěšně nastolovat vlastní agendu ve veřejném, mediálním a politickém prostoru.

Pouze v krátkosti si dovoluji jedno z možných teoretických vysvětlení daného stavu, které je ale nepochybně nutné vystavit dalšímu empirickému testování a jež dávám do souvislosti s konceptualizací paměti.⁵⁰ Na jedné straně stojí církev, která k paměti přistupuje téměř z ahistorické perspektivy. To proto, že se církev nahlíží jako neodmyslitelný zdroj symbolů, tradice a historické paměti pro konstituování identity českého národa. Jinými slovy, kulturní paměť národa je chápána jako neodmyslitelně spjatá s působením převážně katolické církve. Jistá strnulost či nechota aktivněji se zapojovat do diskusí při nastolování a prosazování témat tak může vyplývat z implicitního pocitu existence dlouhé tradice, která dodává domnělou legitimitu tématům postulovaným církevní agendou, což ale samo o sobě nezajistí jejich prosazení ve veřejném pro-

⁴⁹ Srov. Jan VÁNĚ, *Komunita jako nová naděje? Náboženské (ne)institucionalizované komunity z pohledu sociologie náboženství*.

⁵⁰ K problematice analýzy paměti srov. např. Jan ASSMANN, *Religion and Cultural Memory*, California: Stanford University Press, 2006, nebo v českém kontextu Dušan LUŽNÝ, „Kulturní paměť jako koncept sociálních věd,“ *Studia Philosophica* 61, č. 2 (2014): 3–18.

storu. Na straně druhé nepochybně platí fakt, že česká národní paměť byla dlouhodobě formována tak, aby přijetí agendy církve bylo maximálně eliminováno.

Souhrnně řečeno, náboženství poskytuje kognitivní, normativní a emoční vodítka pro své příslušníky a s ohledem na vliv náboženství v dějinách jsou relikty jeho působení obsaženy v kulturní paměti i ve výrazně sekulárních zemích, včetně České republiky. Platí, že náboženská paměť – formou hodnot a symbolů – se promítá jak na individuální, tak na sociální úrovni, a ty jsou přijímány coby nedílná součást tradičních hodnot společnosti. Platnost takových norem a symbolů je legitimizována étosem dané země, ten však není nutně racionálně zdůvodněn a opírá se především o tradici.

Tradice je nesena pamětí, která je schopností jedince/společnosti uchovávat určité informace. Důležité je, že tradice vždy čerpá z minulosti, ta je však vždy uchopována z přítomnosti.⁵¹ Výsledkem je, že tradice sice zavazuje a vytváří pocit sounáležitosti a určuje sílu meziskupinové solidarity, která funguje jako sociální pouta, ale síla těchto pout je opakovaně testována a znovu ustavována. Uvažujeme-li proto o minulosti jako zdroji paměti a jejím vztahu k přítomnosti, platí, že „minulost je rekonstruována v závislosti na přítomnosti, stejně tak je přítomnost vysvětlována minulostí“.⁵² Ve svém důsledku to znamená ale jediné – dlouhodobá agenda církve (ukotvená v tradici církve) je k ničemu, není-li aktualizována, včetně prostředků nezbytných pro přenos a pro opětovné ustavení a naplnění paměti a identity jedince/národa/církve.

Dovolím si zakončit tento text odkazem na předmluvu Karla Rahnera ke konstituci *Gaudium et spes*:

Svět se ptá právě opačně: Do jaké míry se církev prohlásí solidární s dnešním konkrétním lidstvem a do jaké míry vezme v úvahu na vědomí aktuální problémy. Pro takovou mentalitu je projev poctivosti a skromnosti spojený s realistickým hodnocením situace důležitější než odpověď sama.⁵³

⁵¹ Jacques LE GOFF, *Paměť a dějiny*, Praha: Argo, 2007, s. 23.

⁵² Tamtéž, s. 36.

⁵³ *Dokumenty II. vatikánského koncilu*, Kostelní Vydří: Karmelitánské nakladatelství, 2002, s. 176.

Ještě jinak řečeno, domnívám se, že právě výzva obsažená v *Gaudium et spes*, to je učit se od světa a přijímat jeho pomoc,⁵⁴ je komplementární součástí k porozumění výzvám obsaženým v *Lumen gentium*. A bez tohoto vědomí se pozice církve bude těžko zlepšovat.

**How/What to Tell to Make Them Listen
or the Czech Catholic Church Setting Agenda in the Public Space**

Keywords: Church; Agenda-Setting

Abstract: This study explores whether the Czech Catholic Church has conceptualized issues relevant and potentially interesting for the majority society and also whether it has been coming up with successful strategies to set the agenda in the public space. It also discusses the role played by lay people in this process. The goal of the study is to verify whether the position of lay Czech Catholics has changed over the 50 years since the publication of the *Lumen Gentium* constitution and what role they are supposed to play in the Church's "battle" with the majority society in the process of setting and pushing through the Church's agenda.

Doc. PhDr. Jan Váně, Ph.D.
Katedra sociologie, Fakulta filozofická
Západočeská univerzita Plzeň
Univerzitní 8
306 14 Plzeň
vanejan@kss.zcu.cz

⁵⁴ K recepci koncilu, a zvláště k GS, v českém prostředí srov. souhrn in Michal OPATRŇÝ, *Sociální práce a teologie*, Praha: Vyšehrad, 2013, s. 84–153.