

Môžu pastierske listy slovenských biskupov zaujať v médiách?

Summary

Príspevok prináša výsek z výskumného projektu na tému vhodnosti mediálneho jazyka na prenášanie náboženských posolstiev. Zameriava sa na obsahovú analýzu mediálneho spracovania pastierskych listov slovenských biskupov. Používa metódu sledovania tematických rámcov a sledovania zdieľaných ideí (*topoi*). Autorka určila kľúčové posolstvá a zdieľané idey použité pri sekulárnom a náboženskom spracovaní tých istých tém a pokúsila sa sformulovať odporúčania na účinné komunikovanie pastierskych listov cez médiá.

The study offers a segment of the research project about the media language applicability to communicate religious messages. It aims to a content analysis of the media manipulation with pastoral letters of Slovak bishops. It uses a method of tracing frames and common ideas (*topoi*). The author denominated key messages and common ideas used by secular and religion processing of the same topics and tried to formulate some suggestions for effective communication of pastoral letters in media.

Možno náboženské posolstvá prenášať mediálnym komunikačným kanálom? Ak sa o to usilujeme, ako to dopadne? Ako také pokusy vyzerajú v slovenskej realite? Čo z deformácií posolstva je nevyhnutne dané prirodzenými charakteristikami prenosového kanála (masových médií) a čo je „navyšé“ – a za istých okolností by nemuselo byť? Takéto otázky stoja v pozadí výskumu Katedry žurnalistiky Filozofickej fakulty Katolíckej univerzity v Ružomberku, ktorý nesie názov Vhodnosť mediálneho jazyka na prenášanie náboženských obsahov. Členovia výskumného tímu sa metódami obsahovej analýzy a skupinových rozhovorov zameriavajú na komunikačný kanál, komunikačný kód, vonkajšie vplyvy – ako prvky prenosového procesu – a na samotné posolstvo. Na jeho skúmanie zvolili prispôbenú metódu sledovania tematických rámcov (*frames*) a metódu sledovania spoločných, zdieľaných ideí (*topoi*). Autorka tohto textu sa v rámci projektu venovala aj obsahovej analýze novinárskych prejavov. Na tomto mieste predstaví niektoré zaujímavé výsledky na malom výseku výskumnej vzorky, a to na pastierskych listoch slovenských biskupov v ich mediálnom spracovaní.

K metodológii

Frames (rámce) sa chápu ako určité „aspekty udalostí a vecí a ich prepájanie tak, aby sa podporila určitá interpretácia, hodnotenie a/alebo riešenie“¹. Podľa R. Entmana majú *frames* štyri funkcie. Definujú problém, ponúkajú interpretáciu príčin, obsahujú morálny postoj k problému a sľubujú riešenie, nápravu alebo smer potrebnej reakcie.² Nepredstavujú teda len tematické rámce, ale siahajú až ku koreňom tematickej selekcie, zdôvodňujú ju, ba v určitých prípadoch sa dá hovoriť aj o apeli na spoločné, zdieľané presvedčenia. Tak poňal *frames* napr. D. Contreras³, keď prezentuje určité „frázy“, na ktorých sa zakladá *framing*

¹ ENTMAN, R.: *Projections of Power: Framing News, Public Opinion and US Foreign Policy*. Chicago : University of Chicago Press, 2004, s. 5

² Porov. aj: ENTMAN, R.: Framing: Toward clarification of a fractured paradigm. In: *Journal of Communication*, roč. 43, r. 1993, č. 4, s. 51–58.

³ CONTRERAS, Diego: “Framing” e “news values” nell’informazione sulla Chiesa cattolica. In: *Direzione strategica della comunicazione della Chiesa*. Ed. Juan Manuel Mora, Diego Contreras, Marc Carroggio. Rome : Edusc, 2007, s. 126 – 128.

udalostí spojených s cirkvou. Niektoré sú pozitívne – cirkev ako užitočná sociálna inštitúcia, cirkev ako duchovná skutočnosť usilujúca sa nasledovať svojho Zakladateľa –, niektoré negatívne – cirkev neverná svojmu učeniu, cirkev ako nepriateľka pokroku, demokracie, tolerance – a niektoré neutrálne – cirkev ako inštitúcia s určitou spoločenskou váhou, ktorej treba prikladať význam.

Keď sme výskumnú paradigmu rámcovania (*framing*) aplikovali na skúmanie prenosu náboženských posolstiev mediálnym jazykom, sústredili sme sa na samotné posolstvo textu. Znamená to, že sme pri každom texte stručne vyjadrili jeho základnú myšlienku (v niektorých prípadoch viaceré základných myšlienok), niečo, čo ostáva v príjemcovi ako dojem, ako pamäťová stopa.

Na to priamo nadviazalo hľadanie tzv. *topoi*, teda cesta ešte hlbšie – k viac alebo menej podvedomým príčinám toho, že myšlienka nájde u príjemcu odozvu, že bude prijatá, že osloví a dostane príležitosť pôsobiť, formovať. *Topoi* sme charakterizovali ako „argumentačné schémy“. Vychádzajú z dedičstva starej rétoriky, kde sa nazývali aj *loci*, do súčasnej angličtiny prekladané ako *common places*, teda určité „spoločné miesta“. D. Walton, C. Reed a F. Macagno konštatujú oživenie klasického dedičstva, opisujú opätovný návrat nových argumentačných štúdií k nemu a vznik novej disciplíny, pričom zdôrazňujú, že niektoré *topoi* „sú založené na logicko-sémantických charakteristikách a sú nevyhnutne pravdivé; iné sú len možné“⁴. Podstatné je však, že sú to ony, čo umožňuje akýkoľvek verejný diskurz. „*Topoi*, *loci* alebo *common places* pomáhajú posudzovať ľudské kvality, postoje a politické i spoločenské správanie. Preto ponúkajú morálne zásady, ktoré umožňujú kriticky skúmať a chápať podstatu mnohých novinových článkov. Sú prítomné v spravodajstve aj v masovej beletrii, nesmú sa však objaviť, kým ešte spoločenské morálne hodnoty podliehajú zmene alebo sa o nich diskutuje.“⁵ Podľa N. Gonzáleza Gaitana umožňujú *topoi* stavať premisy považované za samozrejmé, o ktorých sa nediskutuje a vďaka ktorým dochádza k spoločnému chápaniu významov čiastkových diskurzov, bez ohľadu na to, či publikum s pisateľovým názorom (predpokladaným alebo explicitným) súhlasí, alebo nesúhlasí.

Keď sme teda hľadali *topoi* jednotlivých posolstiev, pýtali sme sa: Na aké presvedčenie príjemcu text apeluje, prečo je dôveryhodný, oslovujúci, prijímaný ako pravdivý a správny? Dostali sme sa tak k určitým hodnotám dôležitým pre súčasnú spoločnosť, prirodzeným aj kultúrnym, ktoré sme pomenovali, usporiadali do klasifikačných kategórií a následne interpretovali.

Z celkovej výskumnej vzorky 261 článkov zozbieraných zo slovenských denníkov, týždenníkov a tlačových agentúr a rozdelených do ôsmich tém sme v tejto časti analyzovali 200 článkov, a to z tematických kategórií návšteva pápeža Benedikta XVI. v Rakúsku, návšteva pápeža Benedikta XVI. v USA, pastierske listy slovenských biskupov, sexuálna výchova a výhrada vo svedomí. V tomto článku predstavujeme výsek zistení na vzorke pastierskych listov.

Hodnotiaci vektor

Pri rozlišovaní posolstva a jeho ideového základu zohráva dôležitú úlohu celkové pozitívne alebo negatívne vyznenie textu. To bola preto prvá charakteristika, ktorú sme si pri analýze

⁴ WALTON, Douglas – REED, Christopher – MACAGNO, Fabrizio: *Argumentation Schemes*. Cambridge : Cambridge University Press, 2008, s. 307.

⁵ GONZÁLEZ GAITANO, Norberto: *Public and published views on the Catholic Church before and after Benedict XVI trip to the US*. Odprednášané na hosťovskej prednáške na Katedre žurnalistiky Filozofickej fakulty Katolíckej univerzity 25. marca 2009.

jednotlivých článkov všimli. Pred tým, ako texty podrobíme hĺbkovému skúmaniu podľa *frames* a *topoi*, štatisticky zhrnieme tento ukazovateľ.

Skúmali sme tri dokumenty charakteru pastierskych listov (z mediálneho hľadiska):

- *Vyhlásenie KBS k Medzinárodnému dňu boja proti chudobe* (sociálna situácia na Slovensku) 17. októbra 2007,
- *Pastiersky list KBS k Týždňu cirkvi pre mládež* (prežívanie kresťanskej lásky) 10. novembra 2007,
- *Pastiersky list KBS na Tretiu pôstnu nedeľu* (sexuálna výchova) 23. februára 2008.

typ príspevku	hodnotiaci vektor príspevku				
		pozitívny	negatívny	neutrálny	spolu
	sekulárny	-	5	1	6
	náboženský	6	-	-	6
	spolu				12

Rozdiel medzi sekulárnymi a náboženskými médiami je prirodzený a očakávaný, najmä vzhľadom na to, že náboženské fungujú skôr ako servisné služby cirkvi a jej inštitúcií a materiály, ktoré publikujú, často vôbec nemajú žurnalistické spracovanie (ostávajú pri uverejňovaní vyhlásení, listov, kázni, komuniké, programov a pod.). Materiály uverejnené v náboženských médiách môžeme teda zväčša považovať za „surové“ posolstvo v jeho pôvodnej podobe a až na materiáloch publikovaných v sekulárnych médiách môžeme skúmať ich transformáciu po prechode žurnalistickým komunikačným kanálom. Samozrejme, aj náboženské médiá priniesli niekoľko komentárov a správ, práve témy pastierskych listov sa to však netýkalo.

Orientácia materiálov v náboženských médiách je vzhľadom na uvedené jednoznačne pozitívna. Orientácia materiálov v sekulárnych médiách kolíše, pri všetkých témach však výrazne prevládajú negatívne hodnotenia, čo bolo zrejme obzvlášť pri spracovaní pastierskych listov.

Posolstvo

Cirkevné médiá

V cirkevných médiách listy nedostali žurnalistické spracovanie, Tlačová kancelária KBS aj *Katolícke noviny* sa uspokojili s publikovaním dokumentov v ich pôvodnej podobe (*Katolícke noviny* list o sexuálnej výchove mierne skrátili a obohatili medzititulkami). Môžeme teda hovoriť skôr o posolstve listov ako takých než o posolstve mediálnych materiálov. Posolstvá troch listov sme identifikovali ako:

1. **Sociálna náuka cirkvi: solidarita, egoizmus, vykorisťovanie, lenivosť, schopnosť...**
2. **Čisto náboženské posolstvo: pravda a nádej v Bohu.**
3. **Sexuálna morálka z náboženského zorného uhla: manželstvo, vzťah.**

Sociálne témy stoja pred cirkvou v súčasnosti ako jedna z hlavných výziev a šancí na zaujatie verejnej mienky vlastným autentickým posolstvom. S týmto vedomím reagovali slovenskí biskupi v októbri 2007 na Medzinárodný deň boja proti chudobe. Vo svojom vyhlásení akcentovali tri základné posolstvá: solidaritu cirkvi s vykorisťovanými, napomenutie egoistov a napomenutie menej schopných ľudí, aby nezávideli schopnejším a

úspešnejším, ale usilovali sa profitovať podľa svojich možností. V dokumente rezonovali témy vykorisťovania a solidarity, egoizmu a lenivosti, ako aj správneho využívania vlastných schopností. Ide o výrečné myšlienky, ktoré je však náročné zrozumiteľne podať ďalej, najmä ak sa komunikátor usiluje o komplexnosť a chce zahrnúť vo svojom poslanstve všetky póly, pokryť všetky „ale“. Z textu bola zrejmá snaha o vyváženosť, o apel na úspešných i neúspešných, o odsúdenie egoizmu i lenivosti, avšak balans medzi pokušením socializmu a pokušením krajných pravicových riešení autorovi vyhlásenia (nepodarilo sa nám oficiálnou cestou zistiť jeho meno, biskupská konferencia považuje informácie tohto druhu za príliš diskrétny) vyšiel skôr v prospech socializmu, na čo po uverejnení listu reagovali s istou dávkou nevôle ekonómovia zo sekulárneho aj cirkevného prostredia.⁶

V liste adresovanom mládeži sa slovenskí katolícki biskupi pokúsili reagovať na večne aktuálnu mládežnícku tému lásky a jej pravého prežívania. Hlavné poslanstvo listu možno sformulovať do vety Pravá láska existuje, hľadajme ju v Bohu. Samotný list bol však čisto náboženský, pretkaný odvolávkami na state z Písma. Snažil sa odovzdať príjemcom povzbudenie o pravde a nádeji v Bohu. Z pera biskupov je taký text prijateľný, práve v tomto prípade však najvýraznejšie zlyhalo cirkevné mediálne spracovanie a šanca biskupského poslanstva „prežiť“ a podať v stráviteľnejšej podobe ostala nevyužitá.

Tretiu pôstnu nedeľu využili slovenskí biskupi na vyjadrenie sa k pálčivej spoločenskej otázke sexuálnej výchovy, ktorej sme venovali v rámci výskumu osobitný priestor. Samotný list predstavoval sexualitu ako súčasť zodpovedného manželského vzťahu, pričom všetky jej ostatné formy sú vzťahy na škodu. Sústredil sa teda na náboženský pohľad na sexuálnu morálku a pripomenutie vzťahového charakteru sexuality a nevyhnutnosti manželstva na jej plné prežívanie vo dvojici. Cirkevné médiá ani v tomto prípade nevyužili šancu vypichnúť základné myšlienky listu a tak akcentovať jeho poslanstvo zrozumiteľným sekulárnym jazykom.

Sekulárne médiá

Interpretačnú prácu spravili teda za redaktorov cirkevných médií ich sekulárni kolegovia. Posolstvá ich materiálov možno zhrnúť ako:

- 1. Biskupi kolaborujú s ľavicovou vládou a vyčítajú podnikateľom egoizmus.**
- 2. Cirkev žiada lásku a solidaritu schopných a žičlivú skromnosť menej schopných.**
- 3. Biskupi kritizujú (sexuálna morálka, otázky života).**

Zo sociálnej výzvy si sekulárne médiá vybrali práve jej ľavicovo-politický aspekt, ktorý kritizovali ako kolaboráciu biskupov s ľavicovou vládou a ich nepriateľský postoj voči podnikateľom, ktorých nazývajú egoistami. Práve takáto interpretácia vzbudzovala vlnu nevôle. V sekulárnom prostredí sa však objavilo aj spracovanie bez interpretačných ambícií, a to v tlačových agentúrach, ktoré vyhlásenie prevzali aj s jeho náboženským poslanstvom a spracovali ho v pomerne nezvyklej forme obsiahleho referátu. Tento text kládol dôraz na solidaritu a skromnosť a jeho poslanstvo ostalo pomerne zachované – vyznelo v duchu myšlienky cirkev žiada lásku a solidaritu schopných a žičlivú skromnosť menej schopných. V tomto podaní však poslanstvo ostalo pomerne vágne, ťažko zrozumiteľné a zapamätateľné.

Ostatné dva listy postavili sekulárne médiá do polohy konfliktu; obe prezentovali na pôdoryse schémy „biskupi odsudzujú“, resp. „biskupi kritizujú“. Aplikovali ju na potraty, eutanáziu a sex mimo manželstva v prípade mládežníckeho listu a na antikoncepciu a sex

⁶ Kresťanskí ekonómovia zo Stredoeurópskej podnikateľskej a sociálnej iniciatívy (CEBSI) sa dokonca pokúsili nadviazať kontakt s KBS so zámerom poskytnúť predstaviteľom cirkvi spoluprácu a poradenstvo v danej oblasti, ich úsilie však stroskotalo práve na spomenutej nechote odhaliť autora listu a nadviazať o jeho obsahu dialóg.

mimo manželstva v prípade pôstneho listu. Sexuálna morálka a otázky života (bioetické témy) fungujú vo verejnom diskurze ako zaručene príťažlivé, úspešné heslá, a to najmä preto, lebo obsahujú výrazný polarizačný potenciál. Je preto ťažké vyhnúť sa pokušeniu schematickej interpretácie týchto tém podľa vzorca dvoch bojujúcich táborov. Pre novinárov je toto pokušenie (najmä vzhľadom na základnú *news value* (spravodajskú hodnotu) konfliktu) príliš silné, a tak zastalo posolstvo aj v týchto prípadoch na polceste, v bode konfliktu.

Porovnanie

Mediálne podanie posolstva pastierskych listov biskupov poukazuje teda na dve základné veci: na silu interpretácie a na príťažlivosť konfliktných schém, zvlášť v prípade morálnych otázok. V rámci našej výskumnej vzorky sa ukázalo, že cirkevné médiá úplne prenechali interpretačnú šancu sekulárnym. Obmedzili sa len na publikovanie „surových“ materiálov bez žurnalistického vkladu, čím oslabili ich zrozumiteľnosť v mediálnom prostredí, a teda prijateľnosť a pôsobenie vôbec. Zaujali pozíciu servisných služieb namiesto plnohodnotného mediálneho výkonu. Sekulárne médiá reagovali na ponúknuté témy podľa ich príťažlivosti: buď si situáciu zjednodušili a spracovali ich vo forme pomerne bezduchého referátu (ktorého miera zrozumiteľnosti odrážala redaktorovo (ne)porozumenie téme), alebo vypichli niektoré myšlienky podľa vlastného výberu; v našom prípade ľavicové politikárčenie a typické cirkevné šomranie na sexuálnu morálku a prehrešky voči ochrane života.

Topoi

Cirkevné médiá

V troch spomenutých dokumentoch katolíckych biskupov apelovala cirkev na viaceré základné presvedčenia:

- 1. Boh a cirkev poznajú a chcú dobro človeka.**
- 2. Túžba po pravej láske, pravom šťastí – a podmienky ich dosahovania.**
- 3. Potreba kráčať po užšej ceste.**

Základným presvedčením stojacim v pozadí jednotlivých posolstiev bola túžba Boha i jeho cirkvi po dobre človeka, spoločnosti. Boh dal človeku dobrú sexualitu a treba spoznávať jej účel; cirkev človeku sprostredkúva pravdu o jeho dobre. Presvedčenie, že cirkev pozná dobro človeka a dá sa na ňu v tom naplno spoliehať, vychádza z viery – a u neveriaceho príjemcu nemá veľký dôvod na odozvu.

Ďalší výrazný *topos* smeroval k pravým hodnotám, k túžbe každého človeka po láske a po šťastí. Tento apel rezonuje u veriacich aj neveriacich. Cirkev ho spája s vykresľovaním pravej cesty k pravému šťastiu, viac alebo menej zrozumiteľným jazykom poukazuje na čnosti ako nápomocné na nej a na hriechy ako zvädzajúce z nej. V našej výskumnej vzorke zaznievalo volanie po vernosti a vytrvalosti, po premáhaní egoizmu, závesti, lenivosti. Možno hovoriť o všeludských hodnotách a všeludských presvedčeniach, i keď upozornenia na ne sa nemusia počúvať ľahko a nemusia byť príjemné.

V tejto výskumnej vzorke sme našli aj typický náboženský *topos* užšej cesty, čiže presvedčenia, že to, čo je hodnotné, si vyžaduje sebazaprenie. Aj toto presvedčenie patrí v kresťanskom náboženstve medzi základné zdieľané hodnoty⁷, ale zároveň predstavuje jeden z náročných paradoxov viery, ktorý môže fungovať ako spoločná komunikačná platforma iba

⁷ Porov. Mt 16, 24 – 25: „Kto chce ísť za mnou, nech zaprie sám seba, vezme svoj kríž a nasleduje ma. Lebo kto by si chcel život zachrániť, stratí ho, ale kto stratí svoj život pre mňa, nájde ho.“

na istom stupni viery alebo na istom stupni náročnej životnej skúsenosti, u ľudí stotožňujúcich sa s tým, že strácanie môže byť iba zdanlivé, lebo sa (aj niekoľkonásobne) vracia v inej sfére.

Sekulárne médiá

Sekulárne médiá apelovali vo svojej interpretácii pastierskych listov na čiastočne totožné *topoi* ako cirkevné – a to napriek tomu, že výsledný vektor ich materiálov bol negatívny, nanajvýš neutrálny. Zaznievala v nich túžba po pravej láske aj dôraz na niektoré čnosti; niektoré ďalšie presvedčenia zasa posunuli posolstvo trochu iným smerom (najmä volanie po slobode človeka a po spravodlivosti, čo sú síce tiež kresťanské hodnoty, dôraz na ne však priniesli práve sekulárne médiá).

Vyšpecifikovali sme štyri základné *topoi*:

1. **Sloboda človeka.**
2. **Túžba po pravej láske.**
3. **Čnosti: veľkorysosť, solidarita, usilovnosť.**
4. **Spravodlivosť.**

Ako jeden zo základných *topos* sekulárnych mediálnych materiálov sa objavuje hodnota slobody – v tomto prípade v sexuálnej oblasti. Tam, kde cirkev predostiera svoje poznanie dobrého človeka, snažia sa mimocirkevné interpretácie o slobodu od cudzích predstáv o dobre. Ak medzi náboženské *topoi* patrí aj ten o slobode ako prijatí pravdy a podriadení sa jej, pre sekulárne prostredie je také chápanie cudzie; vzpiera sa diktátu pravdy zo strany inštitúcie, ktorej neverí, a hľadá vlastné definície slobody.

Podobne ako sloboda patrí aj láska k tým základným náboženským hodnotám, ktoré úspešne rezonujú i v sekulárnom prostredí. Znova však s odlišnou interpretáciou, resp. s interpretáciou závislou od predispozície. Oba typy médií sa zhodnú v túžbe po pravej láske, no kým cirkevné tým istým dychom odmietajú potraty, eutanáziu či nemanželský sex ako neprijateľné pre pravú lásku, sekulárne ich vnímajú ako prejav slobody, bez ktorej pravá láska nie je možná. Môžeme teda konštatovať zhodu v základnom presvedčení, avšak diametrálny rozchod v jeho interpretácii. Ak chce náboženské posolstvo využiť toto presvedčenie, musí mať tento rozpor na pamäti a pristupovať k vlastnej interpretácii s dôrazom predovšetkým na zhodné body.

Náboženské posolstvo, ako sme ukázali, prezentuje cestu k „pravosti“ (lásky, šťastia) ako cestu čností – opozitných k hriechom. S niektorými z týchto čností sme sa stretli aj v sekulárnych materiáloch, v danej výskumnej vzorke to bola veľkorysosť, solidarita, usilovnosť. Všetky sa spomínali v neutrálne ladených textoch, čiže v agentúrnych správach, ktoré význam posolstva príliš neposúvali.

Osobitne treba vyzdvihnúť čnosť spravodlivosti, ktorá sa tiež objavuje v sekulárnych médiách ako jeden zo základných *topoi*. V danom kontexte sa týkala sociálneho vyhlásenia slovenských katolíckych biskupov a vyplývala z myšlienky, že socialistická rovnosť je nespravodlivá. Mala teda určitý politický podtón a možno v nej badať konzervatívnu ideologickú líniu – čo je jedna z možných línií v sekulárnom priestore.

Porovnanie

Môžeme teda zhrnúť, že pri mediálnej interpretácii náboženských posolstiev obsiahnutých v biskupských dokumentoch sme zaregistrovali na platforme základných ideových východísk určitý prienik i určitý rozpor. Prienik nastal v oblasti túžby po pravej láske a slobode, ako aj v poukázaní na niektoré čnosti, ktoré sú na tejto ceste nápomocné, resp. nevyhnutné. Vedomie

túžby a potreby však ešte neznamenalo zhodnú definíciu riešení, naopak, v nich sa náboženské posolstvá a posolstvá sekulárnych médií značne rozchádzali. Interpretácia základných hodnôt teda závisí od predispozície, od vnútorných nastavení komunikátorov. Tie v našom prípade vyplývajú o. i. zo vzťahu k Bohu a k cirkvi – náboženské médiá vychádzajú z viery v neomylnosť Boha a cirkvi pri poznávaní pravého dobra a jeho odporúčaní, sekulárne médiá túto dôveru nemajú dôvod zdieľať a hľadajú vlastné definície dobra. Nezaregistrovali sme v nich ani zhodu s náboženským presvedčením o potrebe sebazapierania na ceste do hĺbky, do pravosti. Stretli sme sa však s akcentom na slobodu a spravodlivosť, ktorý naznačuje určité hľadanie, o ktoré by sa náboženské posolstvo mohlo oprieť.

Sprievodné javy

Pri analýze posolstiev a *topoi* v cirkevných a náboženských médiách sme narazili na niekoľko zaujímavých okolností, o ktorých je dôležité sa pre úplnosť obrazu zmieniť. Osvetlia niektoré výsledky našej analýzy a pomôžu lepšie chápať súčasný stav a odhadnúť perspektívy.

Pastierske listy biskupov väčšinou nevyvolávajú v médiách dlhotrvajúcejšiu diskusiu, chápu sa skôr ako príležitostné vyjadrenia, hoci aj k páľčivým témam. Možno teda na nich sledovať sekulárne spracovanie oslobodené od emócií, zaujatostí a rozličných ideologických tlakov.

V nami zahrnutých prípadoch to znamenalo až určitý nezáujem sekulárnych médií, ktoré sa obmedzili takmer výlučne na agentúrne referáty: dosť dlhé a ťažko stráviteľné, písané skôr mechanicky človekom, ktorý mal ťažkosti so spracovaním biskupského posolstva. V lepšom prípade si sekulárne médium vybralo z listu iba pár zrozumiteľných častí, ku ktorým pridalo vlastnú interpretáciu. Cirkevné médiá novinárom nepomohli, pretože rezignovali na príležitosť predložiť vlastný zrozumiteľný výťah z listov a obmedzili sa na ich kompletne publikovanie v nespracovanej podobe.

Objavili aj typické jazykové problémy, napr. v liste KBS na Tretiu pôstnu nedeľu, venovanom sexualite. Autori v ňom použili zbytočné archaizmy, ako mládenec, deva, medikamenty, ktorých sa ako určitých spestrujúcich prvkov hneď chopili sekulárne médiá, aby nimi oživilo svoje správy. Ponúka sa nám tak typický príklad toho, ako môžu tie isté slová vyznieť úplne odlišne v závislosti od kontextu a prostredia. V sekulárnom mediálnom prostredí pôsobia uvedené výrazy až smiešne, zosmiešňujúco. Podobný jav zasahuje posolstvo správ ako také: to, čo vyznie v náboženskom prostredí prirodzene, pôsobí po presadení do nedomovského prostredia sekulárnych médií exoticky, až negatívne. Často tomu pomáha titulok, ktorý aj zdanlivo neutrálnu správu postaví do negatívneho svetla – napr. keď sa referát o biskupskom posolstve o pravej láske adresovanom mladým otituluje slovami „biskupi kritizujú“ alebo „biskupi odmietajú“. Znova sa tak ukazuje význam predispozície toho, kto posolstvo spracúva, i toho, kto ho prijíma. V závislosti od nej nasmeruje svoju interpretáciu pozitívnym alebo negatívnym smerom, vychádzajúc z toho istého informačného základu.

Záver

Pastierske listy katolíckych biskupov sú pre médiá zaujímavé v prvom rade tým, že ich autormi sú biskupi, teda osobnosti. To môže poslúžiť ako príležitosť zaujať pri ich spracúvaní aj obsahom, ponúknuť posolstvo. Z nášho výskumu vyplynulo, že účinná ponuka posolstva si vyžaduje umenie vypichnúť zaujímavú myšlienku, sprevádzané ochotou zrieť sa komplexného poňatia všetkých (do istej miery nepochybne zaujímavých) myšlienok. V sekulárnom prostredí treba pritom apelovať na základné ľudské túžby po slobode, láske, spravodlivosti a ďalších čnostiach. Návozy na ich dosahovanie sa však musia ponúkať

s vedomím, že v spoločnosti kolujú úplne iné recepty na slobodu a lásku, než hodlá predložiť náboženský komunikátor. Moderný stráviteľný jazyk je už len čerešničkou na torte jeho umenia. A žurnalistické spracovanie namiesto suchého publikovania najzákladnejším predpokladom nejakej torty.

Terézia Rončáková

Bibliografia

CONTRERAS, Diego: "Framing" e "news values" nell'informazione sulla Chiesa cattolica. In: *Direzione strategica della comunicazione della Chiesa*. Ed. Juan Manuel Mora, Diego Contreras, Marc Carroggio. Rome : Edusc, 2007, s. 121 – 136.

ENTMAN, Robert: Framing: Toward clarification of a fractured paradigm. In: *Journal of Communication*, roč. 43, r. 1993, č. 4, s. 51-58.

ENTMAN, Robert: *Projections of Power: Framing News, Public Opinion and US Foreign Policy*. Chicago : University of Chicago Press, 2004, 240 s.

GONZÁLEZ GAITANO, Norberto: Lineamenti metodologici per l'esame della rappresentazione delle radici della socialità che hanno origine nella famiglia. In: *Famiglia e Media. Il detto e il non detto*. Ed. Norberto González Gaitano. Roma : EDUSC, 2008, 183 s. ISBN 978 88 8333 184 8

WALTON, Douglas – REED, Christopher – MACAGNO, Fabrizio: *Argumentation Schemes*. Cambridge : Cambridge University Press, 2008, s. 443. ISBN 9780521723749