

Typ mladého křesťana je přemýšlivý člověk, který hledá. Právě teď se po době půstu pomalu začínají debaty na obrazovku vracet, proč tedy ne? Ale otázka je, zda ho definovat jako pořad pro křesťanskou mládež, nebo spíš by šlo o obecné diskuze a diskutující by byli mimo jiné křesťané. Jako dramaturg rozhodujete o náplni pořadu. Podle čeho vybíráte z tak široké palety témat, které křesťanství nabízí?

Církev vždy volala po tom, že je potřeba více bohoslužeb, ale situace ukázala, že málokterý vhléd je tak málo divácky srozumitelný, jako právě bohoslužby. Bohoslužby jsou servisní služba pro ty, kteří se nemohou dostat do kostela, ale i tady se snažíme nabízet pluralitu a navštěvujeme obyčejná i atypická společenství. U těch komponovaných pořadů, jako jsou Cesty víry nebo Křesťanský magazín, závisí na tom, čemu se říká víra. Já rozlišuji mezi vírou a náboženstvím. Příběh farníka, který chodí rád do kostela, to pro mě sám o sobě není příběh víry. Každý dramaturg hledá ten důvěryplný přesah v něčem jiném, někdo v umění, jiný v překvapivém životním postoji. Vždy je to ale těžké, protože na rozdíl od náboženství se víra fotografuje opravdu nesnadno.

Je na vás vyvíjený tlak z jednotlivých církví, aby dostávaly větší prostor? Třeba podle počtu členů? Díky Bohu, prakticky skoro ne. Dodnes stavíme na ekumenickém základu, který jsme s kolegou Pavlem Kunešem nazvali „zpátky ke kořenům“ a díky kterému jsme byli i profesními kolegy respektováni. Jediným případem, kdy musíme zachovávat určitou paritu zastoupení, jsou bohoslužby. Je televize pomocníkem v Božím díle nebo ďábelský vynález?

Když se bavíme o moci média, není třeba si dělat iluze. Zparchantnělá mocnost začala ovládat tento svět, diktuje mu co je dobré, co je špatné. Stanovuje agendu, na co se má člověk dívat. Je potřeba se tomu postavit. Je to však námi delegovaná moc, mimo jiné tím, na co jsme ochotni se dívat. . To médium je v tom nevinně a je na nás, co mu nabídneme jako ten dobrý obsah. Nemůžu říct, že je ďábelské, nebo andělské. Nevěřím na jeho misijní úlohu, ale ta jeho úloha pravdivě informovat a inspirovat může být použita k dobrému. Já bych ho nedémonizoval, budeme-li k televizi coby médium přistupovat bez předsudků a falešných očekávání může být užitečné...

Jak vnímáte spojení své televizní profese a církevní služby?

Nejdřív jsem myslel, že se mohou doplňovat a potencovat, ale to nemohu potvrdit, jelikož obojí je třeba dělat naplno. Televize musí rozkrývat věci, tak aby si divák mohl udělat názor sám. Pro práci duchovního je také důležité lidi vtahovat do příběhů a pomoci jim se v tom vyznat, a to dělá dobrá žurnalistika i katecheze. Na rovině myšlení si ty dva přístupy mohou pomoci, v praktické realizaci však ne.

rozhovor s M. Otřísačem

DUCHOVNÍ PROSTOR DO MEDIÍ

Média mohou být pro církev dobrým pomocníkem, ale také zlým pánem. Zkusme se jich nebát, neošklivit si je a začít s nimi kooperovat. Možná nás velká moc médií děsí, ale i tak bychom měli „nepřítele“ poznat, abychom s ním mohli bojovat. Pokud zůstaneme pozadu, je opravdu možné, že se staneme pro média a potažmo pro společnost směšnými.

Malý sbor na vesnici může dobře komunikovat s místními novinami, či rádiem. Pozvěte redaktora na nějakou akci mládeže, tak navážete bližší kontakt a máte naději, že přijde. Nezvěte ho rovnou na bohoslužbu, to by ho nejspíš odradilo.

Nesnažte se redaktorovi prodat svou pravdu, nechte ho pracovat, dejte mu prostor se rozhlídnout, buďte mu nápomocni a odpovídejte bez předsudků na jeho otázky.

Je výborné, když se vám podaří umístit do médií vlastní příspěvek. Nemá ale smysl snažit se pravidelně zásobovat noviny vlastními názory na kde co, natož čímkoli, co by budilo podezření z církevní propagandy. Tím byste pouze plnili redakční koš. Je třeba využívat příležitosti, kdy média kriticky probírají téma, které souvisí s křesťanstvím, s morálkou, s civilizací atd. Například církevní restituční, vztah Evropy a Islámu, rodinnou problematiku. Popřípadě kdy je nějaké významné výročí či den – třeba upálení mistra Jana Husa, Velikonoce, Advent... To znamená, musíte se trefit do agendy, kterou se média právě sama zabývají a nedoufat, že jim vnutíte agendu vlastní. Pak je šance uspět daleko větší – média sice nejraději otiskují vlastní názory, ale dávají také prostor lidem, kteří jsou v dané problematice považováni za odborníky, či autority.

Nechtějme rovnou šířit evangelium, mnohem důležitější je, aby si svět všimnul, že tu jsme a nejsme podivní z minulého století. Ostatně touha po duchovnu je lidem vrozená – a současná krize dává duchovnímu rozměru ještě větší význam. Pravda, duchovní prostor, z nějž moderní doba vytěsnila Boha, v současné době okupují všelijací hochštapleři, sektáři a demagogové. Ale tak to přece nemusí být navždy a jakým jiným způsobem na sebe dnes upozornit než skrze média?

Schmarczová, Šárka

JE MÍSTO PRO NÁBOŽENSTVÍ V MEDIÍCH? ANO, ALE...

Církev by se měla angažovat ve světě komunikací. Globální komunikační síť se rozpíná a stává se den ode dne komplexnější; vliv médií na kulturu a její přenos je čím dál viditelnější. Kde dříve média informovala o událostech, tam jsou v současnosti události přizpůsobovány a tvarovány podle potřeb médií. A tak se vztah mezi realitou a médii stal spojitým, což je velmi ambivalentní jev. Na jedné straně se tak mohou stírat rozdíly mezi realitou a iluzí, ale na druhé straně se otevírá bezprecedentní možnost zpřístupnění pravdy mnohem širšímu okruhu lidí. Úkolem církve je ujistit se, že druhá z možností se stane realitou.

Svět médií se může někdy zdát lhostejný, dokonce až nepřátelský ve svých postojích ke křesťanské víře a morálce. Je tomu tak proto, že v mediální kultuře je hluboce zakořeněný typicky moderní postoj, že jedinou absolutní pravdou je, že neexistují absolutní pravdy – a pokud by existovaly, byly by pro lidské chápání nedostupné a tudíž irelevantní. A z tohoto pohledu záleží nikoli na pravdě, ale na „story“; tj. jestliže je nějaké téma chytivé nebo má nosný příběh, pak se pokušení nebrat pravdu na zřetel stává takřka neodolatelným. Výsledkem pak je, že svět médií se zdá být nakloněn evangelizačním snahám asi stejně jako pohanský svět apoštolské doby.

Církev má integrovat své poselství do kultury vytvořené pro moderní komunikaci. Takže je potřebná nová horlivost, nové metody a nové vyjádření myšlenky náboženství. Představivost a kreativita jsou dvě slova potřebná pro pastorální práce v církvi.

Církev v sociálních sdělovacích prostředcích spatřuje Boží dar, protože spojují lidi, aby spolupůsobili na Božím díle spásy (Communio et Progressio č. 2).

Novinové sloupky, rozhlasové mikrofony, televizní kamery a počítačové obrazovky jsou prostředky, od kterých moderní společnost přejímá jejich morální a spirituální orientaci. Je-li to pravda, je podstatné, aby se církev účastnila na výchově veřejného mínění, které vyjadřuje všeobecné hodnoty současné společnosti, aby i ona sama byla přítomna na těchto nových místech se svými novinami a časopisy, se svými rozhlasovými stanicemi a rozhlasovými programy a televizí, se svým hlasem pravdy a lásky.

Je třeba konstatovat, že česká média mají problém pokrývat náboženství jako takové. Pro západní sekulární média je církev dnes především oblíbeným fackovacím panákem: když je okurková sezóna, vždy se najde nějaký případ pedofilního kněze nebo alespoň jiný důvod, proč vylicit církev jako instituci, snažící se všemi silami kazit lidské radosti, zejména ty sexuální.

Všeobecně se dá říci, že existuje velká dezinformovanost o církvi a její činnosti a zároveň velká kritika vůči církvi. „Prodávají“ se dobré bulvární zprávy, dělá se karikatura křesťanské kultury. Dosti dobré místo mají všechny zprávy, které prezentují nějaký konflikt církve se státem. Často se objevují útoky na křesťanské hodnoty (rodina, manželství...). V ČR a dalších bývalých komunistických zemích se řeší v médiích otázky církevního majetku, vždy s velmi kritickým akcentem na církev, která je prezentována jako „chudá“ instituce, která chce co nejvíce peněz.

Ale měli bychom se zeptat, proč se to děje? V médiích je patrná touha, aby náboženství nehrálo žádnou roli ve veřejném životě, aby se stalo jen soukromou věcí. Ve veřejných věcech není přijatelné slovo „církev“, jako by se církev mohla stát konkurentem médií při formaci veřejného mínění společnosti.

Velkým problémem, který ještě utvrzuje takovouto situaci, je to, že málokde se najde v běžném komerčním tisku novinář, kterého by zajímalo něco jiného než vztah církve k potratům, antikoncepci a celibátu, případně ke svěcení žen. Novináři se v českém prostředí příliš neorientují v náboženské tematice a píšou o otázkách náboženství bez „náboženské kultury“, a pak se objevuje mnoho chyb. Seriózní světové deníky mají zpravidla velmi vzdělané specialisty na církevní otázky. U nás jsou v této věci prakticky všechna naše média (snad s výjimkou některých rádií a veřejnoprávní TV) – i ta nejserióznější se tvářící – spíše stále na úrovni bulváru. Vymlouvají-li se na to, že jsme společnost nezajímající se o náboženství, je to komické – i ona (vedle nás samých) za to nese svůj díl viny. Je třeba upozornit, abychom byli spravedliví, že ne vše je tak „špatně“. Můžeme najít také některé pozitivní zkušenosti s tím, jak je prezentováno náboženství a církevní tematika: život papeže (jeho cesty, smrt, volby...), svěcení nového biskupa, liturgické časy (advent, Vánoce, Velikonoce...), charita, kultura... Ale jen tematicky, protože obsahově pořád tyto zprávy obsahují nedostatky. A co dělat, aby situace byla lepší? Vychovávat budoucí novináře na fakultách, aby se lépe orientovali v náboženské tematice a trochu pozapomněli na předsudky o církvi. Je na místě také formovat budoucí kněze a duchovní k otevření se vůči médiím, abychom se médií nebáli. Je to první krok ke změnám.

Média (soubor textů)

Převzato z Katecheze (<https://katecheze.evangnet.cz>)

Autor je knězem augustiánského řádu, vedoucím tiskového střediska České biskupské konference a vyučuje na katedře mediálních studií na Karlově univerzitě v Praze.

Povencho, Juan

Biblický odkaz: 1 Korintským 6,12

Autor: Otřísal, Michael

Autor: Schmardzová, Šárka

Autor: Povencho, Juan

Rok vzniku: 2006

- [Společnost](#)
- [Podklad pro tematický program](#)
- [Dorost](#)
- [Konfirmace](#)
- [Mládež](#)
- [30 minut](#)
- [Na počtu nezáleží](#)

Odkaz na zdroj: <https://katecheze.evangnet.cz/programy/media-soubor-textu>