

Přílohy

Příloha č. 1: Rozhovor s Františkem Jemelkou, vedoucím Tiskového střediska České biskupské konference (dále ČBK)

Evangelizace slova není pro katolickou církev zcela typická, jak ji vnímáte v rámci naší země?

Ten koncept je postavený trochu jinak než u protestantských církví. U nás se aktivity výrazně prolínají, od ČBK, přes řády, celostátní akce jako je *Noc kostelů* nebo diecézní *Dny víry, kurzy Alfa* či využívání nizozemské publikace *Tweeting with God* nebo nakladatelství *Paulínky*, které se systematicky věnuje tiskovému apoštolátu. Potom se postupuje strukturou církve na základní jednotku, farnost. Evangelizací, resp. prvním hlásáním by ale měla být vlastně veškerá naše činnost. Kdybych měl jmenovat, kdo má na sekretariátu ČBK na starosti evangelizaci, tak vyjmenuji všechna střediska; katechetické, které se primárně zabývá výukou náboženství, ekonomické, Odbor evropských fondů, což je prostředek pro rozvíjení aktivit, jejichž výsledkem je hmatatelná služba veřejnosti a dobrovolnická činnost, a samozřejmě tiskové středisko a sekce pro mládež.

Čemu se tiskové středisko přesně věnuje?

Zprvu servisu dovnitř církve na úrovni vedení, tedy sledování toho, kde a jak se hovoří o církvi, přípravě podkladů pro vyjádření církve, prohlášení a rozhovory. Zadruhé poskytuje servis pro pravidelné čtenáře, tedy zpravodajství a pozvánky, zveřejňuje nové dokumenty, výzkumy, brožury, fotografie a videa, a také má na starosti servis pro novináře z mainstreamu, ale i katolických médií, a samozřejmě působení na sociálních sítích.

*Počítáte s tím, že je obsah webu *Církev.cz* určen také nevěřícímu publiku?*

Na rozcestníkovém webu, který provozujeme, jsou asi dvě třetiny obsahu zaměřené na insidery a v rámci jedné třetiny, ačkoliv to není primárně evangelizační projekt, se snažíme zveřejnit něco o sobě v sekcích „Čemu věříme“ a „Čemu se věnujeme“. Ty mají potenciál a stále se rozvíjejí, chceme přistupovat k této části webu formou otázek a odpovědí. Lidé se nás třeba často ptají, co mají udělat, když chtějí nechat pokřtít dítě nebo jdou na katolický pohřeb. Mostem mezi věřícími a nevěřícími mohou být v rámci našeho zpravodajství hlavně témata Vánoce nebo Velikonoce. Některé texty a fotografie jsou popisné, co kde bude, jiné komunikují, o čem ty svátky vlastně jsou. Zaměřují se přitom na různé skupiny příjemců. Pražským arcibiskupstvím provozovaný web *Liturgie.cz* zase mj. vysvětluje lidem zvenčí průběh mše.

Kolik reakcí od čtenářů přibližně přichází?

Přichází nám řádově několik mailů týdně. Konkrétně třeba snoubenci chystali svatbu v Kanadě, ženich byl pokřtěn v ČR, tak jsme kontaktovali tu farnost kvůli opisu křestního listu. Anebo lidé píšou: Co mám udělat, když chci vystoupit z církve? A já jim mohu říci, vyplňte to a to, anebo se snažit vzbudit v nich otázku, zda ten krok křtu chtějí vymazat ze svého života. Lidé někdy píšou ve smyslu „nemám rád církve a dávám vám to najevo“ tak jim píšou, aby se podívali i na pozitivní příklady. Lidí, kteří nám na základě informací, které si na webu našli, napíšou s doplňující otázkou, není málo. Snažíme se proto, aby byl náš web prvním místem hledání informací o církvi. Spolupracujeme také s Mapami.cz, kde je u každého kostela mimo obecných informací odkaz na naši sesterskou aplikaci Bohoslužby.cz, se startem této služby se navíc spojila minikampaň na Facebooku před Vánoci. Je to evangelizace nebo ne? Já myslím, že to má potenciál a spoustu metavyužití.

Můžete říci něco o komunikaci s profánními médii?

Komunikace s mainstreamovými novináři znamená především komunikaci o restitucích. Stojím si za tím, že restituce jsou největší komunikační příležitost katolické církve v České republice od 17. listopadu 1989. Nikdy se o ní od té doby tolik nemluvilo. Proto jsme roku 2013 spustili na restituce a hospodaření církve zaměřený subweb Službaveřejnosti.cz. Spolupracujeme také s německou nadací Renovabis, která finančně podporuje církve ve střední a východní Evropě, a ve čtyřletém projektu snažíme zlepšit naši práci po materiální i kvalitativní stránce, vypracovat komunikační strategii a využít konkrétní nástroje PR a media relations. Copak je tu církve jen pro těch několik stovek tisíc lidí, kteří se k ní hlásí a chodí pravidelně do kostela? Nebo dennodenně nabízí něco, o čem lidé ani neví, nebo si neuvědomují, že je to s církvi spojené? A tam patří charita, humanitární činnost, školství atd. Plodem naší práce v Sekretariátu ČBK je také to, že se v mainstreamových médiích začíná mluvit o počtu křtů či křesťanských sňatků. Novináři se nás ptají na trendy, proč například roste počet dospělých, kteří se připravují k přijetí křtu nebo svátosti smíření.

A co komunikace na sociálních sítích?

Facebookový účet Církve.cz není primárně zaměřen na nevěřící. Má tři a půl tisíce fanoušků, což je solidní základna v rámci katolických médií. Přes 50% je ve věku 25–45 let, tedy cílová skupina není úplně jednolitá a my stojíme před otázkou, zda založit profily orientované na mladé. Na sociálních sítích komunikují i některé diecéze, biskupové, farnosti či další osobnosti církevního života. Za katolickou církve v ČR mluví v zásadě tři lidé – kardinál Dominik Duka, který je zároveň předsedou ČBK, její místopředseda Jan Graubner nebo generální sekretář Stanislav Příbyl. Každý z nich používá jiný komunikační nástroj, to je vidět i na našem webu. Pražské arcibiskupství i pan kardinál mají třeba twitterový účet, Litoměřické biskupství jej má, ale pan biskup ne atp. Na Tiskovém středisku ČBK se snažíme jít cestou personalizace, máme twitterový účet Stanislava Příbyla, který média z podstaty své náplně práce používá nejvíce a píše také blog na Aktuálně.cz.

Je téma uprchlíci také komunikační příležitostí?

Naše hlavní *message* je, že máme síť odborníků, tedy Charitu, která s vědomím křesťanských ideálů pomáhá již v této oblasti již 25 let. Zároveň máme dobrovolnické aktivity farností, sbírky nebo případy přijetí konkrétních uprchlíků. To systematicky popisuje mj. Katolický týdeník. A pak je zde ještě jedna *message*, že jako církve jsme prostřednictvím Charity silný a relevantní partner pro stát a jeho složky, které v národním hledisku řešení této otázky mají na starosti. Charita se stala odborným garantem služeb lidem, kteří u nás žádají o azyl, čímž ukazuje, že to opravdu umíme. Je to profesionální dodavatel a silná dobrovolnická instituce. Například Tříkrálová sbírka není jenom o tom, kolik se vybere peněz, nebo od toho, aby se ukázalo, jak jsou katolíci dobří, ale spíš jde o to, že člověk jde od dveří ke dveřím, baví se s lidmi a může jim předat něco o tom, jak žije. To je evangelizace v širokém pojetí včetně práce našich středisek, Nocí kostelů, Dnů víry, kurzů Alfa, výuky náboženství, pastorage, příprav na přijetí svátostí, křesťanských festivalů - třeba United, projektu Člověk a víra... Takže máme evangelizaci jak centrální na úrovni osmi diecézí, tak na úrovni jednotlivých lidí.

Čtenář zvenku může přesto někdy nabýt dojmu, že církev je elitní klub vyvolených, což je přece mentalita, kterou se tato instituce rozhodla začít opouštět už před 50 lety...

Katolická církev se stále učí komunikovat, využívat příležitosti, nastolovat témata, zaměřovat se na zpracování teoretických analýz a konceptů a na praktický rozvoj dovedností. Logicky jsme na cestě, uvědomujeme si problémy a je otázkou, nakolik se to projeví. Je důležité neustrnout a nepřístupovat k věcem stylem „já mám svoje jisté“, ale být si vědom toho, že je vhodné občas překonat sám sebe, vystoupit z pohodlí své víry, rodiny, společenství, farnosti a říct to lidem venku. Tedy je třeba probouzet potřebu hlásání. Potřebu říct to někomu! Úkolem nás všech věřících je prohlubovat v sobě vědomí, jak podat ruku a otevřít dveře, navázat kontakt. Což pro nás katolíky není jednoduché a není to jednoduché ani pro nás jako pro Čechy.

Má však církev nějakou jednotnou „komunikační strategii“?

Nyní je v rámci Sekretariátu vypracovávána komunikační strategie, ale je třeba říci, že struktura církve není přísně hierarchická jako u firem, ani to nemůžeme nazvat jako holding, situace tedy není tak jednoduchá. V minulosti jsme mj. jednali s různými PR agenturami, které nám nabízejí vypracování koncepce, komunikační strategie, čerpání budgetů... My jim říkáme o společenství lidí, společenství sídelních biskupů, konferencích vyšších představených mužských a ženských řeholí. Ano, my musíme komunikovat, ale jsme trochu jiní vzhledem k velikosti církve a míře její organizovanosti. Je tu několik stovek tisíc praktikujících a několik milionů pokřtěných. Ale co je ten náš produkt? Jak to budeme měřit? Jaký očekáváme efekt? Co bude výsledkem? Snad tisíce děkovných dopisů?

Co třeba jeden změněný život?

Ano, a to je důležité. Jak to člověka zasáhne, to naštěstí dopředu nikdy nevíme. Víra je niterná osobní věc člověka. Je to vztah. Jak budeme popisovat a měřit vztah? Náboženství přece není jen jedna z oblastí života, prostupuje všechny. Témata máme

tedy otvírat a nabízet možnosti. Pracujeme tedy na tom, co je v rámci naší struktury možné a vhodné dělat.

Takže se nelze vtěsnat do škatulek PR agentur?

Spíše ne, ale na druhou stranu zjišťuji, že se i tito lidé takto setkávají se světem, který neznají, nebo se s ním naposledy setkali, když je babička nechala pokřtít. Něco to v lidech vyvolává a to je také plod naší práce a příležitost k evangelizaci.

Co si myslíte o působení papeže Františka?

Provokuje k vyjítí ven, to je bigotně evangelizační zásada. Říká, běžte na periferie, a to nejen z pohledu hmotné nouze, ale i té myšlenkové, duchovní. Pokud máme hodnotit míru úspěšnosti, tak ten člověk to dělá opravdu dobře. Je to pro nás povzbuzení!

Příloha č. 2: Rozhovor s šéfredaktorkou časopisu Český bratr Danielou Ženatou

Kdo je typickým čtenářem Českého bratra?

Sami sebe deklaruujeme jako časopis více zaměřený dovnitř církve. Co se týče našeho čtenářstva, víme, že jsou to převážně lidé středního a staršího věku. Naše církev má ale také samostatný časopis pro mládež *Nota nebe*, který má svá témata a design. Víím, že když je ve sboru farář, který má *Českého bratra* rád, bere jej na biblické hodiny a baví se o něm s lidmi, tak ti lidé jej odebírají ve větším počtu. Máme třeba 50 předplatitelů v malém sboru na Valašsku, zatímco v Praze mnohé věhlasné sbory berou 10 nebo 15 kusů. Sbory se však obecně svou skladbou příliš neliší ve městě a na vesnicích, jsou to převážně lidé z intelektuálního prostředí a naši čtenáři jsou víceméně rovnoměrně rozloženi po celé zemi.

Jaký je celkový náklad časopisu?

To nás trochu mrzí, že náklad stále klesá. Nejčastější model je, že babička umře a rodina předplatně časopisu odhlásí. Přirozený úbytek čtenářů je vyšší než jejich občasný přírůstek. Teď máme náklad kolem 3 000 výtisků. Což není ani málo ani moc vzhledem k tomu, že Českobratrská církev evangelická má 100 000 členů ve 250 sborech. Časopis chodí do všech sborů naší církve.

Provozujete také webové stránky Českého bratra.

Ano, tam jsou veškeré články z časopisu publikovány s měsíčním zpožděním. Nejdříve jsme se báli, že webové stránky časopis ohrozí, ale pak jsme zjistili, že ty cílové skupiny se dost liší. Jsou zde na jednu stranu lidé, kteří si ve sborech časopis pravidelně předplácí a na druhou ti, kteří mají chvilku času a mrknou se na náš web. Teď máme 640 přístupů na web za týden, ale mění se to ve vlnách. Po vydání nového čísla totiž vždy posíláme newsletter předplatitelům. Máme také Facebook, kam dáváme některé články, a přes ten se k nám lidé nejčastěji dostanou, komunikujeme přes Twitter a YouTube kanál.

Jaké je poslání časopisu? Spíše servis pro lidi z církve, nebo také misie a evangelizace?

To nás také trochu trápí a na redakčních radách to často řešíme. Jeden z poradních odborů ČCE je evangelizační a misijní, vedou jej mladí šikovní lidé, kteří mají velkou ambici jít mezi lidi a dělat akce pro širokou veřejnost. Máme dvakrát do roka občasnou rubriku *Evangelizace a misie*. Ale kdybychom to vzali pohledem zvenku, jednu dobu nás podporoval švýcarský fond, a tak jsme na základě té spolupráce před čtyřmi lety chodili po knihkupectvích a nabízeli časopis, aby se k němu lidé lépe dostali. Dnes totiž čtenáři mimo sbory zakoupí časopis pouze v pražských knihkupectvích *Kalich* a *Brána* nebo v katolickém knihkupectví u farnosti sv. Jakuba v Brně. Katolíci s námi tenkrát spolupracovat nechtěli, protestantské církve jim asi připadají podezřelé, i když si myslím, že na ekumenickém poli je ta spolupráce dobrá cesta. *Nota nebe* se pokusila

zařadit do distribuce v Karmelitánském nakladatelství, ale ten efekt je velmi malý. Se Švýcary jsme tenkrát řešili i poněkud nevhodný název *Český bratr*, ptali se nás, copak nemáme v církvi žádné sestry? Ten název je však tradičně vzešlý z Českých bratří, Jednoty bratrské, nemá nic společného s bratry a sestrami v genderovém smyslu. Zejména cizincům, kteří naši historii neznají, ten název zavání nacionalisticky. Naštěstí se dá v němčině odlišit význam *Der Böhmische Bruder* od *der Tschechische*. Naše církev je v tomhle opravdu tradiční a hrdá na své kořeny, a lidé mi sami říkají, že si nedokážou změnu názvu představit.

Je to podobné jako název Katolický týdeník?

Já myslím, že úplně nejhorší jsou *Kostnické jiskry*. To když vidí člověk, který o církvi nic neví, tak si řekne, co to asi je!

Nota nebe nebo Život víry ale svým názvem zaujmout může.

Ano, *Nota nebe* je vtipný název. S *Životem víry* i *Českým zápasem* a dalšími časopisy církvi máme recipročně domluvené posílání výtisků, abychom o sobě věděli.

Hlavní otázka, kterou si v diplomové práci kladu, je, jak lidi zvenku přivést do společenství. Může tomu být Český bratr nápomocný?

Lze nalézt jednotlivé případy, kdy člověk náhodou na Facebooku něco zachytí a začne pátrat, hledačů je ostatně pořád dost, a pak přijde do kostela. Nebo při výletě s rodinou zavítá do kostela a najde tam naše tiskoviny, které ho zaujmou. Ale není to určitě masové.

Co dopisy čtenářů nebo dotazy na upřesnění různých informací o církvi?

Od roku 2010 má naše církev oficiální webové stránky www.e-cirkev.cz. Od letoška je máme zcela inovované, zaměřili jsme se právě na lidi z venku. Jsou tam rubriky „Kdo jsme“, „Čemu věříme“ a „Co děláme“. Otázky lidé mají, určitě jich chodí týdně jednotky až desítky. Lidé se zpravidla chtějí dát pokřtít, anebo mít svatbu v kostele. Někdo se chce obrátit na evangelického faráře kvůli pohřbu. Tyto stránky pro lidi zvenčí jsme oddělili od stránek Ústředí ČCE, které jsou spíše informativní a administrativní, a tudíž určené pro insidery, faráře a seniory, kteří hledají smlouvy, dokumenty, prohlášení nebo vyhlášení výběrových řízení.

Máte jako církve nějakou komunikační strategii, ačkoliv je to velmi zavádějící termín?

Naše tisková mluvčí Jana Vondrová je neustále v kontaktu s lidmi, a to také prostřednictvím sociálních sítí. Lidé jí často volají třeba kvůli tomu, jaký má naše církev vztah k homosexuálům nebo potratům. Chodíme společně také na mediální komise Ekumenické rady církví, kde jsou jednotliví zástupci 11 církví, katolíků, baptistů, metodistů, husitů a dalších. Domlouvá se zde například spolupráce s rozhlasem a televizí.

Co restituce, je to dobrá komunikační příležitost?

Ano, ale hrozně náš štve, že společnost redukovala církev jen na peníze a že to je náš negativní punc, ačkoliv se církve nemají za co omlouvat, protože co bylo ukradeno, to se má vrátit. Mám pocit, že politici hrající na populistickou notu církev zbytečně očerňují.

A sociální služby?

Ano, výborným komunikačním tématem je Diakonie, máme i koordinátorku, která se speciálně věnuje uprchlíkům. Jana Vondrová razí teorii, že sociální služby všeobecně, které zahrnují například pomoc ženám nuceným k prostituci, závislým, nemocným nebo rozvojovou pomoc v zahraničí, dobře prezentují církev ve společnosti. Je to dobrá platforma, díky které se občas dočkáme uznání. Zpravidla od té doby, co někdo někomu umře v hospici, je člověk většinou pozitivně nakloněný církvi, protože poznal, že když jde do tuhého, umíme si s tím poradit. Že to nejsou jen plané řeči, ale že máme pevný základ. Naše církev má také několik rekreačních středisek, v Bělči pořádá každoročně tábory pro děti s postižením. Dělá se to díky dobrovolníkům, kteří jsou školeni na asistenty, pro rodiče je to odlehčovací služba. Za poslední roky se kolem té akce nabalila obrovská komunita lidí, kteří dříve s církví neměli nic společného, ale například na doporučení známých tam jeli se svými postiženými dětmi. Tam bych řekla, že máme kladné body. Připadá mi, že každý jednotlivý úsek naší práce je velmi specifický, ale pro společnost mnoho dělá. Nevím, jestli je to jen náš dojem, protože odezva od společnosti je spíše malá. Pořád se setkávám s lidmi, kteří nikdy neslyšeli o Diakonii, a tak si říkám, zda děláme něco špatně. Řada farářů také dobře spolupracuje s obcemi a školami, a to nejen jako učitelé náboženství, ale spíše jako organizátoři kulturních akcí. Myslím, že tyto příklady dokazují, že Českobratrská církev evangelická je otevřené společenství a že její aktivity obohacují celou společnost. To je evangelizace skrze konkrétní činnosti a akce. V jejich podtextu je křesťanský základ a reformační důraz na solidaritu a zodpovědnost.

Příloha č. 3: Kódovací kniha

Kvantitativní obsahová analýza: Možnosti evangelizace ve vybraných křesťanských tištěných periodikách a on-line médiích

Kategorie, kódy:

CISLO

Číslo textu

1...

MEDIUM

01 Katolický týdeník

02 Český bratr

03 Život víry

DATUM

1. 1. 2015 apod.

TYP_CL

Typ obsahu z hlediska žurnalistiky

01 zpráva

02 rozhovor

03 homilie

04 komentář/glosa/poznámka/zamyšlení

05 esej

06 recenze

07 editorial

08 zpětná vazba od čtenářů

09 anketa

10 inzerát/pozvánka na akci/oznámení

11 komiks, vtip, karikatura

12 modlitba

TYP_CL_E

Typ obsahu z hlediska evangelizace

01 Evangelizující

02 O evangelizaci

TIT

Titulek textu

01 Na první pohled evangelizující

02 Téma evangelizace není z titulku patrné

TIT 1

Výskyt na titulní straně, resp. hypertext

01 Ano

02 Ne

KDE (jen u Katolického týdeníku)

01 Hlavní část periodika

02 Příloha Perspektivy

03 Příloha Doma

04 Diecézní zpravodaj

05 Jiné (Mladí lidé a církev,

Papežská misijní díla)

HL_TEMA

Hlavní téma článku viz SEZNAM

VE_TEMA

Vedlejší téma článku viz SEZNAM

SPOL

01 Se zmínkou o společenství, farnosti/sboru hnutí, neziskovce, iniciativě, kurzu

02 Bez

KON+OS

01 S kontaktem, adresou, mailem, webovou adresou, jménem duchovního, organizátora

02 Bez

VIZUAL

01 S fotografií, ilustrací

02 Bez

ROZSAH

01 Jedna strana

02 Půlka strany

03 Čtvrtina

04 Méně

SEZNAM TÉMAT

01 Svědectví každodenním životem

02 Svědectví o víře jako způsob evangelizace

03 Písmo, teologie

04 Dialog s ateismem, ekumenismus a mezináboženský dialog

05 Děti a mládež – pastore a katecheze

06 Aktuality o dění v církvi

07 Modlitba, bohoslužba, křest, svatba

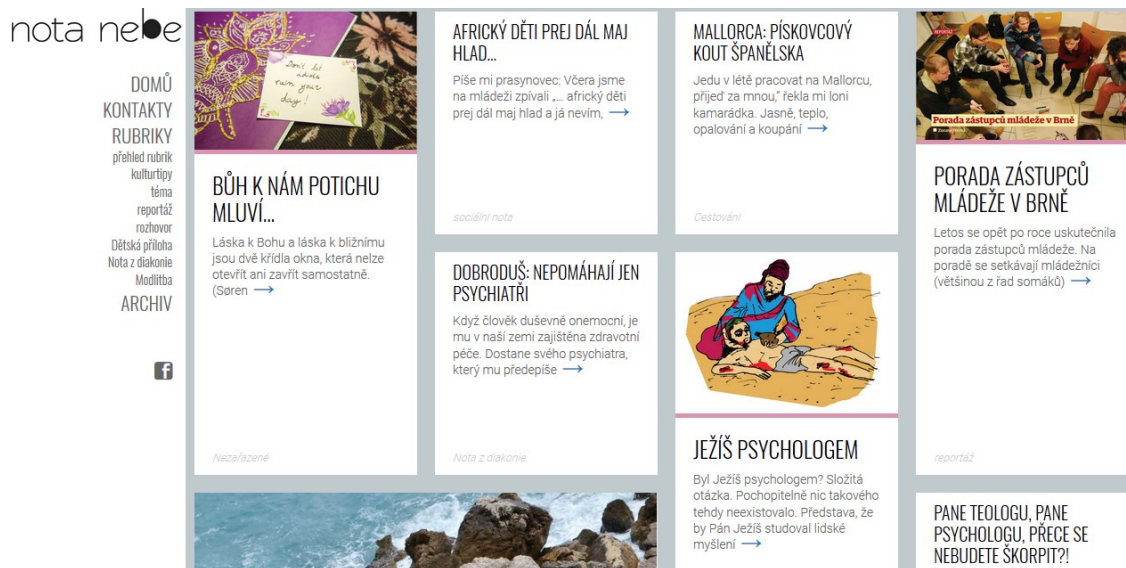
08 Profese, která souvisí s životem víry

09 Umění, kultura

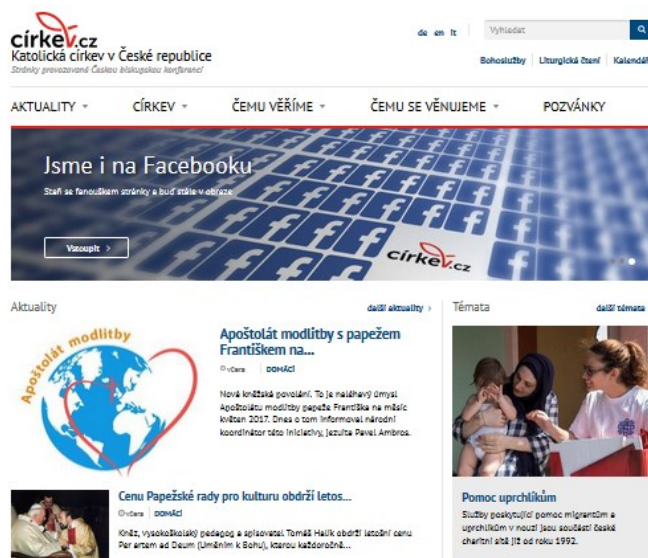
10 Duchovní povzbuzení, útěcha, naděje

Příloha č. 4: Obrazová příloha

Obrázek č. 1: Printscreens *Nota nebe* (10. 5. 2017)



Obrázek č. 2: Printscreens portálu *Církev* provozovaného ČBK (10. 5. 2017)



Obrázek č. 3: Printscreens facebookové stránky *Života víry* (10. 5. 2017)

ŽIVOT VÍRY
www.zivotviry.cz

ŽIVOT VÍRY
měsíčník křesťanů,
kteří chtějí měnit dobu

Život víry
@zivotviry

Hlavní stránka
Příspěvky
Fotky
Videa
To se mi líbí
Informace
Vytvořit stránku

To se mi líbí Sledovat Sdílet ... Koupit Zpráva

Doporučeno pro vás

To se líbí 2 067 lidem
Toto se líbí uživateli Mik To se mi líbí

91% míra odezvy

Časopis

Komunita

Pozvěte své přátele dát stránce To se mi líbí

2 067 people like this

2 018 people follow this

To se líbí Pěťa Bartlová a dalším přátelům (4)

Informace Zobrazit vše

Poslat zprávu

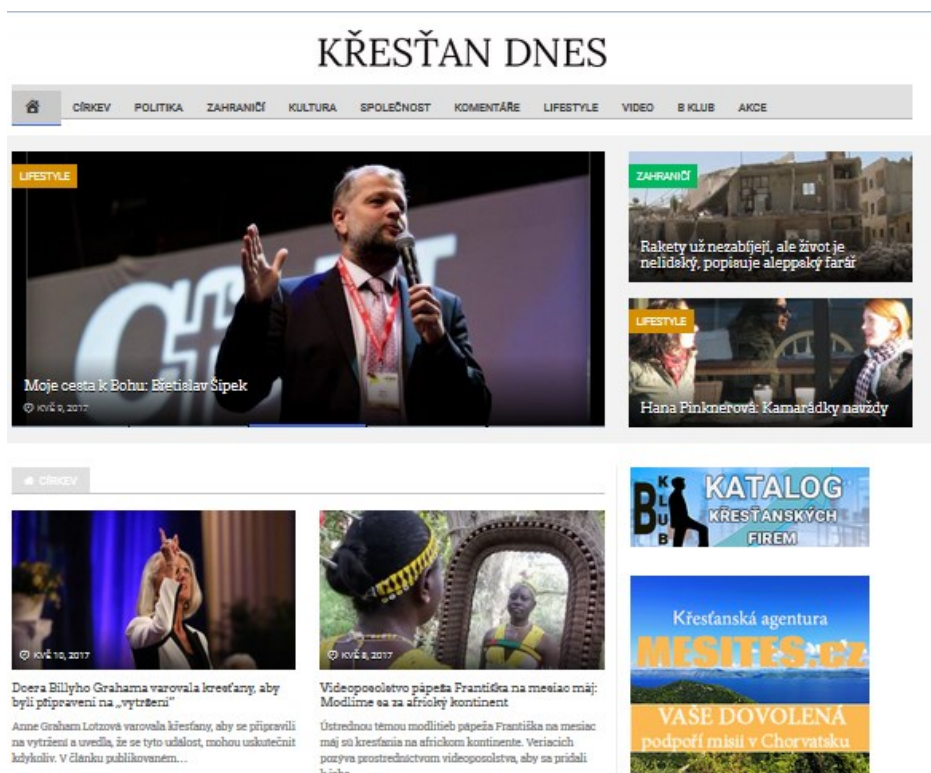
www.zivotviry.cz

Časopis

Stav Fotka nebo video

Napište něco na tuto stránku...

Obrázek č. 4: Printscreen *Křesťan Dnes* (10. 5. 2017)



Obrázek č. 5: Webové stránky *Českého bratra* (10. 5. 2017)

