

**UNIVERZITA KARLOVA V PRAZE**

**FAKULTA SOCIÁLNÍCH VĚD**

Institut politologických studií

**Petr Štefan**

**Rádio Maryja a polský národní katolicismus  
jako významný faktor polské politické scény**

Diplomová práce

Praha 2010

Autor práce: **Petr Štefan**  
Vedoucí práce: **PhDr. Josef Mlejnek, Ph.D.**  
Oponent práce:  
Datum obhajoby: 2010  
Hodnocení:

## **Bibliografický záznam**

ŠTEFAN, Petr. *Rádio Maryja a polský národní katolicismus jako významný faktor polské politické scény*. Praha: Univerzita Karlova v Praze, Fakulta sociálních věd, Institut politologických studií, 2010. Počet stran 135. Vedoucí diplomové práce PhDr. Josef Mlejnek, Ph.D.

## **Anotace**

Diplomová práce „Rádio Maryja a polský národní katolicismus jako významný faktor polské politické scény“ zkoumá katolické Rádio Maryja a jeho vliv na polské politické scéně. Začíná teoretickým úvodem, který popisuje vliv médií a jeho využívání v politickém marketingu. Snaží se zmapovat polskou mediální scénu a vymezit tak úlohu katolického rozhlasu na ní. Práce popisuje mediální dům ředitele stanice Tadeusze Rydzyka a analyzuje posluchače i vysílání rádia. Na základě rozboru polských konfliktních linií a elektorátu jednotlivých politických stran dospívá k charakteristice stran, které mají k rádiu názorově nejbližší. Stěžejní část práce se pak věnuje zkoumání konkrétního politického vlivu rádia a to především při prezidentských volbách v roce 1995 a 2005 a při volbách do sejmu v letech 1997, 2001, 2005 a 2007. Snaží se poukázat na konkrétní příklady mediální manipulace a zanalyzovat vliv, kterým stanice disponuje. Kromě vztahu k politice se ve stručnosti věnuje i vztahům na církev. Práce se ve svém závěru snaží zasadit fenomén rozhlasu do širšího tématu polského národního katolicismu jako významného faktoru transformace polské politické scény. Popisuje vztah státu a církve v oblastech stěžejních pro polskou společnost a snaží se nastínit, jak bude vypadat vztah státu a církve v budoucnu.

## **Abstract**

Diploma thesis „Radio Maryja and Polish national catholicism as an important factor on the Polish political scene“ researches catholic Radio Maryja and its influence on the Polish political scene. The introduction is based on the theory, which describes the influence of media and how is this influence used in political marketing. The paper tries to describe Polish medial scene and define the role of the catholic radio in it. Thesis describes publishing house of the father director Tadeusz Rydzyk and analyses the listeners and also the broadcasting of the radio. Based on study of the Polish cleavages and the electorate of political parties the thesis characterizes the parties, which opinions are the closest to the radio. The pivotal part of the thesis researches concrete political influence of the radio mainly during the presidential

elections in 1995 and 2005 and during the elections to Sejm in 1997, 2001, 2005 and 2007. It tries to show the concrete examples of the media manipulation and analyse the influence of the station. Except the relation to the politics it also describes the relation to the church. The thesis tries in conclusion to position the phenomeon of the radio to the broader theme of Polish national catholicism as an important factor of the transformation of Polish society after the fall of communism. It describes the relation between the state and the church and tries to describe, how will this relation look like in the future.

### **Klíčová slova**

Rádio Maryja, Polsko, politika, transformace, katolicismus, vliv médií, vysílání, volby

### **Keywords**

Radio Maryja, Poland, politics, transformation, catholicism, media influence, broadcasting, elections

## **Prohlášení**

1. Prohlašuji, že jsem předloženou závěrečnou magisterskou práci zpracoval samostatně na základě pramenů a literatury uvedené v seznamu.

2. Souhlasím s tím, aby práce byla zpřístupněna veřejnosti pro účely výzkumu a studia.

V Praze, 4. ledna 2010

Petr Štefan

Podpis: .....

## **Poděkování**

Na tomto místě bych rád poděkoval především vedoucímu své diplomové práce PhDr. Josefu Mlejnкови, PhD. za rady a odbornou pomoc při její tvorbě.

Univerzita Karlova v Praze  
Fakulta sociálních věd  
Institut politologických studií

**Projekt magisterské diplomové práce**

***Název práce: Rádio Maryja a polský národní katolicismus jako významný faktor polské politické scény***

*Autor práce: Bc. Petr Štefan*

*Vedoucí práce: PhDr. Josef Mlejnek, Ph.D.      Podpis:.....*

*Praha, 7. 5. 2007*

## **Obsah diplomové práce**

### **Uvedení do problému:**

Magisterská diplomová práce bude věnována Rádiu Maryja a zkoumání jeho vlivu na polské politické scéně. Fenomén tohoto národně katolického rádia zasadím do širšího tématu polského národního katolicismu jako významného faktoru polské politické scény.

Rádio Maryja bylo založeno v roce 1991 v Toruni. Držitelem je řád redemptoristů (konkrétně jeho varšavská provincie) coby právnická osoba, ředitelem je otec Tadeusz Rydzik. V roce 1994 stanice získala celostátní licenci. Rádio obdrželo statut společenského mecenáše, nesmí tak vysílat reklamy, ale má výraznou slevu (80 %) při placení licenčních poplatků. Hlavním zdrojem financování provozu stanice jsou dary posluchačů a příznivců. Uváděné počty posluchačů se různí, pohybují se však v řádu několika (2-3) milionů. Převážnou část tvoří starší osoby s nižším vzděláním, lidé žijící na venkově, mezi posluchači převažují ženy.

Program vysílání má převážně náboženský charakter: tvoří ho modlitby, meditace, kázání a podobně. Problematická je ale část vysílání věnovaná společenským či přímo politickým tématům. Zaznívá v něm totiž silné odmítání EU, hospodářských změn v Polsku po roce 1989 a liberálních konceptů uspořádání společnosti a státu. Ve svých společenských či politických pořadech Rádio Maryja často navazuje na ty nejhorší tradice polského katolicismu: na jeho populismus, autoritářství, antiliberalismus a antisemitismus.

### **Cíle diplomové práce:**

Rádio Maryja po celou dobu své existence podporovalo víceméně úspěšně vybraná politická uskupení. Zprvu se podpoře Rádía Maryja těšila Volební akce Solidarita, ta však nesplnila očekávání a roku 2001 se Rádio Maryja přiklonilo k nově vzniklé straně Liga polských rodin. Ve volbách 2005 Rádio Maryja podporovalo hlavně politickou stranu Právo a spravedlnost.

Hlavním úkolem magisterské diplomové práce bude dokázat, zda v minulosti mělo Rádio Maryja a jemu spřízněná média (Náš deník, televizní stanice Trwam) a obsah jejich vysílání vliv na voličské chování jejich posluchačů respektive na volební zisky výše zmíněných polských politických stran. Tento případný vliv budu analyzovat především na případu polských voleb do Sejmu v roce 1993, 1997, 2001 a 2005 a rád bych ho posoudil i z hlediska současnosti. Pokusím se také naznačit trend ve vývoji tohoto vlivu.



Polský národní katolicismus je významný faktor polské politické scény. Svou roli sehrává především na jedné z nejmarkantnějších konfliktních linií (cleavages) polské stranicko-politické scény a to na linii stát-církev. Na příkladu Rádía Maryja a dalších médií kontroverzního polského duchovního řádu redemptoristů Tadeusze Rydzyka se budu snažit ukázat konfrontaci na této linii. Položím si také otázku, zda se hodnoty polského národního katolicismus slučují s cíli transformačního procesu z komunistického státu ve stát demokratický. Díky rozložení posluchačů Rádía Maryja se budu věnovat i výrazné polské konfliktní linii město-venkov.

### **Metody zkoumání:**

Pasivní znalost polského jazyka a zároveň přístup k živému vysílání Rádía Maryja na internetu mi umožňuje analyzovat obsah jeho vysílání. Předmětem mého zkoumání bude zejména problematická část vysílání věnovaná politickým tématům. Z části vysílání, která se věnuje společensko-politické publicistice, se budu snažit analyzovat, které strany má Rádio Maryja tendenci podporovat a jakým způsobem tak činí. Na průzkumech veřejného mínění se pak budu snažit ukázat, jak vysílání působí na elektorát podporované politické strany a také jak ovlivňuje cílovou skupinu Rádía Maryja.

Ke svému zkoumání bych také rád využil články z polského tisku, studie polské politické scény, výzkumy veřejného mínění a odbornou literaturu, která se věnuje polské politické scéně a také zkoumání vzájemného vlivu médií a politiky.

### **Osnova:**

#### **1. Úvod**

#### **2. Rádio Maryja**

2. 1. Rádio Maryja, součást „mediálního impéria“ Tadeusze Rydzyka

2. 2. Rydzyk, kontroverzní duchovní

2. 3. Obsah vysílání Rádía Maryja

2. 4. Posluchači Rádía Maryja

2. 5. Máte naši podporu

2. 5. 1. Koho a jak Rádio Maryja podporovalo

2. 5. 2. Vztah mezi vysíláním rádia a volebními výsledky

2. 5. 2. 1. Volby do Sejmu 1993 a 1997

2. 5. 2. 2. Volby do Sejmu 2001

## 2. 5. 2. 3. Volby do Sejmu 2005

### 3. Katolicismus versus transformační proces

3. 1. Konfliktní linie stát – církev
3. 2. Konfliktní linie město – venkov

### 4. Závěr

## Prameny a literatura:

### Prameny:

Vysílání Rádia Maryja (<http://www.radiomaryja.pl>)

Veřejná vyhlášení, články, rozhovory Tadeusze Rydzyka

Články v deníku Nasz Dziennik (<http://www.naszdziennik.pl>)

### Literatura:

**Bogucka T.**, *Polak po komunizme*, Krakov, 1997

**Breindl J.** „Sebeobrana a Liga polských rodin – protestní strany v polském parlamentu,” *Středoevropské politické studie*, roč. 5, č. 4, on-line text (<http://www.iips.cz/seps.html>).

**Burton G.**, *Úvod do studia médií*, Brno, 2001

**DeFleur, Melvin L.**, *Teorie masové komunikace*, Praha, 1996

**Dyczewski L.**, *The family in a transforming society*, Lublin, 1999

**Elberts M.**, *The Blessed Union? The Roman Catholic Church and Poland's Accession to the EU*

**Fiala P.**, *Katolicismus a politika. O politické dimenzi katolicismu v postmoderní době*. Brno, 1995

**Fiala P., Strmiska M.** „Spřízněny volbou? Křesťansko-demokratické a křesťansko-nacionální strany v postkomunistických pluralismech“, *Politologický časopis*, roč. 8, č. 3, s. 279 – 286.

**Fiala P.; Herbut R. a kol.**, *Středoevropské systémy politických stran*. Česká republika, Maďarsko, Polsko a Slovensko. Brno 2003

**Grabowska M.** „Kościół i polityka“, *Tygodnik powszechny*, 6. 2. 2006, (<http://tygodnik.onet.pl/1547,1311109,dzial.html>).

**Grabowska M.** „Polskie wybory 2005“, *Znak*, č. 607, s. 5-13.

**Christophorou Ch.**, *Media and Elections: case studies*, Bělehrad, 2003

- Jirák J., Köpplová B.**, *Média a společnost*, Praha, 2003
- Jirák J., Říchová B.**, *Politická komunikace a média*, Praha 2000
- Kolektiv autorů**, *Média a politici*, MediaReport, Praha, 2001
- Kopeček L.** „Liga polských rodin a Sebeobrana – Proč nevstupovat do Evropské unie”, *Středoevropské politické studie*, roč. IV, č. 1, on-line text (<http://www.iips.cz/seps.html>).
- Krasnodębski Z.** „Postkomunizm - życie po życiu”, *Rzeczpospolita*, příloha Plus-Minus, 8. 5. 2004. Český překlad in: *Revue Politika* č. 6/7 2004.
- Kubát M.**, *Demokracie v Polsku: politický systém Polské republiky (1989-2005)*, Praha, 2005
- Kubát M.**, *Politika v Polsku po roce 1989: volby, volební systémy a jejich politické konsekvence*, Praha, 2000
- Kubát M.**, *Postkomunismus a demokracie: politika ve středovýchodní Evropě*, Praha, 2003
- Luks L., Lobkowicz N.**, *Der polnische Katholizismus vor und nach 1989: von der totalitären zur demokratischen Herausforderung*, Böhlau, 1998
- McQuail D.**, *Úvod do teorie masové komunikace*, Praha, 2002
- Miliard F.**, *Elections in Poland 2001: Party Chaos and Electoral Manipulation*, University of Essen, Paper prepared for the BASEES Annual Conference, Cambridge, 8 April 2002
- Mlejnek J.** „IV. republika, nebo diumvirát ‚kačerů‘?“, *Revue Politika*, roč. 3 (15), č. 9, s. 15-21.
- Mlejnek J.**, *Liga polských rodin – reprezentantka poražených v transformačním procesu?*, in: Němec, Jan – Šustková, Markéta (eds.): *III. Kongres českých politologů*, Olomouc 8.-10. 9. 2006, Česká společnost pro politické vědy, Praha, Olomouc, s. 364-376
- Paczynska A.** (2005). „Inequality, Political Participation, and Democratic Deepening in Poland“, *East European Politics and Societies*, roč. 19, č. 4, s. 573–613
- Staniszki J.**, *Postkomunismus: zrod hádanky*, Brno, 2006
- Szcerbiak A.**, *Party structure and organisation in post-communist Poland*, University of Sussex, Paper for the Political Studies Association-UK 50th Annual Conference, London, 10-13 April 2000
- Sztumski J.**, *Wybory parlamentarne 2001. Scena polityczna – aktorzy – programy – strategie*. Wydawnictwo Uniwersytetu Śląskiego, Katowice
- Táborský J.**, *Transformace české a polské postkomunistické společnosti*, Olomouc, 2001
- Wiatr J.; Raciborski J.; Bartkowski J.; Frątczak-Rudnicka B.; Kiliński J.**, *Demokracja Polska 1989-2003*. Wydawnictwo Naukowe Scholar, Varšava

**Wiatrów M.**, *Liberalny diabeł u Okopów Świętej Trójcy. Socjologiczna analiza fenomenu narodowego katolicyzmu w Polsce lat 90-tych*. Diplomová práce zveřejněná na internetu (<http://www.radiomaryja.pl.eu.org/teksty/mwiatrow/index.html>)

**Zarycki T.**, *Four Dimensions of Center-Periphery Conflict in the Polish Electoral Geography*, in: Tatiana Klonowicz, Grażyna Wieczorkowska (eds.) (2002) *Social Change. Adaptation and Resistance*. Warsaw: Warsaw University . Institute for Social Studies

**Zarycki T.**, *The New Electoral Geography of Central Europe*, Research Support Scheme, Higher Education Support Program of the Open Society Institute

### **Internetové zdroje:**

Agentury pro výzkum veřejného mínění:

CBOS (<http://www.cbos.pl>)

GfK Polonia (<http://www.gfk.pl/index.php>)

OBOP (<http://www.tns-global.pl>)

PBS (<http://www.pbsdga.pl>)

Deník Gazeta Wyborcza (<http://www.gazeta.pl/wyborcza>)

Deník Rzeczpospolita (<http://www.rzeczpospolita.pl>)

Sejm Polské republiky (<http://www.sejm.gov.pl>)

Státní volební komise (<http://www.pkw.gov.pl>)

Tygodnik Powszechny (<http://tygodnik.onet.pl>)

Týdeník Polityka (<http://www.polityka.onet.pl>)

# OBSAH

<b>ÚVOD.....</b>	<b>16</b>
Cíl práce.....	17
Hypotézy.....	17
Zpracování tématu v literatuře.....	17
Metodologie.....	18
Struktura textu práce.....	18
<b>1. VLIV MÉDIÍ.....</b>	<b>20</b>
1.1 Jak se v současnosti pohlíží na účinky médií.....	20
1. 1. 1 Etapy ve výzkumu médií.....	20
1. 1. 2 Současné zkoumání médií.....	21
1. 2 Konkrétní účinky médií.....	22
1. 2. 1 Faktory ovlivňující účinnost médií.....	22
1. 2. 2 Typy předpokládaného účinku médií.....	23
1. 2. 3 Obecné parametry typů účinků médií.....	24
1. 2. 4 Konkrétní pozorované účinky médií na jednotlivce.....	27
1. 2. 5 Konkrétní pozorované účinky médií na společnost.....	29
<b>2. POLITICKÝ MARKETING.....</b>	<b>31</b>
2. 1 Postmoderní kampaně.....	31
2. 2 Co je politický marketing.....	32
2. 3 Jak politický marketing funguje.....	33
2. 4 Politická propagace a politická reklama.....	34
2. 4. 1 Techniky politické propagace.....	34
2. 4. 1. 1 Propagace v audiovizuálních médiích.....	35
2. 4. 1. 2 Audioreklama.....	36
2. 5 Jak se mění kampaň díky novým technikám.....	37
<b>3. POLSKÁ MEDIÁLNÍ SCÉNA.....</b>	<b>38</b>
3. 1 Proč jsou média důležitá pro polskou politiku.....	38
3. 2 Kdo působí na polské mediální scéně.....	39
3. 2. 1 Televize a rozhlas.....	39
3. 2. 2 Deníky a časopisy.....	40
3. 3 Vývoj ve vlastnictví médií.....	41
3. 4 Snahy politiků ovládnout média.....	42
<b>4. MEDIÁLNÍ IMPÉRIUM TADEUSZE RYDZYKA.....</b>	<b>43</b>
4. 1 Tadeusz Rydzyk.....	43
4. 1. 1 Kariéra kontroverzního duchovního.....	43
4. 1. 2 Názory Tadeusze Rydzyka.....	44
4. 2 Katolický mediální dům.....	45

4. 2. 1 Vztah Rydzykových médií k ostatním médiím.....	46
4. 3 Rádio Maryja.....	46
4. 3. 1 Program stanice.....	47
4. 3. 2 Financování stanice.....	49
4. 3. 2. 1 Reklama v rádiu.....	50
4. 3. 3 Posluchači rádia.....	51
4. 3. 3. 1 Profil posluchače.....	52
4. 3. 3. 2 Rodina Rádía Maryja.....	55
4. 3. 3. 3 Mohérové barety.....	55
4. 3. 4 Kontroverze na vlnách stanice.....	56
4. 3. 4. 1 Extrémní patriotismus.....	56
4. 3. 4. 2 Antisemitismus.....	59
4. 3. 4. 3 Homosexualita, potraty, eutanázie, trest smrti .....	60
<b>5. RÁDIO MARYJA A POLITIKA.....</b>	<b>62</b>
5. 1 Postavení a role stran v polském politickém systému.....	62
5. 1. 2 Konfliktní linie (cleavages) polské společnosti.....	62
5. 1. 2. 1 Štěpení v devadesátých letech.....	63
5. 1. 2. 2 Volby 2001 a jejich vliv na štěpné linie.....	65
5. 1. 2. 3 Volby 2005.....	67
5. 1. 2. 4 Volby 2007.....	68
5. 2 Liga polských rodin a Právo a spravedlnost ve vztahu k posluchačům RM.....	70
5. 2. 1 Právo a spravedlnost.....	70
5. 2. 2 Liga polských rodin.....	71
5. 2. 3 Co mají obě strany společného.....	73
5. 2. 3. 1 Rok 2005.....	77
5. 2. 3. 2 Prezidentské volby jak důkaz podobnosti elektorátu.....	80
5. 2. 3. 3 Rok 2007.....	81
5. 2. 4 Právo a spravedlnost se stává venkovskou stranou.....	82
<b>6. POLITICKÝ VLIV RÁDIA MARYJA.....</b>	<b>83</b>
6. 1 Jak Rádio Maryja ovlivňuje politické názory posluchačů.....	83
6. 1. 1 Práce s telefonáty posluchačů.....	84
6. 2 Vývoj politické přízně Rádía Maryja.....	86
6. 2. 1 Prezidentské volby 1995.....	87
6. 2. 2 Parlamentní volby 1997.....	87
6. 2. 3 Parlamentní volby 2001.....	89
6. 2. 4 Prezidentské a parlamentní volby 2005.....	91
6. 2. 4. 1 Politika na vlnách Rádía Maryja v roce 2005.....	93
6. 2. 4. 2 Co za to Rádio Maryja dostalo?.....	97
6. 2. 5 Předčasné parlamentní volby 2007.....	98
6. 3 Interpretace volebních výsledků.....	99
6. 4 Rádio Maryja ve vztahu k církvi.....	101

<b>7. KATOLICISMUS V POLSKÉM TRANSFORMAČNÍM PROCESU.....</b>	<b>105</b>
7. 1 Církev v moderní polské historii.....	105
7. 1. 1 Vznik konceptu Polák-katolík.....	105
7. 1. 2 Vývoj vztahu státu a církve v éře komunismu.....	106
7. 1. 3 Vztah státu a církve po roce 1989.....	109
7. 2 Církev a její vliv na politiku.....	110
7. 2. 1 Prezidentské volby 1990.....	110
7. 2. 2 Parlamentní volby 1991.....	111
7. 2. 3 Parlamentní volby 1993.....	111
7. 2. 4 Prezidentské volby 1995.....	112
7. 2. 5 Parlamentní volby 1997.....	113
7. 2. 6 Parlamentní volby 2001.....	113
7. 2. 7 Parlamentní volby 2005.....	113
7. 2. 8 Situace v církvi po parlamentních volbách v roce 2007.....	114
7. 3 Polská debata o potratech.....	115
7. 4 Oficiální statut církve v Polsku.....	117
7. 4. 1 Cesta ke konkordátu.....	118
7. 4. 1. 1 Hlavní body konkordátu.....	119
7. 4. 2 Debata o znění ústavy.....	119
7. 5 Postavení církve v demokratickém Polsku.....	121
7. 5. 1 Obtížný přechod církve k demokracii.....	121
7. 5. 2 Církev v souboji s alternativním viděním světa.....	122
7. 5. 3 Vývoj vztahu státu a církve v budoucnu.....	123
<b>ZÁVĚR.....</b>	<b>125</b>
Hypotézy.....	126
Summary.....	127
<b>PRAMENY A LITERATURA.....</b>	<b>128</b>
Prameny.....	128
Ostatní zdroje.....	128
Literatura.....	128
Dokumenty.....	129
Studie.....	129
Články.....	131
Internetové zdroje.....	133
<b>SEZNAM POUŽITÝCH ZKRATEK.....</b>	<b>134</b>
<b>SEZNAM PŘÍLOH.....</b>	<b>135</b>
Přílohy.....	135

# ÚVOD

Předložená magisterská diplomová práce se věnuje polskému konzervativnímu katolickému Rádiu Maryja a jeho vlivu na polské politické scéně. Fenomén rozhlasu se potom snaží zasadit do širšího tématu polského národního katolicismu jako významného faktoru polské politické scény.

Rádio Maryja bylo založeno v roce 1991 v severopolské Toruni. Držitelem koncese je řád redemptoristů a ředitelem je otec Tadeusz Rydzyk. V roce 1994 stanice získala celostátní licenci a v celopolském éteru tak působí nepřetržitě téměř 16 let. Podle podmínek licence rádio nesmí vysílat reklamy, hlavní zdrojem financování jsou proto dary posluchačů a příznivců. Uváděné počty posluchačů se různí, pohybují se však v řádu několika (2-3) milionů. Jejich převážnou část tvoří starší lidé s nižším vzděláním, lidé žijící na venkově, mezi posluchači převažují ženy.

Program vysílání má převážně náboženský charakter: tvoří ho modlitby, meditace, kázání a podobně. Problematická je ale publicistická část vysílání, která se věnuje politickým nebo společenským tématům. V těchto pořadech, které jsou hlavním předmětem zkoumání této diplomové práce, se totiž ozývá nejen antisemitismus, silné odmítání EU a kritika liberálních konceptů uspořádání společnosti a státu, ale zejména před volbami také silná agitace za určité politické strany.

Rádio Maryja během svého působení podporovalo více politických uskupení. Práce se tak bude snažit zmapovat, které strany to byly a proč právě ony. Snaží se také najít klíč proč a jak se přízeň toruňského rozhlasu přelévá a proč mají strany o přízeň rozhlasu takový zájem. Stěžejní částí práce je tak zkoumání vlivu vysílání na voličského chování.

Rádio Maryja je však jen produktem daleko širšího fenoménu a to polského národního katolicismu. Předložená práce se tento fenomén bude snažit popsat z hlediska polské transformace a především ho ukázat v politických a společenských střetech od devadesátých let do současnosti.

Toto téma jsem si zvolil především proto, že jsem ve své diplomové práci chtěl uplatnit znalosti z bakalářského studia žurnalistiky o vlivu médií ve společnosti a skloubit je se znalostmi získanými při studiu politologie. Příklad Rádía Maryja mě zaujal, protože je na něm dobře vidět širší fenomén totiž to, že i v demokraciích existují mediální síly, které skrytě a propagují určité politické hráče.



## **Cíl práce**

Tato práce si klade za cíl kompletně popsat fenomén Rádía Maryja a pomoci českému čtenáři pochopit úlohu, kterou plní v polském veřejném prostoru, a to zejména s ohledem na vztah rádia k polské politice.

Cílem práce je prokázat a popsat, jak rádio zprvu podporovalo Volební akci Solidarita, v roce 2001 stálo u vzniku ultrakatolické Ligy polských rodin a ve volbách v roce 2005 a především 2007 podporovalo partaj Právo a spravedlnost bratrů Kaczyńských.

Hlavním cílem práce je poodhalit, zda obsah vysílání měl vliv na voličské chování posluchačů, respektive na volební zisky zmíněných uskupení. Zkoumání budou podrobeny zejména prezidentské volby v roce 1995 a 2005 a dále volby do Sejmu v roce 1997, 2001, 2005 a 2007.

V poslední části jsem si položil otázku, jak v polském prostředí vypadá vztah státu a církve a jaký vliv má fenomén národního katolicismu na transformaci polské společnosti.

## **Hypotézy**

1. Rádio Maryja podporuje ve svém vysílání určité politické strany a jeho přízeň k nim se v průběhu času mění.
2. Vysílání Rádía Maryja má vliv na voličské chování svých posluchačů a častou agitací je může utvrdit ve volbě strany, kterou v éteru protěžuje.

## **Zpracování tématu v literatuře**

V českém prostředí je literatura o Rádiu Maryja jen velmi skromná. Monografie rozebírající tuto stanici neexistuje, a tak se Rádio Maryja objevuje jen jako zmínka v politologické literatuře, která se věnuje polské politice. Její vliv stručně rozebírá například Michal Kubát ve své knize Demokracie v Polsku: politický systém Polské republiky (1989-2005). Ostatní čeští autoři většinou konstatují, že rádio disponuje jistým vlivem a protěžuje určitá politická hnutí a dále se tímto fenoménem nezabývají.

Podrobnější zmínky o stanici je možné najít v některých studiích jako je například práce Josefa Mlejníka o Lize polských rodin nebo Jiřího Koubka o polském stranickém systému. Na Institutu komunikačních studií a žurnalistiky FSV UK letos vznikla diplomová

práce Polské katolické rádio Maryja. Roman Staněk se v ní zabývá historií rádia a analyzuje publicistický pořad *Nedokončené rozhovory*. Na základě kvalitativní obsahové analýzy pořadu se snaží shromáždit pozitivní a negativní veličiny, které podle rádia reprezentují dobro a zlo ve společenských otázkách. Tím však výčet českých prací zmiňujících toto rádio končí. V českém tisku se rádio zmiňuje jen zřídka. Články o něm lze najít v Mladé Frontě DNES, Lidových novinách i Hospodářských novinách.

V zahraničí jsou nejceněnějšími zdroji o rádiu polské studie. Fenomén propagandy na vlnách stanice rozebírá například Krzysztof Dziomdziora ve své práci *Teoria i praktyka propagandy na przykladzie audycji Radia Maryja*. Fenomén rádia podrobně rozebíralo tématické číslo měsíčníku *Znak* ze září 2008 a podrobně se mu věnuje i prestižní polský deník *Gazeta Wyborcza*. V roce 2001 se objevila monografie Dariusze Zalewského *Radio Maryja w ogniu propagandy* a dva roky předtím kniha Doroty Frelichowské *Ojcowie Redemptorysci i ich Radio Maryja*.

Na internetu jsou cennými zdroji kromě bohatého archivu Rádía Maryja i další zdroje a to především internetová stránka <http://www.radiomaryja.pl.eu.org/>, která shromažďuje cenné odkazy o fenoménu této stanice.

## **Metodologie**

V práci půjde o to zanalyzovat obsah pořadů Rádía Maryja, které se věnují politickým tématům a najít souvislosti v kontextu polské politické scény. K tomu poslouží poslech pořadů s politickou tematikou na vlnách rádia. Na průzkumech veřejného mínění se pak práce bude snažit ukázat, jak vysílání působí na elektorát podporované politické strany a také jak ovlivňuje cílovou skupinu Rádía Maryja.

Ke kvalitnímu zpracování tématu poslouží také polský tisk i jiné mediální zdroje, odborné studie o polské politické scéně, výzkumy veřejného mínění a odborná literatura, která se věnuje polské politické scéně a také zkoumání vzájemného vlivu médií a politiky.

## **Struktura textu práce**

Práce zkoumá politický vliv Rádía Maryja a tuto problematiku zasazuje do kontextu polského národního katolicismu. Zabývá se prezidentskými i parlamentními volbami od devadesátých let do současnosti, výzkumy veřejného mínění, skladbou elektorátu i

konkrétními projevy přízně jednotlivým politickým stranám. Kromě praktického bádání ale popisuje teoretické koncepty, které zachycují vliv médií a některé jejich konkrétní účinky a také jak tyto účinky využívá politický marketing.

**První kapitola** vychází z předpokladu, že média ovlivňují chování příjemců. Snaží se popsat, jak se nyní na účinky pohlíží a jak mohou takové konkrétní účinky vypadat. Pak je rozděluje a třídí podle toho, jak to činí aktuální žurnalistická teoretická literatura.

**Druhá kapitola** o politickém marketingu se snaží vysvětlit, jak vlivu médií využívají politické strany a popisuje nástroje jednotlivých druhů kampaní. Stručně nastiňuje, jaké nástroje Rádio Maryja a jemu spřízněné strany využívají při získávání voličů (posluchačů). Podrobně také popisuje, jak funguje audioreklama (v případě Rádía Maryja agitace), která je pro naše bádání stěžejní.

**Třetí kapitola** rozebírá polskou mediální scénu. Ještě před samotným rozbohem Rádía Maryja je totiž důležité určit jeho soupeře na mediálním kolbišti.

**Čtvrtá kapitola** mapuje mediální impérium zakladatele Rádía Maryja Tadeusze Rydzyka. Po podrobném představení vůdčí osobnosti celé mediálního domu a médií spřízněných s toruňskou stanicí už přichází samotné představení stanice i jejich posluchačů.

**Pátá kapitola** se potom snaží zanalyzovat, jaké postoje rádio v oblasti politiky razí a kterým politickým uskupením jsou tyto postoje nejbližší. K tomu je potřeba nastínit konfliktní linie v polské společnosti a také se pokusit najít podobnosti elektorátů Ligy polských rodin a Práva a spravedlnosti, tedy stran, které rádio podporovalo nebo stále podporuje.

**Šestá kapitola** už se zabývá konkrétním politickým vlivem rádia a na příkladu jednotlivých voleb ukazuje, jak stanice zasahovala nebo ovlivňovala politické dění. Podkapitola potom stručně nastiňuje vztah stanice k církvi.

Poslední **sedmá kapitola** rozebírá fenomén polského národního katolicismu jako aktéra v politice i transformačním procesu polské společnosti.

Práce využívá především zahraniční studie a internetové zdroje. V menší míře česká periodika a politologickou literaturu o Polsku. Stěžejní část mapuje nedávné dění, ale snaží se naznačit i trendy, které v této oblasti Polsko čekají do budoucna.

Ve své práci jsem se pokusil zodpovědět otázky:

Zda opravdu rádio podporuje jednotlivá politická uskupení a jak.

Zda rádio dokáže ovlivnit voličské chování svých posluchačů nebo je zmobilizovat k účasti u voleb.

Jaká specifika má polský národní katolicismus pro transformaci společnosti a jak se projevuje při střetech státu a církve..

# 1. VLIV MÉDIÍ

Předkládaná diplomová práce je založena na předpokladu, že média, ať už přímo nebo nepřímo, ovlivňují představy, přesvědčení, postoje, hodnoty a chování příjemců. Souhrnně řečeno vychází z víry v moc médií. I přes rozsáhlý výzkum médií je zatím mimořádně těžké jakékoliv jejich účinky na jednotlivce či společnost spolehlivě prokázat. Přesto odborníci z řad společenskovědních oborů účinek médií neustále podrobují zkoumání a dosáhli dílčích výsledků. Následující kapitola by tedy v rámci možností měla dát odpověď na otázku čím vlastně média ovlivňují jednotlivce i společnost a jaké povahy toto jejich působení je.

## 1. 1 Jak se v současnosti pohlíží na účinky médií

Cenzura, propaganda, reklama. Právě existence těchto tří fenoménů je důkazem, že se ve vliv médií věří od té doby, co média v moderním pojetí vznikla. Ale jak se představa o účincích médií od počátku 20. století vyvíjela a jak se o předpokládaných účincích uvažuje dnes? Hlavním rozlišujícím znakem periodizace do jednotlivých etap jsou představy o síle předpokládaných účinků.

### 1. 1. 1 Etapy ve výzkumu médií

První etapa zkoumání médií začíná zhruba v prvním desetiletí 20. století a sahá do přelomu jeho dvacátých a třicátých let. Tato etapa se vyznačuje přesvědčením, že média jsou velmi mocná a naopak publikum je prakticky bezmocné. Toto období si vysloužilo také označení teorie magické stěly, teorie podkožní injekce, popř. teorie očkování. To i díky tomu, že se předpokládala unifikovaná reakce publika na mediální obsah.

Druhá etapa pokrývá období od třicátých let 20. století zhruba do jeho šedesátých let a do výzkumu přináší především procitání z představy všemocných médií a unifikovaných reakcí publika. Společnost se začíná jevit jako struktura vzájemně provázaných individuí. „Z hlediska síly působení médií můžeme tuto etapu označit za období přesvědčení o omezených účincích médií, někdy též za etapu uvažující o selektivním vlivu médií.“<sup>1</sup> Impulzem k tomuto posunu bylo hlavně ustavení kina jako běžné součásti rodinného života a hlavně masivní rozšíření televize v USA a Evropě.

---

<sup>1</sup> Jirák J., Köpplová B. (2003). *Média a společnost*. Praha: Portál, s. 162.

Třetí etapa spadá především do sedmdesátých let 20. století a vyznačuje se postupným návratem k představě o spíše mocných médiích. Příznačný je pro tuto etapu zájem o hledání vlivu médií na celou společnost, nikoli pouze na jednotlivce. Začíná se více uvažovat o dlouhodobém a nepřímém vlivu médií. „Úvahy o dlouhodobém a nepřímém vlivu médií byly ovlivněny především zkoumáním procesů, jimiž se jedinec včleňuje do společnosti, tedy procesů socializace (z antropologického pohledu) inkulturace.“<sup>2</sup> Právě do tohoto období také spadá vznik několika podstatných teorií, a to teorie sociálního učení, teorie sociální konstrukce reality a v neposlední řadě teorie o nastolování agendy.

### 1. 1. 2 Současné zkoumání médií

V současnosti se nacházíme ve čtvrté fázi zkoumání médií. Tato fáze začala na přelomu sedmdesátých a osmdesátých let 20. století. Spolu s třetí etapou vnímají média jako mocná, ale současně stále silněji nechávají zaznít úvahy o aktivním (tedy nikoli odevzdaném a bezmocném) publiku, o potenciální schopnosti jeho rezistence a samostatnosti.

„McQuail považuje tuto fázi vývoje představ o účincích médií za fázi mocných, ale zmírňovaných účinků, resp. za fázi omezovaného či „dohodnutého“ vlivu.“<sup>3</sup> Tato etapa se vyznačuje obrovským nárůstem mediální nabídky a vzrůstajícím společenským vlivem médií. Nabídka médií se díky nejnovějším technologiím internacionalizuje. Pro toto období je také typické vytváření velkých mediálních domů, které se snaží do svých rukou soustředit co největší vliv v mediální oblasti a tudíž zájem inzerentů.

Čtvrtá a zatím poslední fáze zkoumání médií má několik specifíků. „Kromě nemediované (společenské) reality se coby samostatný předmět úvah prosazuje mediální realita jako zvláštní typ sociální konstrukce reality.

Mediované obsahy jsou vnímány jako svébytná projekce společnosti samé, přičemž – a to je na úvahách o působení médií podstatné – tato projekce nad ostatními výrazně dominuje.“<sup>4</sup> Badatelé v tomto období často docházejí k závěru, že lidé stále více žijí v mediovaném světě na úkor nemediované sociální konstrukce.

---

<sup>2</sup> Jirák J., Köpplová B. (2003). *Média a společnost*. Praha: Portál, s. 163.

<sup>3</sup> Jirák J., Köpplová B. (2003). *Média a společnost*. Praha: Portál, s. 167.

<sup>4</sup> Jirák J., Köpplová B. (2003). *Média a společnost*. Praha: Portál, s. 168.

## 1. 2 Konkrétní účinky médií

Přes veškerý výzkum vlivu médií je mimořádně těžké jakékoliv jejich účinky na jednotlivce či společnost spolehlivě prokázat. To rozhodně neznamena, že takové vlivy neexistují, jen je obtížně jejich existenci prokázat vědecky ověřitelnými metodami.

### 1. 2. 1 Faktory ovlivňující účinnost médií

Ještě před samotnými konkrétními účinky médií nabízím přehled nejdůležitějších faktorů, které mají určující vliv na účinnost médií.

Je to především **věrohodnost média**. Věrohodnost média mohou zajistit ti, kdo vytvářejí jeho obsah. „Může-li se například příjemce s touto osobou identifikovat a přistoupit na názory, které prezentuje, pak má takový představitel média moc dominantní osobnosti, tedy názorové autority svého druhu.“<sup>5</sup>

Věrohodnost médií může plynout také ze zajištění expertů. Recipient může mít sklon věřit obsahu, který mu předá osoba pokládána za experta. Média mají také názorotvorný charakter a jejich věrohodnost zvyšuje také angažování takzvaných tvůrců názorů (opinion makers), tedy uznávaných autorit, kterým je snadné uvěřit.

Účinnost médií ovlivňuje i **sociální kontext** jejich působení. V tomto kontextu je důležitá existence názorových vůdců. Tito vůdci mohou převzít a dále šířit názor formulovaný médiem. „Názorový vůdce se stává součástí sociálního kontextu, v němž je sdělení přijímáno a interpretováno.“<sup>6</sup> Pokud názorový vůdce potvrdí postoj prezentovaný v médiích, pak je pravděpodobné, že příslušný mediální materiál bude mít na publikum větší vliv.

Součástí kontextu jsou i takzvané mediální události (události, ke kterým došlo je proto, aby byly v médiích a do nemediovaného světa se zapojují až dodatečně). „Takové události mohou mít vliv na postoje publika, spoluurčovat agendu a podílet se na mediální konstrukci reality.“<sup>7</sup>

Pravděpodobně i samotné sdělení má vliv na charakter a intenzitu zážitků médií. Bohužel nelze vyložit, jaké sdělení bude mít jaký účinek. V rámci sdělení sehrává významnou roli i předpokládaný účinek sdělení. Ten je mimo jiné signalizován tím, na co je ve sdělení kladen důraz.

---

<sup>5</sup> Burton G., Jiráček J. (2001). *Úvod do studia médií*. Brno: Barrister & Principal, s. 362.

<sup>6</sup> Burton G., Jiráček J. (2001). *Úvod do studia médií*. Brno: Barrister & Principal, s. 363.

<sup>7</sup> Burton G., Jiráček J. (2001). *Úvod do studia médií*. Brno: Barrister & Principal, s. 364.

Důležitým faktorem ovlivňujícím účinnost médií je **publikum**. Při percepci (vnímání) mediálních obsahů vstupuje do hry mnoho faktorů od společenského postavení přes osobní zkušenosti a vzdělání, osobnostní strukturu až po momentální stav (únavu, míru pozornosti apod.)

Důležitou úlohu sehrává postavení publika v celkové sociální struktuře stejně jako předchozí zkušenost publika a již ustavená struktur názorů, přesvědčení a postojů. „Čím větší je shoda mezi postoji, názory a zkušenostmi publika na jedné straně a tím, co se publiku nabízí v médiích, na straně druhé, tím větší je pravděpodobnost, že publikum bude mediovaným sdělením věřit.“<sup>8</sup> K zákonitostem vnímání publika patří také to, že se účinek mediovaného sdělení zesiluje opakováním. Lidé mají tendenci považovat za „pravdu“ něco, co už slyšeli předtím.

Z výše uvedeného se zdá, že média jsou sama hybatelem a umí sama připoutat pozornost. Strach z médií vyplývá z toho, že dokáží získat pozornost i na základě mediální události, jež je vysvětlena výše, takže upoutají pozornost na něco, co by se nestalo, kdyby nebylo médií. Tím se vytváří svět pseudoudálostí.

## 1. 2. 2 Typy předpokládaného účinku médií

Pohled na dopad médií lze nazírat ze dvou úhlů. Na jedné straně stojí představa, že média mají potenciálně silný dopad, který se děje z jejich iniciativy. Tento dopad však zdaleka nemusí být záměrný nebo zamýšlený. Dá se říci, že média produkují jisté obsahy a tím ovlivňují nebo také kultivují publikum. Tento kultivační přístup k mediálnímu vlivu vyvažuje představa, že publikum je v procesu mediální komunikace aktivní činitel. To znamená, že si jeho členové aktivně vybírají nabízené mediální obsahy podle svých zájmů. „A protože média jsou součástí stejného sociálního a kulturního kontextu jako publikum (a navíc jsou na přízni publika do značné míry ekonomicky závislá), musí se tomuto kontextu a aktivitě publika přizpůsobovat, nebo s nimi přinejmenším musí počítat.“<sup>9</sup> Podle této představy nepůsobí jen média na publikum, ale také publikum na média a fakticky publikum samo na sebe prostřednictvím médií. Jde tedy o vztah vzájemného ovlivňování. „Důraz na interaktivitu může vést ke zjištění, že média sice sama o sobě nezpůsobují posuny v postojích, chování či emocionálním rozpoložení, ale že je mohou potvrzovat (jako společenská instituce takřkajíc „autorizovat“ jako platné), posilovat či oslabovat, nebo dokonce zpochybňovat.

---

<sup>8</sup> Burton G., Jiráček J. (2001). *Úvod do studia médií*. Brno: Barrister & Principal, s. 366.

<sup>9</sup> Jiráček J., Köpplová B. (2003). *Média a společnost*. Praha: Portál, s. 171.

Ať už nahlížíme na problém z kteréhokoli úhlu, tak nám jde o jediné a to snažit se rozpoznat podíl médií na daném stavu společnosti či rozpoložení jednotlivce. Ale jelikož média jsou všeprostopující a do vzájemného vztahu s nimi vstupuje mnoho dalších faktorů, které vytvářejí spletitou síť vztahů, uvažujeme pouze o předpokládaných účincích médií. Za slovo předpokládané v předchozí větě a v názvu této kapitoly tak může především nesnadný výklad povahy vlivu médií na společnost a velmi obtížná možnost důkazu o tomto vlivu. V konečném důsledku totiž může mít tentýž mediální obsah zcela odlišné dopady na společnost nebo rozpoložení jednotlivce.

### **1. 2. 3 Obecné parametry typů účinků médií**

V velkém množství teorií a hypotéz, které vznikly během zkoumání médií, lze vysledovat některé trvalejší obecné parametry, podle nichž lze charakterizovat jednotlivé typy účinků. Podle těchto charakteristik lze tyto předpokládané účinky médií dělit na:

#### *1. Krátkodobé a dlouhodobé.*

Je-li člověk vystaven určitým typům mediálních obsahů, mohou se u něj projevit některé okamžité, bezprostřední a zpravidla také pomíjivé reakce, ponejvíce emociální či fyziologické povahy. Naopak v souvislosti s jinými úkoly médií, jako například nastolování témat, může být účinek trvalejší.

#### *2. Přímé a nepřímé.*

Přímé účinky bývají spojovány s působením nabízeného mediálního obsahu jako rozhodujícího podnětu a jsou chápány jako krátkodobé a hlavně poměrně jednotné. Jsou typické pro ranější období představ o vlivu médií a to proto, že v zásadě nepočítají s koncepcí aktivního publika. Nepřímý vliv se projevuje ve chvíli, kdy jsou mediální obsahy nějakým způsobem zprostředkovány, například názorovým vůdcem. I když je koncept přímých i nepřímých účinků v teoretické oblasti už přežitý, v praxi tyto účinky platí stále.

#### *3. Plánované a neplánované.*

Plánované účinky jsou takové, které odpovídají komunikačním záměrům podavatele. Sem spadají například kampaně, komerční nebo politický marketing a samozřejmě také public relations. Kromě toho mají mediální obsahy i řadu nezamýšlených důsledků. Mohou to být například nepředpokládané individuální reakce, vytváření či posilování stereotypů anebo konstruování reality. Někdy mohou mít takové nezamýšlené důsledky i cílené kampaně



komerčního nebo politického marketingu. (o něm podrobněji v kapitole 2. *Politický marketing*)

Dále můžeme u předpokládaných účinků médií rozlišovat:

1. *Povahu účinků*

- **Kognitivní** (poznávací) účinky označují schopnost médií nabízet podněty, jež je možné se naučit a později využít. Tyto účinky mohou být záměrné. Z hlediska média je to například zpravodajská relace, z hlediska zadavatele reklama, z hlediska publika záměrné vyhledávání informací k lepší orientaci ve světě. Kognitivní účinky ale mohou být také nezáměrné (relaxační film, který zároveň poskytne informace o určité zemi).
- Představy o vlivu médií na **postoje** vycházejí z předpokladu, že média jsou schopna obsahy, které nabízejí, vytvářet a formovat názory, postoje a přesvědčení svých uživatelů. Média především posilují již existující postoje i názory. „To však neznamená, že by média nemohla též postoje vytvářet či pozměňovat, tedy kultivovat.“<sup>10</sup>
- **Citové** účinky, tedy vliv médií na prožívání a emocionální rozpoložení. Média mohou svými obsahy vyvolat různě silné citové odezvy. Nejčastěji to bývá smutek, nostalgie, nuda, strach, zuřivost nebo slast.
- Média mohou vyvolat i mimovolné **fyziologické reakce** lidského organismu, které se shodují s reakcemi na podněty z nemediovaného světa. Například dočasné zvýšení krevního tlaku, zrychlení nebo zpomalení srdečního tepu, zrychlené nebo zpomalené dýchání, pocení dlaní, sexuální vzrušení, uvolnění svalů.
- Odborníci uvažují i o změnách ve zjevném **chování** členů publika. Patrný je vliv na spotřebitelské chování a zřejmý je často i vliv v komunikačním chování či v chování a postojích k nejbližšímu okolí.
- Samostatnou kapitolou je hodnocení účinků médií z hlediska jejich **vztahu k hodnotám společnosti**. Postoj k těmto hodnotám může být konstruktivní nebo destruktivní.

---

<sup>10</sup> Jirák J., Köpplová B. (2003). *Média a společnost*. Praha: Portál, s. 178.

## 2. Úroveň, na níž se účinky projevují

- Vliv médií je z tohoto hlediska možné hledat na úrovni **jednotlivce**, tedy jako fyziologickou, postojovou, citovou či jinou reakci individua a následné proměny v postojích, názorech a zvycích.
- Může také jít o úroveň **sociální** (například vliv na oblékání mládeže).
- Ovlivňování může probíhat i na úrovni **společenské**.

## 3. Intenzita účinků

- V různých obdobích vývoje studia médií převažovaly představy o **silných** nebo naopak **slabých** účincích médií.

Účinky médií lze rozdělit na ty, které působí na jednotlivce a na ty, které působí na společnost. Na základě předchozího textu tedy lze zjištění shrnout do dvou vět.

V případě **jednotlivce**:

1. „Mediální obsahy či samo užívání médií ovlivňují
2. podle situace, kontextu, způsobu zpracování a rozpoložení uživatelů
3. krátkodobě, nebo dlouhodobě a přímo, nebo nepřímo
4. postoje (včetně postojů k samým médiím), emoce, poznání či chování jednotlivce, a to
5. v oblasti veřejného života a hodnocení vlastního postavení, životního stylu, zdraví, spotřeby, sexuálního života apod.“<sup>11</sup>

V případě **společnosti** může shrnující věta znít asi takto:

1. „Mediální obsahy či užívání médií ovlivňují
2. ve vztahu k sociálnímu, politickému a ekonomickému kontextu, způsobu zpracování a rozložení moci
3. zpravidla dlouhodobě a nepřímo
4. stabilitu společnosti, schopnost jejích členů přijímat inovace a roli a postavení jednotlivých společenských institucí (včetně samých médií), a to
5. v oblasti ekonomického, politického i kulturního života společnosti a v oblasti vzdělávání.“<sup>12</sup>

---

<sup>11</sup> Jirák J., Köpplová B. (2003). *Média a společnost*. Praha: Portál, s. 180.

<sup>12</sup> Jirák J., Köpplová B. (2003). *Média a společnost*. Praha: Portál, s. 180.

## 1. 2. 4 Konkrétní pozorované účinky médií na jednotlivce

Úvahy o vlivu médií se objevují vždy v zesílené míře s příchodem nové komunikační technologie. Někteří autoři v této souvislosti zmiňují počítačový věk. „Příchod digitalizovaných médií a počítačových sítí znamená daleko větší možnost kontroly nad chováním člověka než kdykoliv předtím. S každým užitím platební karty, kreditní karty či modemu, s každým vydáním občanského průkazu nebo řidičského průkazu, s každým vyplněním jakékoliv přihlášky se stáváme součástí databáze a nabízíme o sobě celou řadu informací a neustále odhalujeme svoje soukromí.“<sup>13</sup>

V následující kapitole se zaměříme na konkrétní předpokládané účinky médií, a to především na jednotlivce. Jak jsem uvedl dříve, tak jde o oblast, kde velmi často nelze položit na stůl jasné důkazy. Zmíním se tedy pouze o těch, pro které je možné najít oporu ve zkoumání mediální komunikace. Takovými účinky jsou:<sup>14</sup>

- *Zesilující účinek*

Tím, že se média věnují určitému tématu, zvyšují jeho důležitost.

- *Odcizení*

Masový charakter mediální komunikace je také schopen způsobit, že si jednotlivci připadají navzájem izolovaní. Děje se to tak, že média odvádějí individua od aktivní účasti na životě společnosti.

- *Potvrzující účinek*

Pokud si o něčem myslíme, že je to pravda a navíc nám to potvrdí média ve svém obsahu, tak se v dané skutečnosti ujišťujeme.

- *Zpětný účinek*

Média mohou svojí přítomností na nějaké události průběh této události ovlivnit. Pak se může stát událost „mediální událostí“, což znamená, že cílem není akce sama, nýbrž její prezentování publiku.

- *Znecitlivění*

Některé průzkumy tvrdí, že je-li někdo dlouhodobě vystavován emocionálně vzrušivým podnětům, může si na ně zvyknout.

---

<sup>13</sup> Jirák J., Köpplová B. (2003). *Média a společnost*. Praha: Portál, s. 185.

<sup>14</sup> Třídění, které ve své knize *Média a společnost* používají autoři Jirák a Köpplová.

- *Trivializace*  
Zvláště televizní obsah bývá pranýřován, že způsobem zpracování zpravodajství často redukuje složitá témata tak, aby upoutala pozornost publika.
- *Nastolování agendy*  
Média v tomto případě ovlivňují to, o čem lidé přemýšlejí a často také jak o tom uvažují. Dělají to v zásadě dvěma způsoby. Buď tím, že některá témata zařazují do svých obsahů a jiná nikoli, anebo různými prostředky (např. řazením zpráv) signalizují jejich důležitost, často dávají najevo i jejich možnou interpretaci.
- *Učení*  
Média mají schopnost předávat lidem nové poznatky a dovednosti, rozšiřovat hranice jejich poznání i strukturu postojů a přesvědčení.
- *Socializace*  
Média dokáží jednotlivci předložit normy, hodnoty a přijatelné vzorce chování, které mu umožní zapojit se do života společnosti.
- *Lavinový účinek*  
Tento účinek navazuje na nastolování agendy. Jde o to, že média mohou například svým zpravodajstvím vytvořit falešnou představu o realitě a tato pozměněná realita může následně ovlivnit postoje konzumentů médií směrem ke skutečnosti.
- *Povzbuzující účinek*  
Tento předpokládaný účinek navazuje na předchozí dvě kategorie a poukazuje na schopnost médií ovlivnit kritéria, podle nichž jednotlivci hodnotí například své politické představitele. Například zpráva o tom, že se nějaký politický činitel zřetelně vyjádřil k nějakému tématu, povzbudí celkové hodnocení příslušného politika.
- *Spáčský efekt*  
Objevuje se ve chvílích, pokud se konzumentovi nelíbí mediální obsah kvůli tomu, kdo ho prezentoval. Postupem času se ale může stát, že se spojení mezi obsahem a autorem sdělení oslabuje a konzument sdělení nakonec úplně zapomene, kdo byl autorem sdělení a může samotný obsah sdělení pozitivně přijmout.
- *Katarze*  
Média nemají jen zhoubné účinky, ale občas mohou svým obsahem působit jako katarze, tj. „citové uvolnění“. Velmi pozitivní prožitek může přinášet úlevu. Může se tak dít pomocí komedie, tragédie nebo napínavých příběhů.
- *Bumerangový efekt*  
Někdy mediální produkt vyvolá opačné účinky, než jak byl zamýšlen.

- *Sekundární viktimizace*

Když se někdo stane obětí trestného činu, může se také stát předmětem nevybíravého zájmu médií. Jedinec se tak stává obětí hned dvakrát, obětí zločinu a obětí novinářů.

- *Nápodoba*

Výjevy nabízené médií mohou vést k napodobování těchto obsahů v reálném životě.

### 1. 2. 5 Konkrétní pozorované účinky médií na společnost

Již sama existence médií má velký společenský význam. V historii znamenalo přímo revoluci, když televizor dobyl obývací domácnosti a ihned poté zasáhl do toho, jak bude v obývacím pokoji rozestaven nábytek a kdo bude ovladačem ovladače. Dnes je studium účinků na společnost dál. K předpokládaným účinkům médií na společnost patří:<sup>15</sup>

- *Kolektivní reakce nebo morální paniky*

Média jsou schopna vyvolat nepodložené obavy a úzkosti týkající se takových věcí, jako je dodržování zákonů, pořádek, či veřejné zdraví.

- *Společenská kontrola*

Média jsou schopna kontrolovat publikum tím, že dávají přednost argumentům, které podporují uspořádání společnosti, v níž působí. To se může například projevit i podporou či posilováním dominantní ideologie.

- *Definování skutečnosti*

Média definují lidem sociální skutečnost, tedy to, co lidé považují za opravdové, normální nebo správné.

Zvláštní pozornost si zasluhuje podíl médií na stabilitě společnosti. To lze vysvětlit různými způsoby. Média buď přispívají k hegemonii, nabízejí únik nebo jsou nástrojem společenské kontroly. Tento typ účinků se vysvětluje na příkladu, kdy média nabízejí únik z tristní každodennosti do světa snů. „Tato hypotéza o eskapické roli médií vychází z představy, že s mediální realitou smyšlených seriálových příběhů, senzačních zpráv a celebrit je možné se identifikovat natolik, až tato realita uživateli médií autenticky zlepší kvalitu života.“<sup>16</sup>

---

<sup>15</sup> Dělení, které ve své knize Média a společnost používají autoři Jirák a Köpplová.

<sup>16</sup> Jirák J., Köpplová B. (2003). *Média a společnost*. Praha: Portál, s. 185.

Médiím je také přisuzován značný vliv na podobu současných politických procesů. Tento status si média získala tím, že jsou hlavním zdrojem poznatků o politice a politicích, kteří se ucházejí o přízeň či toleranci veřejnosti. Politikům pak nezbývá než přizpůsobit se „mediální logice“, tj. tomu, jak média svoje produkty zpracovávají. „Významnými důsledky tohoto trendu prosazování mediální logiky je personalizace politiky (důraz na osoby, nikoli na témata), její dramatizace či konfliktnost (bojovný styl prezentování politiky jako série střetů, zvrátů a nečekaných odhalení) a nakonec i depolitizace politiky.“<sup>17</sup>

Tyto trendy se projevují celkovou trivializací politických témat a na důležitosti v této situaci nabírá infotainment – novinářský postup, v němž požadavek zábavnosti dominuje nad informační kvalitou.

S významným objevem, co se týče účinků mediálních obsahů, přišel i W. Phillips Davidson. Objevil takzvaný efekt třetí osoby, který říká, že máme sklon podhodnocovat účinky médií na sebe a své nejbližší okolí a nadhodnocovat účinky médií na ostatní (třetí osoby).

---

<sup>17</sup> Jirák J., Köpplová B. (2003). *Média a společnost*. Praha: Portál, s. 186.

## 2. POLITICKÝ MARKETING

V kapitole o vlivu médií jsem se snažil prokázat konkrétní účinky médií na jednotlivce i na společnost. V další části se pokusím vysvětlit jak tohoto vliv využívají politické strany. Ústředním tématem následující kapitoly bude politický marketing, pojem, který je dnes běžnou součástí strategie každé politické strany a který velmi úzce souvisí s uměním pracovat se světem médií. Důraz bude kladen na určení role médií v politickém marketingu.

### 2. 1 Postmoderní kampaně

Ve výzkumu vývoje volebních kampaní a politické komunikace jako samostatného faktoru ve volebním procesu můžeme rozlišit tři vývojová stádia:

- a) premoderní kampaň
- b) moderní kampaň
- c) postmoderní kampaň

Z hlediska našeho zkoumání je důležité připomenout nejen současnou fázi vývoje, tedy postmoderní kampaň, ale také některé rysy premoderní kampaně typické pro éru masových politických stran. Rádio Maryja i jí spřízněné strany, především Liga polských rodin, totiž strategie z této vývojové fáze kampaní často používají.

Premoderní fázi charakterizuje přímá komunikace na lokální úrovni především prostřednictvím místních organizací. V případě Rádía Maryja je tato strategie uplatňovaná přes lokální kanceláře Rodiny Rádía Maryja. Voliči v premoderní fázi přijímali informace především prostřednictvím stranického tisku. Rádio Maryja i Liga polských rodin vědomě vytvářely úzkou pevnou vazbu voličů na okruh „stranických médií“, ostatní média jsou často líčena jako nepřátelská.

I Rádio Maryja se může pochlubit typickým rysem masových stran z premoderní fáze a to stabilní posluchačskou (voličskou) základnou. Cílem premoderní kampaně je ale především mobilizace a aktivizace stoupenců a jak si ukážeme později, právě v tom spočívá největší síla Rádía Maryja.

Současná fáze, tedy postmoderní kampaň, je nejvíce spojena s využíváním médií a propracovaného sofistického politického marketingu. Tento typ kampaně kombinuje prvky premoderní i moderní kampaně, což znamená, že využívá na jedné straně profesionální poradce, reklamu, průzkumy veřejného mínění, marketingové metody, elektronická média a

podobně, ale na druhé straně se posiluje také role politiků jako koordinátorů kampaně na lokální úrovni. Důležitá je i vláda, coby aktér permanentní kampaně.

Modernizační proces spojený s označením postmoderní kampaň sahá na počátek 90. let 20. století. „Charakteristickým znakem postmoderní kampaně je značně fragmentované a složité mediální prostředí, v němž strany musejí vyvíjet enormní úsilí, aby se jim dařilo kontrolovat své působení v tomto rychle se vyvíjejícím a technologicky nepřehledném prostředí a zvládat přijímání nových technologií.“<sup>18</sup> Centrálním komunikačním prostředkem se v tomto období stává internet a digitální média všeho druhu. Voliči mohou vybírat z pestřejšího trhu zdrojů zpráv.

Důležitým rysem tohoto období je skutečnost, že se kampaň politických stran neodehrává pouze před volbami, ale permanentní pozornost médií zavinila, že i kampaň je permanentní. Tento druh kampaně obnáší i kontinuální zpětnou vazbu ze strany voličů. Z perspektivy politických stran pak během permanentní kampaně jde o nepřetržité působení na voliče. Je zajímavé, že postmoderní kampaně se do určité míry navracejí k lokálnějším způsobům vedení kampaní, což bylo typické pro premoderní stádium kampaní. Umožňuje to nejmodernější digitální technologie.

## 2. 2 Co je politický marketing

Pojem politický marketing nemá příliš dlouhou historii. Poprvé ho v roce 1956 použil americký politolog Stanley Kelley v průlomové studii o profesinálních kampaních ve Spojených státech amerických. Politický marketing jako součást volebních kampaní prorazil ve strategiích západoevropských stran už na přelomu 70. a 80. let. Jeho popularitě v té době značně pomohlo oslabení pevných vzorců volebního rozhodování a rostoucí proměnlivost volebního chování doprovázel současně zvyšující se zájem o marketingové metody. Teprve v průběhu 90. let však přijala většina západoevropských stran marketingový přístup jako hlavní strategii svých volebních kampaní. Marketing, propagace a reklama mohou představovat – za podmínky, že bude pochopena jejich podstata a možnosti používání – užitečné nástroje dosahování politických cílů.

Důležitým rysem politického marketingu je, že se neomezuje jen na krátké období volebních kampaní. Marketingové nástroje jsou rovněž vhodné ke každodennímu působení politických lídrů, politických stran, společenských institucí, odborových svazů a dalších

---

<sup>18</sup> Bradová E. (2005). *Od lokálních mítinků k politickému marketingu*. Brno: Masarykova univerzita, s. 54.



účastníků politického života. V praxi se to může týkat plánování a používání různých politických strategií, vytváření image politika, nově vzniklé politické organizace, propagace vládní politiky a podobně.

### **2. 3 Jak politický marketing funguje**

Tržní chování politických subjektů je dnes, jak jsme si vysvětlili výše, něčím zcela přirozeným. Je ovlivněno globálním přístupem k informacím, jež produkují rozhlas, televize a internet. To nutí kandidáty i politické strany silně a přímo apelovat na všechny identifikované voličské skupiny. Značný tlak na tržní chování politických subjektů má také expanze telekomunikačních a informačních technologií, které umožňují ukázat politické události, jako například národní volby v přímém přenosu. Racionalizace volebního chování zase nutí subjekty politické soutěže zlepšovat organizaci svých kampaní a vytvářet svou politickou nabídku na bázi marketingových zásad.

Pro pochopení fungování politického marketingu je důležité vědět, že jádro politického marketingu vychází z marketingu ekonomického a z tohoto oboru byl převzaty i hlavní pojmy pro model marketingu politického.

Marketingový proces pak vypadá následovně. „Na základě marketingové strategie bude vybrán takový produkt (tzn. Politický program), který odpovídá požadavkům politického/volebního trhu. Nejdříve je zapotřebí provést marketingový průzkum politického trhu, který rozdělí voliče do několika segmentů, tj. homogenních skupin voličů se stejnými vlastnostmi a potřebami. Z nich je pak vybrána skupina voličů se stejnými vlastnostmi a potřebami. Z nich je pak vybrána skupina voličů (terč), na kterou se budou „prodejci“ (tzn. kandidáti, politické strany) soustředit. Osloví voliče prostřednictvím optimálního marketingového mixu, který připraví speciálně pro tento účel.“<sup>19</sup>

Marketingový mix u politického marketingu vychází z marketingového mixu ekonomického (4P – Product - produkt, Promotion - propagace, Placement – umístění, Price – cena) . Produktem se v případě politického marketingu rozumí image strany, image lídra nebo také program strany. Propagace, která nás z hlediska této diplomové práce zajímá nejvíce, v tomto smyslu obnáší inzerci, vysílání, PR nebo direct mail. Umístění v případě politického marketingu zajímá lokální aktivity strany nebo kandidáta, agitace a také turné lídrů. Cenou se v tomto smyslu rozumí cena ekonomická, psychologická nebo národní.

---

<sup>19</sup> Bradová E. (2005). *Od lokálních mítinků k politickému marketingu*. Brno: Masarykova univerzita, s. 61.

„Závěrem lze poznamenat, že politický marketing je logickým důsledkem situace, v níž kandidáti a politické strany iniciovali odborný přístup k analyzování a řízení politických kampaní. Podle koncepce A. Steinberga zahrnuje politický marketing následující procesy:

- a) využívá marketingový výzkum k pochopení politického prostředí a k pochopení chování politických konkurentů a občanů,
- b) úspěšně nabízí „produkt“ potenciálnímu „konzumentovi“,
- c) uplatňuje různé marketingové strategie s cílem „prodeje“ politické nabídky,
- d) penetruje politický trh pomocí masových médií.“<sup>20</sup>

## **2. 4 Politická propagace a politická reklama**

Cílem politických stran není ani tak jednorázové politické vítězství, ale především organizační přežití a permanentní snaha o zvětšení svého politického vlivu a komunikace se svým elektorátem. Právě z tohoto důvodu je jednou z nejdůležitějších součástí politického marketingu politická propagace a politická reklama. Politická propagace totiž jako součást integrované marketingové strategie nepochybně umožňuje komunikaci politických stran, kandidátů a stranických lídrů se sociálním prostředím.

### **2. 4. 1 Techniky politické propagace**

Moderní politický marketing v současnosti vyžaduje efektivní propagaci kandidáta, politické strany případně politického programu. Tento proces je v literatuře věnované teorii marketingu označován jako promotion mix a skládá se z pěti základních technik, které zahrnují:

- 1) reklamu
- 2) přímý marketing
- 3) propagaci prodeje
- 4) public relations a publicitu (zviditelnění, popularita)
- 5) osobní prodej

Účelem reklamy a propagace je potom získání času v médiích, aby došlo ke zvýšení zájmu o produkt nebo službu a cílem je vytvoření pozitivního postoje ke straně, kandidátovi

---

<sup>20</sup> Jablonski A. (2006). *Politický marketing*. Brno: Barrister & Principal, s. 25.

nebo politickému programu. Získání času v médiích zajímá subjekty politické soutěže z toho důvodu, že často vstupují do souboje na mediálním trhu se třemi hypotézami:

- 1) „Pozitivní zprávy o straně vylepší její hodnocení u voličů, zatímco negativní zprávy zhorší její hodnocení.
- 2) Rozsáhlejší zpravodajství o některé straně rovněž přispěje k lepšímu ohodnocení u voličů.
- 3) Rozsáhlejší zpravodajství o určitém tématu zvýší vnímání jeho důležitosti u voličů a strana spojená s tímto tématem z toho získá prospěch.“<sup>21</sup>

#### 2. 4. 1. 1 Propagace v audiovizuálních médiích

Součástí propagace v audiovizuálních médiích je reklama televizní, rádiová, interaktivní CD, ale i VHS nosič a podobně. Blíže se budeme věnovat pouze televizní reklamě a především propagaci v rozhlasu. Audiovizuální reklama je neúčinnější formou sdělení, protože současně angažuje receptory zraku i sluchu. Televize se dnes těší pozici privilegovaného a nezastupitelného prostředku prezentace politických vyjádření. „V souvislosti s tím s dnešní odborníci shodují, že expanze televize byla nejpodstatnějším faktorem, jenž rozhodl o vzniku a vývoji volebního marketingu a o používaných marketingových technikách.“<sup>22</sup>

Televizní vysílání se stalo dominantním prvkem všech politických propagačních strategií od momentu odvysílání první televizní politické reklamy D. Eisenhowera, který se v roce 1952 ucházel o úřad prezidenta Spojených států amerických. V polovině sedmdesátých let přišli tvůrci televizních kampaní na to, že úkolem televizní reklamy je prohloubit již existující pocity voličů a usměrnit je tak, aby byly ztotožněny s určitými hodnotami a vytvořenou image. Tento přístup se používá v televizní reklamě dodnes.

Menší kontrolu mají politické strany nad tím, jak je jejich kampaň prezentována ve zprávách a v jiných programech, které informují o aktuálních událostech. Programy tohoto typu se ve Spojených státech označují jako „bezplatný čas“ (free time) a přirozenou snahou stran je zvyšování kontroly i v této oblasti. Proč? Specifický význam tohoto typu sdělení (a jeho vliv na celkový obraz volební soutěže) plyne ze skutečnosti, že voliči často na jedné straně považují stranické spoty a reklamy za sdělení, které nemají nestranný charakter, a na druhé straně očekávají, že reportéři a komentátoři budou nestrannější.

---

<sup>21</sup> Bradová E. (2005). *Od lokálních mítinků k politickému marketingu*. Brno: Masarykova univerzita, s. 82.

<sup>22</sup> Jablonski A. (2006). *Politický marketing*. Brno: Barrister & Principal, s. 129.

Volební manažeři vynakládají nemálo úsilí na zajištění co možná nejlepší formy televizní prezentace strany. Vytvoření „dobré image“ pomocí televize se stalo klíčem k úspěchu volební kampaně. Proto jsme také někdy svědky zákulisních dohod mezi médii a stranami.

Televize dnes plní úlohu „zprostředkovatele“ mezi voliči a kandidáty/lídry politických stran. Vzhledem ke stručnosti televizního sdělení jsou kampaně orientovány nejčastěji na propagaci kandidáta. V krátkých sděleních televizních zpráv lze jen obtížně prezentovat otázky politického programu. „Média dávají současným politickým kampaním „tvar“, což v důsledku vede k tomu, že kandidáti jsou dnes „baleni“ do vizuální podoby reklamy podle požadavků televizních přenosů.“<sup>23</sup>

#### 2. 4. 1. 2 Audioreklama

Tento typ reklamy působí pouze na sluchové receptory a je přenášen především pomocí rozhlasu, který nás z hlediska zkoumání práce o Rádiu Maryja zajímá nejvíce. V rozhlasu nachází uplatnění stejný typ politické reklamy jako v televizi, avšak je přizpůsoben možnostem tohoto média. Rozvíjet se začal ve druhém desetiletí minulého století a později se podobně jako televize stal nástrojem politického boje. Většina politických stran pokládá rozhlas za druhořadé médium, které pouze podporuje volební reklamu v televizi, ovšem pro oslovení jistého typu voličů může být médiem základním. Mezi tyto typy voličů patří mládež, ale také skupina starších voličů, tradičních posluchačů rozhlasu.

Rozhlasové vysílání zprostředkovává masovou komunikaci s velmi osobitým charakterem. Poskytuje zábavu a „dělá společnost“, je zdrojem nejčerstvějších informací. Rozhlas tyto cíle realizuje diskrétně, většinu lidí nevyrušuje při řízení vozidla, při práci v kanceláři nebo domácích pracích.

„Z hlediska marketingových pravidel je podstatným aspektem této propagační techniky fakt, že sám zvuk zbavený obrazu představuje mohutný nástroj ovlivňování. Vhodným použitím hudby, hlasů známých osob (herců, politiků atd.) nebo působením na emoce je tato technika schopna podporovat aktivity strany na volebním trhu. Sdělení vysílané rozhlasem se přímo dotýká emocionální sféry posluchače, silně totiž stimuluje nespoutanou hru jeho představivosti. Díky těmto prvkům je sdělení považováno za věrohodnější. Rovněž je

---

<sup>23</sup> Jablonski A. (2006). *Politický marketing*. Brno: Barrister & Principal, s. 130.

třeba podotknout, že rozhlasové vysílání má značný dosah. Například v Polsku uvádělo pouze 11% obyvatel starších 15 let, že jej vůbec neposlouchá.<sup>24</sup>

## 2. 5 Jak se mění kampaň díky novým technikám

Zavádění vysoce profesionálních činností, jako je politická propagace, vyvolalo řadu změn v dnešní podobě volebních kampaní a v chování voličů. Na jakou formu politické propagace tedy nejvíce reagují sami voliči? „Průzkumy ukazují, že nejpopulárnější jsou mezi voliči televizní programy věnované volbám. Druhé místo zaujímají diskuse s rodinou a známými, třetí je čtení tiskového zpravodajství z průběhu volební kampaně a na čtvrté pozici je sledování volebních plakátů. Na posledních dvou místech na stupnici preferencí se umístily rozhovor se stranickým funkcionářem a úsilí o ústní přesvědčování pro hlasování ve prospěch určité strany.“<sup>25</sup> Získané výsledky odrážejí proces modernizace volebních kampaní. Osobní kontakt, například s reprezentantem strany, politikem, ztrácí na významu ve prospěch nových technik propagace politických subjektů.

Z hlediska mnou zkoumaného Polska je důležité poznamenat, že v kontrastu s Českou republikou patří politický marketing v Polsku k nejrozvinutějším v Evropě. Běžně se vyučuje jako studijní obor na vysokých školách a je neodmyslitelnou součástí místní politické praxe.

---

<sup>24</sup> Jablonski A. (2006). *Politický marketing*. Brno: Barrister & Principal, s. 131.

<sup>25</sup> Jablonski A. (2006). *Politický marketing*. Brno: Barrister & Principal, s. 138.

## 3. POLSKÁ MEDIÁLNÍ SCÉNA

### 3. 1 Proč jsou média důležitá pro polskou politiku

Cílem této diplomové práce je dokázat, že Rádio Maryja disponuje velkým vlivem, a to obzvláště na elektorát určitých politických stran. Ale proč tomu tak je? Odpověď nabízí polský politický a stranický systém sám. Specifický vývoj tohoto stranického systému totiž způsobuje, že na polské politické scéně dochází takřka permanentně k procesu institucionalizace politických stran. V tomto prostředí do evoluce stranického systému významně zasahují média.

Politické strany v Polsku nebyly schopny vytvořit stabilní spojení s elektorátem. Prozatím tak strany plně nekontrolují jednotlivé oblasti společnosti (definované například konfliktními liniemi), kterým by mohly adresovat svůj volební apel. To je dáno dvěma faktory. Jednak evolucí stranického systému, která probíhá v Polsku velmi bouřlivě a také pragmatismem a nestálým chováním voličů, kteří většinou nejsou ochotni identifikovat se s konkrétní politickou stranou. Výše uvedené neznamená, že v Polsku neexistují ostré konfliktní linie, ale pouze to, že zároveň nereprezentují jednolitou politickou identitu.

V takových podmínkách tedy nemohou politické strany počítat se stabilní podporou voličské základny a musí se orientovat na potenciálního voliče. To jinými slovy znamená, že teoreticky je každý volič dostupný pro každou politickou stranu. Orientace na takového voliče s sebou přináší další problém. „V procesu formování potenciálního voliče ekonomické zájmy hrají druhořadou roli a na prvním místě se ocitají jak důvody konjunkturálního charakteru (např. zhoršení ekonomické situace voliče, ztráta zaměstnání), tak historické příčiny (např. postoj ke komunistické minulosti). Stabilizace preferencí elektorátu je možná, avšak je málo pravděpodobné, že bude vycházet ze struktury sociopolitických cleavages.”<sup>26</sup>

Tuto obtížnou situaci na polské politické scéně řeší politické strany přizpůsobováním typických volební strategií. Při jejich promyšlení sehrává negativní roli i fakt, že politické strany mají nedostatečně rozvinutou členskou základnu, a tak se na ni nelze při získávání voličů spolehnout. Stranám tedy nezbývá než hledat alternativní cesty politické strategie. Klíčovou roli v tomto procesu sehrávají právě média. V této souvislosti je také nutné zmínit, že v Polsku neexistují celostátní stranická média určená široké veřejnosti. „Politické strany

---

<sup>26</sup> Fiala P., Ryszard H. a kol. (2003). *Středoevropské systémy politických stran*. Brno: Masarykova univerzita, s. 138.

kromě interních bulletinů nevydávají, až na některé nízkonákladové výjimky, vlastní deníky či týdeníky.<sup>27</sup> Tuto roli tedy přebírají masová média. V Polsku z tohoto pohledu existuje politický tisk, který otevřeně sympatizuje s některou politickou stranou nebo politickým názorem. Tato média bývají zpravidla před volbami extrémně mobilizována a jejich zpravodajství a komentáře jsou politicky zabarvena. Složky mediálního impéria Tadeusze Rydzyka, v čele s Rádiem Maryja, mají ale z tohoto hlediska na polské mediální scéně výjimečné postavení. Z těchto médií se totiž ozývají přímá doporučení, koho mají voliči volit, a ostrá odsuzování politických konkurentů.

Politické strany se před volbami stále více zajímají o získání vlivu prostřednictvím médií, a tak se stalo naprostou samozřejmostí angažování mediálních odborníků a organizací zabývajících se výzkumem volebního trhu. Jejich zjištění se pak využívají při mediálních prezentacích. „První symptomy tohoto trendu byly patrné v prezidentské kampani v roce 1995. Profesionálně připravené volební kampaně, které využívaly mechanismy politického marketingu a expertízy zaměřené na názory veřejného mínění, se jasně orientovaly na prezentaci identity stran především prostřednictvím televize. Není to sice nejlevnější způsob, ale velmi efektivní, zvláště pokud jde o rozsah této penetrace.“<sup>28</sup>

### **3. 2 Kdo působí na polské mediální scéně**

Polsko je největším mediálním trhem ve střední Evropě, a tak představuje pro investory velmi zajímavý potenciál. V Polsku žije osmatřicet milionů lidí, k tomu ještě deset milionů Poláků v zahraničí, z nichž část se o polské tiskoviny rovněž zajímá a odebírá je.

#### **3. 2. 1 Televize a rozhlas**

„V říjnu 2007 bylo v Polsku 51 televizních a 251 radiových stanic.“<sup>29</sup> Na televizním trhu působí veřejnoprávní Polská televize (Telewizja Polska) se svými celoplošnými programy TVP1 a TVP2 a regionálním programem TVP3. Prostřednictvím satelitu šíří Polská televize do světa také program TV Polonia. Největšími soukromými televizními stanicemi

---

<sup>27</sup> Kubát M. (2005). *Demokracie v Polsku*. Praha: Slon, s. 99.

<sup>28</sup> Fiala P., Ryszard H. a kol. (2003). *Středoevropské systémy politických stran*. Brno: Masarykova univerzita, s. 139.

<sup>29</sup> Republic of Poland pre-term parliamentary elections (OSCE/ODIHR needs assessment mission report). Office for Democratic Institutions and Human Rights. Warsaw: 2007. s. 5.

jsou TVN a Polsat. TVN nabízí širokou škálu programů od zpravodajského TVN24 až po TVN Turbo pro motoristy. „Čtvrtina Poláků také vyhledává zahraniční televizní programy.”<sup>30</sup> V Polsku působí i dvě katolické televizní stanice. Od března 2001 vysílá TV Puls, za kterým stojí polští příslušníci řádu františkánů a od března 2003 TV TRWAM, která patří stejně jako Rádio Maryja do mediálního domu Tadeusze Rydzyka.

Rozhlas nepovažují Poláci za hlavní zdroj informací a zábavy. Přesto ho každý den naladí více než polovina populace. K populární stanicím patří Trójka, třetí program veřejnoprávního Polského rozhlasu a soukromá rádia RFM FM a Radio Zet. Existuje také Polský rozhlas do zahraničí. V Polsku fungují dvě stanice s náboženským vysíláním Rádio Maryja a Rádio Józef.

### 3. 2. 2 Deníky a časopisy

„V oblasti tištěných médií existuje více než 300 hlavně regionálních a lokálních deníků.”<sup>31</sup> Většinu polských čtenářů si mezi sebe rozdělí šest nejčtenějších deníků. Nejčtenějšími polskými novinami je bulvární deník Fakt s nákladem 515 000 výtisků<sup>32</sup>. Nejčtenější seriózní polský deník Gazeta Wyborcza vychází v nákladu 448 000 výtisků a politicky reprezentuje střed. Rzeczpospolita vychází v nákladu 253 000 výtisků a je zaměřena na pravicového liberálně-konzervativního čtenáře. Dziennik s nákladem 220 000 kusů soupeří o čtenáře Gazety Wyborczy i deníku Rzeczpospolita. O čtenáře bulváru s Faktem soupeří Super Expres s nákladem kolem 220 000 výtisků. Trybuna, která vykazuje náklad kolem 80 000 výtisků, je určena čtenáři s levicovými názory. Katolicko-národní orientací se vyznačuje deník z mediálního domu redemptoristů Nasz Dziennik.

Velký souboj o čtenáře svádějí polské společensko-politické týdeníky. V největším nákladu (331 000) vychází polská verze týdeníku Newsweek - Newsweek Polska. Týdeník Polityka vychází v nákladu 300 000 výtisků a třetí největší seriózní týdeník Wprost vychází v nákladu 269 000 kusů. Poláci si mohou každý týden zakoupit také bulvární týdeník Nie, vychází v nákladu 287 000 kusů. Zlomek nákladu (39 000) předchozích tiskovin dosahuje katolický, kulturně-společenský týdeník Tygodnik Powszechny.

---

<sup>30</sup> BBC News, Country profile: Poland, [http://news.bbc.co.uk/2/hi/europe/country\\_profiles/1054681.stm#media](http://news.bbc.co.uk/2/hi/europe/country_profiles/1054681.stm#media), staženo 3. 9. 2008

<sup>31</sup> Republic of Poland pre-term parliamentary elections (OSCE/ODIHR needs assessment mission report). Office for Democratic Institutions and Human Rights. Warsaw: 2007. s. 5.

<sup>32</sup> Údaje o nákladech deníků pocházejí z internetových stránek Ministerstva zahraničních věcí České republiky [http://www.mzv.cz/jnp/cz/udalosti\\_a\\_media/media\\_ve\\_svete/stredni\\_evropa/index.html](http://www.mzv.cz/jnp/cz/udalosti_a_media/media_ve_svete/stredni_evropa/index.html) (staženo 5. 9. 2008)



### 3. 3 Vývoj ve vlastnictví médií

Jak bylo uvedeno výše, Polsko je pro mediální investory velmi zajímavým trhem. Právě proto na něm dochází k neustálému vývoji a soubojům o čtenáře. V Polsku jsou dva velcí vydavatelé, polsko-americká Agora se slavným deníkem Gazeta Wyborcza a významný německý mediální dům Axel Springer Verlag. Obě vydavatelství vedou od října 2003 velice tvrdý boj o dominantní postavení v zemi. Tehdy totiž vstoupil Springer na trh s novým bulvárním deníkem Fakt, který umístil mezi Gazetu Wyborcza a SuperExpres. Fakt se prodával za jeden zlotý, Gazeta stála dvojnásobek. Postavení Gazety zůstalo bezprostředně po vstupu neotřesené. Dokonce v listopadu téhož roku se její náklad zvedl přes pět set tisíc výtisků, sobotní, tradičně vyšší náklad, jen nepatrně klesl. Pokles zaznamenal naopak SuperExpres, nejprve na tři sta osmdesát tisíc a dnes údajně na dvě stě dvacet tisíc, zatímco Fakt prodává přes půl milionu výtisků denně. Je tedy nejčtenějším polským listem.

Ještě před Faktem vstoupil německý vydavatel na polský trh úspěšně s polskou mutací Newsweeku, která obohatila již tak poměrně širokou škálu kvalitních zpravodajských týdeníků. Agora na založení deníku Fakt reagovala založením vlastního bulváru Nowy Dzen, po třech měsících ale noviny zastavila. Ve srovnání s Faktem byl titul příliš nudný a málo se prodával. Springer jako vydavatel největšího evropského bulváru Bild s nákladem kolem tří a půl milionu výtisků denně, má v tomto segmentu trhu velké know how.

Posléze se Springer pustil do dalšího souboje s Agorou a založil seriózní celoplošný deník s jednoduchým názvem Dziennik. Podobá se německému konzervativnímu pravicovému deníku Die Welt, který vydává stejný podnik. Bylo to dle mediálních odborníků poprvé, co v posledních letech ve velké evropské zemi přišel na trh nový seriózní deník. Zaváděcí náklad byl šest set tisíc a cílem bylo prodávat denně sto dvacet tisíc výtisků. Podle mediálních expertů je Dzenik povedenou tiskovinou, která má šanci uspět. Prodejní cena je jeden a půl zlotého a na tuto cenu okamžitě snížila Agora i cenu za Gazetu Wyborcza, která svým čtenářům zároveň nabízí velké množství příloh a dodatků, jako jsou knihy a filmy.

Springer Verlag neučinil žádný nepromyšlený krok. Vycházel z několika na sobě nezávislých studií, které ukázaly, že na polské novinové scéně je ještě jedno místo pro skutečně kvalitní prestižní deník, a navíc, jak se někteří experti domnívají, chce posílit pravici v době narůstajícího polského nacionalismu.

Aleksander Kaczorowski, zkušený polský novinář, který léta pracoval v Gazetě a později i u Springera v Newsweeku, k tomu řekl: „Redakce Dzeniku je obsazena velice dobře.

Vedoucím redaktorům je mezi pětácti až čtyřiceti lety. Přešli z pravicového deníku *Sztitie*. Springer je lépe zaplatil a dal jim šanci a peníze vyprofilovat v Polsku noviny, které by byly lepší než *Gazeta*.” Původně tato generace milovala Adama Michnika (současný šéfredaktor *Gazety Wyborczy*), který se za to trochu stydí. Redakce se opírá o polské elity na univerzitách a chce Polsku otevřít hlubší a podstatnější debaty. Dojde evidentně k tvrdému souboji, který by ale místo *Gazety* mohlo zasáhnout deník *Rzeczpospolita*, který má náklad kolem čtvrt milionu výtisků.<sup>33</sup>

### 3. 4 Snahy politiků ovládnout média

Do polského mediálního prostoru zasahují také snahy politiků ovládnout veřejnoprávní média. Po parlamentních volbách 2005 vítězná strana Právo a spravedlnost změnila vysílací zákon tak, aby ji umožnil obsazovat mediální rady vlastními lidmi. Národní rada pro rozhlas a televizi (KRRiT) se změnila z devíti na pětičlenné grémium přičemž dva členy jmenoval prezident, dva Sejm a jednoho člena Senát. „Aby přežila s menšinovou vládou, PiS si koupila tichou podporu populistických stran Sebeobrana a Liga polských rodin kromě jiného tím, že jim přenechala čtyři z pěti míst v KRRiT, tedy kontrolu nad vysílacími médii.”<sup>34</sup>

To ale nebyl jediný pokus ovládnout mocný orgán, který má v Polsku narozdíl od České republiky rozhodující slovo při obsazování správních, dozorčích i programových rad. Nový zákon zároveň prezidentovi dával právo jmenovat a odvolávat předsedu KRRiT. Právě v tomto bodě však označil v březnu 2006 Ústavní soud zákon za odporující ústavě.

Nový mediální zákon schválil Sejm 22. května 2009. Kromě zrušení televizních a rozhlasových poplatků a odstranění jednobarevného řízení veřejnoprávních médií si všímá také mediálních rad. KRRiT se opět rozšířila, a to na sedm členů. Nominuje je prezident (2), Sejm (3) i Senát (2).

---

<sup>33</sup> Inspirováno analýzou, kterou uvedl 5. 5. 2006 na vlnách České rozhlasu 6 v pořadu *Média v postmoderní době* Karel Hvižďala

<sup>34</sup> Šmíd M. (2009). *Polský mediální zákon – nejen o poplatku*. Blog Mediální krajina Milana Šmída na internetových stránkách televize ČT24. <http://www.ct24.cz/blogy/medialni-krajina-milana-smida/56637-polsky-medialni-zakon-nejen-o-poplatku/> staženo 5. 6. 2009

## 4. MEDIÁLNÍ IMPÉRIUM TADEUSZE RYDZYKA

Rádio Maryja, které je předmětem zkoumání této diplomové práce, náleží do mediálního impéria duchovního Tadeusze Rydzyka. Ten si v určité skupině polských médií udržuje značný vliv a prostřednictvím jich prosazuje své vidění světa. Tadeusz Rydzyk Rádio Maryja založil a jeho existence a názorové směřování je s otcem zakladatelem úzce spjata. Proto je potřeba se s jeho osobou blíže seznámit.

### 4. 1 Tadeusz Rydzyk

Tadeusz Rydzyk je kontroverzní katolický kněz, člen řádu redemptoristů. Založil a je stále ředitelem Radia Maryja. Od novinářů si vysloužil hned několik přezdívek, které jsou skloňovány v polském tisku: Otec ředitel, polský Richelieu, otec redemptorista, otec velkého rizika, velkokníže Toruňský, první vůdce pravice, idol nadržených šedesátnic, skalní posluchači ho rádi označují jako Poláka oddaného Panně Marii a vlasti. Všechny tyto přezdívky ho částečně vystihují. Kdo je ale ve skutečnosti Tadeusz Rydzyk?

#### 4. 1. 1 Kariéra kontroverzního duchovního

Tadeusz Rydzyk se narodil 3. května 1945, vyrostl v chudé rodině v polském Olkuszi. Vystudoval Vyšší duchovní redemptoristický seminář v Tuchowě a biblickou teologii na Akademii katolické teologie ve Varšavě. Řeholní sliby složil 1. února 1971 a 20. června téhož roku byl vysvěcen na kněze. Pracoval jako katecheta v Toruni, na Štětínku a v Krakově.

V osmdesátých letech se podílel na polském vysílání Rádía Svobodná Evropa. V roce 1986 odjel na pět let do Německa, kde navázal kontakt s xenofobní katolickou rozhlasovou stanicí Radio Maria International, která sídlila v Balderschwangu. Stanici kvůli jejím radikálním názorům zakázala německá katolická církev. Posléze byl její název změněn na Radio Horeb. Působení v Radiu Maria International velmi ovlivnilo Tadeusze Rydzyka při zakládání vlastní rozhlasové stanice. „Na útváření jeho názorů mělo vliv i studium politické a ekonomické „třetí cesty“ na Schillerově institutu na konci osmdesátých let.“<sup>35</sup>

---

<sup>35</sup> Schneider F. (2006). *Radio Maryja as an example of abuse of the authority of the catholic Church in Poland*. Final paper for the seminar: Religion in Europe and middle east culture. s. 7. <http://fredericschneider.free.fr/Radio%20Maryja.doc> staženo 20. 4. 2008

Po návratu do Polska v roce 1991 založil v Toruni Radio Maryja, ve kterém figuruje jako „jednočlenný vedoucí, výkonný a kontrolní orgán“. Rozhlasová stanice se stala díky jeho manažerským schopnostem z malého nadšeneckého katolického projektu jednou z nejposlouchanějších stanic v zemi.

#### 4. 1. 2 Názory Tadeusze Rydzyka

Politicky je Tadeusz Rydzyk orientován „národně-konzervativně“, ostře vystupuje proti interrupcím a to i v případě ohrožení života ženy. Judaismus považuje Rydzyk za „povolání, ne náboženství.“ Názory Tadeusze Rydzyka se objevují převážně v médiích, které vede nebo na ně má vliv jako je katolické periodikum *Niedziela*. Své názory prezentuje také na půdě Vyšší odborné společenské a mediální školy. Od akademického roku 2006 sice není jejím rektorem (v současnosti je členem univerzitní vědecké rady), ale nikdo nepochybuje o tom, že tam má stále hlavní slovo. „Jeho přednášky jsou de facto didakticko-propagandistickými rozmluvami a je v nich prezentováno to, co se jinak nemůže objevit na stránkách tisku či v éteru. Svým studentům Rydzyk potom klade na srdce, aby si nedělali poznámky a jeho proslovy veřejně nešířili.“<sup>36</sup>

„Lidé, kteří ho znají, o něm říkají, že je mužem činu, nikoli diskuse a reflexe. „Aleluja a vpřed,“ prohlásil kdysi on sám a tato formulace dobře odráží jeho povahu. Jistě má také velké charisma a autoritu, dokáže lidi upoutat a přesvědčit je o své pravdě. „Lidé mu věří natolik, že ke skončení veškerých diskusí často stačí argument: ‘Ale otec Tadeusz říká, že...’ Otec Rydzyk je nepochybně také skvělý organizátor. Jinak by totiž nikdy nevytvořil tak mohutnou společenskou sílu z rozhlasové stanice.“<sup>37</sup>

Jistě je, že k tomu, aby vytvořil tak rozsáhlé společenské hnutí, musí Tadeusz Rydzyk disponovat značnou sociální inteligencí. „Vypracoval si pár osvědčených postupů. V případě útoků nenavazuje dialog, jen čeká na výpady a chystá si obranu. Když je mu horko, ozřejmí, že je to všechno útok na Boha, církve a vlast,“ říká psycholog Konrad Maj.<sup>38</sup>

---

<sup>36</sup> GREGOROVÁ, Barbora. Velitel mohérových baretů nebo-li Velkokníže Toruňský zemí polských. *Babylon*. únor 2007, roč. 17, č. 2, s. 4.

<sup>37</sup> KLIMCZAK, Dariusz. Fenomén Radia Maryja. *Lidové noviny*, 1998, roč. 9, č. 92, s. 30.

<sup>38</sup> ČTK (msk, sd, jka). Przekrój: Páter, který dosazuje premiéry a prezidenty. [www.ceska-media.cz](http://www.ceska-media.cz), staženo 5.12.2006

## 4. 2 Katolický mediální dům

Tadeusz Rydzyk zastává názor, že v Polsku má být tolik procent katolických médií, kolik je katolíků. Od počátku devadesátých se tedy soustavně zabývá budováním katolického konzorcía, jehož součástí je i několik médií. Následující řádky by měly objasnit vlastnickou strukturu v konzorcíu. (přehledně je zpracována v grafu, který je přílohou č. 1 této diplomové práce)

### ❖ HLAVNÍ ÚSTŘEDÍ REDEMPTORISTŮ V ŘÍMĚ

#### Varšavská provincie řádu redemptoristů

*Celoplošná rozhlasová stanice Rádio Maryja* (majitelem vysílací licence je Varšavská provincie řádu redemptoristů a ředitelem Tadeusz Rydzyk)

- kanceláře Rádía Maryja
- kruh přátel Rádía Maryja
- mládež Rádía Maryja
- místní kroužky růžencových dětí

*Nadace Nasza Przyszlosc* (Naše budoucnost), vlastník a ředitel nadace Tadeusz Rydzyk

- Rodina Rádía Maryja
- Nasza Droga (Naše cesta), čtrnáctidenník katolické mládeže
- Soukromé gymnázium v Szczecineku

*Celostátní deník Nasz Dziennik* (Náš deník), vychází od roku 1998 a Tadeusz Rydzyk je jeho iniciátorem. Formálním majitelem je však varšavská společnost Spes s. r. o. Podle odhadů prodává deník kolem 100 tisíc výtisků denně.

*Nadace Lux Veritas*, vlastník a prezident je Tadeusz Rydzyk

- TV TRWAM (Vytrvej), vysílá od roku 2003
- Vyšší škola společenské a mediální kultury v Toruni – připravuje několik set studentů na budoucí novinářské povolání, a to v duchu socio-politického vidění světa Tadeusze Rydzyka.

Tadeusz Rydzyk se netají tím, že by zanedlouho rád zřídil druhý kanál televizní stanice Trwam. Ta je nyní dostupná přes satelit a internet. Tadeusz Rydzyk také koupil *Ilustrowany Kurier Polski*, ale tento magazín zmizel z trhu v roce 2003 poté, co se dostal do dluhů.

#### 4. 2. 1 Vztah Rydzykových médií k ostatním médiím

Vztah médií z mediálního domu Tadeusze Rydzyka souvisí s jeho odmítavým postojem k liberalismu, který označuje jako velké nebezpečí pro Polsko. Otec Rydzyk často mluví o strašidelném monopolu liberálních médií. „Program Rádía Maryja a také stále rostoucí počet jeho posluchačů velmi znepokojil ty, kteří si chtěli udržet monopol v médiích krz liberální sdělovací prostředky.“<sup>39</sup> To by mohlo budit dojem, že na polské mediální scéně jsou jen dva zásadní proudy: liberální (který je mnohem mocnější) a pak média spojená s Tadeuszem Rydzykem. Pokud vezmeme v úvahu definici liberalismu, kterou šíří Radio Maryja, tak je to vlastně pravda. Podle něj jsou totiž ti, kteří jsou proti rádiu, liberálové a všichni, kdo stanici nepodporují jsou proti ní.

Zastánci rádía si také všimli, že Rádio Maryja je napadáno nejen polskými, ale také zahraničními liberálními médii. „Ďábelské síly napadají rádio ve více než 200 denících po celém světě.“<sup>40</sup> To je pro Rádio Maryja velmi typická rétorika, která zaznívá z éteru velmi často. Dala by se shrnout do formulace: Jsme obklopeni nepřátelskými liberálními silami, nejen v Polsku, ale na celém světě, protože jsme poslední baštou opravdového křesťanství na celém světě a liberální síly se bojí, že rozšíříme svůj vliv do ostatních zemí.

#### 4. 3 Rádio Maryja

Sloganem „Rádio Maryja, katolický hlas v tvém domově“, který se v éteru prvně ozval 8. prosince 1991, se začala odvíjet historie polského Rádía Maryja. Rozhlas byl založen tehdy neznámým řadovým členem kongregace redemptoristů Tadeuszem Rydzykem. Řád redemptoristů (respektive jeho Varšavská provincie), který je zřizovatelem rádía, má od svého vzniku v roce 1732 jako hlavní cíl šířit víru mezi lidovými vrstvami.

---

<sup>39</sup> KAWECKI, Janusz. Rozpraszać chmury nad Radiem Maryja, in SUSKI, Andrzej; DYDYCZ, Antoni; MEJDANSKI, Kazimierz (eds.). *Odważny głos prawdy*. Warszawa: Wydawnictwo Sióstr Loretanek, 2002, s. 49.

<sup>40</sup> FRANKOWSKI, Edward. Radio Maryja w służbie Narodu, in SUSKI, Andrzej; DYDYCZ, Antoni; MEJDANSKI, Kazimierz (eds.). *Odważny głos prawdy*. Warszawa: Wydawnictwo Sióstr Loretanek, 2002, s. 111.

Rádio sídlilo od samého počátku v Toruni na severu Polska. Na počátku se vysílalo z jediného vysílače v Bydhošti pro pár set posluchačů. Rádio bylo možné naladit nejdále 40 kilometrů od vysílače. Stanice zprvu expandovala pomocí získávání regionálních licencí. Po první tři roky musel Rydzyk neustále přemýšlet, jak rádio udržet nad vodou a získat vysílací frekvence. Už tehdy dokázal zpracovat každého.

Jako první Národní radu pro rozhlas a televizi (obdobu naší rady pro rozhlasové a televizní vysílání). „Na slyšení o celostátní koncesi přinesl sošku Panenky Marie a špatně vyplněné dokumenty. Měl hned vypadnout ze hry. Místo toho páter vybídl posluchače a ti zavalili členy rady přívalem dopisů. Pro přidělení koncese hlasovali všichni, i postkomunista Marek Siwiec.“<sup>41</sup> Celostátní licenci tedy stanice vlastní od roku 1994. Po získání licence stanice rychle pokryla čtyři pětiny země, získala statisíce posluchačů a tomu odpovídající vliv. Signál rádia se k posluchačům dostává díky 121 vysílačům, satelity zprostředkovávají jeho signál do Evropy a Jižní Ameriky. Do roku 2003 vysílala stanice i v Rusku. Ve Spojených státech a Kanadě poslouchají rozhlas hlavně přes internet. Rádio lze naladit i na některých místech v České republice, zejména na Těšínsku, Opavsku a Ostravsku.

#### **4. 3. 1 Program stanice**

„V současnosti stanice vysílá na základě licence č. 003/P2001-R z 21. června 2001. Rádio má koncesi platnou do roku 2018. Udělená koncese definuje program Rádia Maryja jako vysílání charakteru společensko-náboženského, zabývající se problematikou křesťanské víry a problémy života společnosti z pohledu víry a nauky katolické církve s následujícím složením:

- Náboženské vysílání ne méně než 30% vysílacího času
- Publicistika společenského charakteru ne méně než 8% vysílacího času
- Informační servis ne méně než 1,5% vysílacího času
- Vzdělávací a poradní program ne méně než 1% vysílacího času

24. června 2006 byla v souvislosti s politickými kontroverzemi nad vysíláním Rádia Maryja jmenována osmičlenná dozorčí rada skládající se ze čtyř redemptoristů a čtyř zástupců jmenovaných polskou biskupskou konferencí.“

Zhruba tři čtvrtiny vysílacího času zabírají rozhlasové relace obsahující modlitby, meditace, náboženskou hudbu, kázání, přenos mší, výklady Písma, informace o dění v církvi,

---

<sup>41</sup> ČTK (msk, sd, jka). Przekrój: Páter, který dosazuje premiéry a prezidenty. [www.ceska-media.cz](http://www.ceska-media.cz), staženo 5.12.2006

katechismus a podobně. V této oblasti sehraává Rádio Maryja v polském éteru jednoznačně pozitivní roli. Stanice totiž pomáhá hlavně osamělým, potřebným, nemocným a starým lidem. Volají do vysílání, navzájem si pomáhají. Pro ty, kteří již nemohou dojít do kostela, plní rádio neocenitelnou službu. Mohou totiž poslouchat kázání na rozhlasových vlnách. Mnoho pořadů je také zaměřeno na přímý kontakt s posluchači, kteří volají do rádia a vyjadřují své názory. Nechybí ani hudba.

Klasické vysílací schéma obsahuje ranní (většinou 6:30), polední (většinou 12:30) a večerní (většinou 20:20) modlitbu (růženec) a vždy alespoň jednu mši. Výklad Písma a příběhy světců bývají obsahem každodenního pořadu Setkání s Biblií (*Spotkania z Biblią*). Charitu nabízí například pořad Mohu a chci pomoci (*Mogę, chcę, pomóc*). Lidé v něm zdarma nabízí věci, které už nepotřebují. Zanechají jen svoje telefonní číslo a zájemce se pak může s prodávajícím spojit. Každý den se také vysílá pořad V rodině Rádia Maryja (*W Rodzinie Radia Maryja*), který posluchače informuje o dění v organizaci, přidružené ke stanici. Každý den ve dvě hodiny ráno začíná hodinové vysílání do Spojených států a Kanady (*Program dla USA i Kanady*), kde má stanice mnoho příznivců a především donátorů.

Problematická je zbývající čtvrtina vysílacího času. Ta je totiž vyhrazena zpravodajství, společensko-politické publicistice a politickým komentářům. Zkreslené informace a kontroverzní názory zaznívají ve zpravodajských relacích *Serwis Informacyjny* nebo *Informacje dnia* ale především v každodenním publicistickém pořadu *Aktualności dnia* nebo v kontroverzním pořadu Nedokončené rozhovory (*Rozmowy Niedokończone*). V něm lidé konfrontují své názory s hostem ve studiu. Za vše hovoří také názvy některých minulých pravidelných pořadů: Pod diktátem USA, Ceny imperiální politiky, Za co se musejí omluvit Židé, Aby Polsko bylo polské. Již názvy relací nenechávají nikoho na pochybách, že v této části vysílacího spektra stanice reprezentuje extrémně vyhraněné názory. „V pořadech zaznívá silné odmítání EU, hospodářských změn v Polsku po roce 1989 (interpretace jednání u kulatého stolu v roce 1989 jako spiknutí Židů ze Solidarity s Židy z komunistické strany). Ve svých společenských či politických pořadech Radio Maryja často navazuje na ty nejhorší tradice polského katolicismu: na jeho populismus, autoritářství, antiliberalismus a antisemitismus.“<sup>42</sup> V programech řízených otcem Rydzykem se kromě Boha hovoří hlavně o slavném polském národu, silném státu a jeho nepřátelích. Představitelé rádia tvrdí, že politika je součástí života, proto není důvod, aby se rádio od ní oddělovalo.

---

<sup>42</sup> MLEJNEK, Josef. Liga polských rodin – reprezentantka poražených v transformačním procesu? in: NĚMEC, Jan; ŠŮSTKOVÁ, Markéta (eds.). *III. Kongres českých politologů, Olomouc 8. – 10. 9. 2006*, 1. vyd. Praha, Olomouc: Česká společnost pro politické vědy, 2002, s. 364-376.



### 4. 3. 2 Financování stanice

Rádio obdrželo při udělování licence statut společenského mecenáše, nesmí tak vysílat reklamy, ale má výraznou slevu (80%) při placení licenčních poplatků. Hospodaření Rádía Maryja je velmi nejasné, protože jako církevní osoba nemusí platit daně. Hlavním zdrojem financování provozu stanice jsou dary posluchačů a příznivců. Ty se pohybují od několika zlotých ročně až po statisícové dary milionářských donátorů rádia. „Nejštědřejší jsou tradičně krajané v Brazílii, Argentíně, Kanadě a USA, kteří rádio poslouchají na internetu. Ročně spolu s domácími posluchači věnují Rydzykovi, podle týdeníku Wprost, kolem sto milionů zlotých (asi 720 milionů korun). Z nepřímých důkazů, například výzev Tadeusze Rydzyka posluchačům, lze odhadnout, že náklady na provoz stanice jsou asi dva miliony zlotých (zhruba 15 milionů českých korun) měsíčně. U skalních posluchačů rádia je běžné, že na účet rádia pošlou velkou část své penze (například až 200 zlotých z důchodu, který činí 800 zlotých).

Jedním z hlavních sponzorů stanice je například uruguayský milionář polského původu Jan Kobylanski. „Jan Kobylanski velmi podporuje Radio Maryja. Nemohu o tom moc mluvit, ale připouštím, že Vyšší škola společenské a mediální kultury existuje především jeho zásluhou,“ přiznal moderátor Janusz Kawecki.<sup>43</sup> Kobylanski po emigraci v roce 1945 spolupracoval s režimem paraguayského diktátora Alfreda Stroessnera, za což získal kontrolu nad obchodem s poštovními známkami. V padesátých letech musel tento muž čelit podezřením, že je tajný agent Sovětského svazu. Paraguayské úřady na něj upozornili rakouští diplomaté. Kobylanski je také podezřelý z toho, že spolu se svým otcem za druhé světové války vydali gestapu ukrývající se židovskou rodinu. Podle některých zdrojů byl dokonce dozorcem v nacistickém koncentračním táboře. V dubnu 2006 přinesla polská média například zprávu, že Tadeusz Rydzyk odpočíval v centru tohoto muže na Tenerife. Stanici sponzoroval také Edward Moskal, známý antisemita, který předsedal americko polskému kongresu.

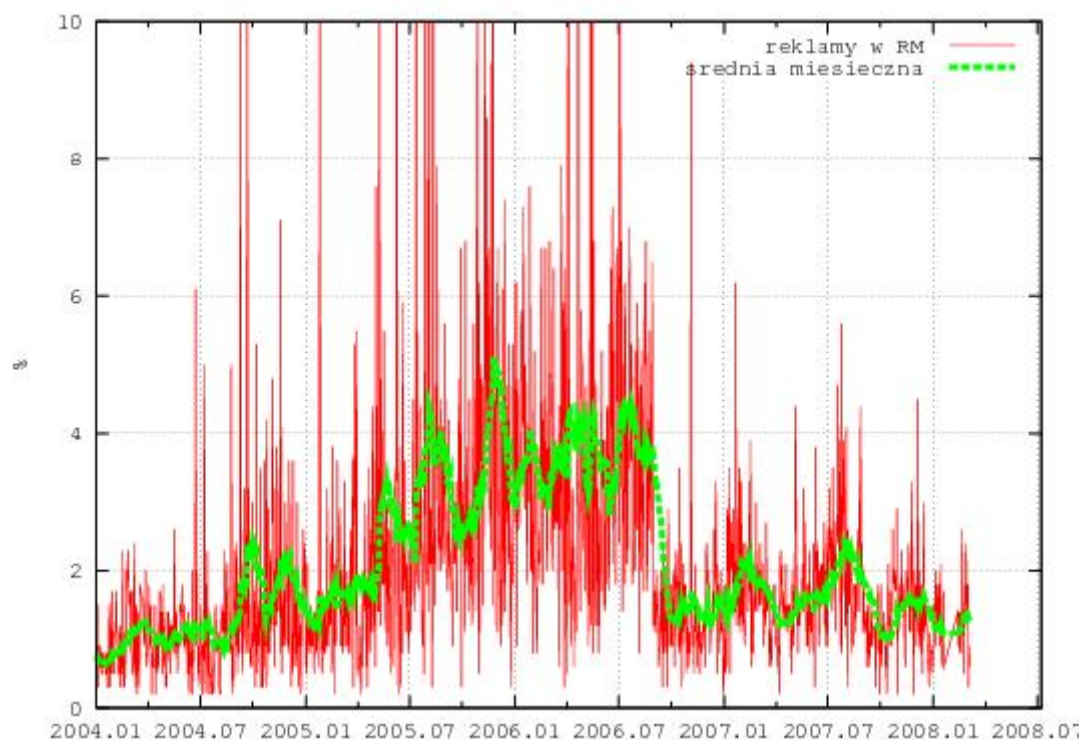
---

<sup>43</sup> Janusz Kawecki v pořadu Głos z Krakowa, který Rádio Maryja odvysílalo 3.1.2007 <http://www.radiomaryja.pl/audycje.php?id=3949> staženo 20. 8. 2008

#### 4. 3. 2. 1 Reklama v rádiu

Podle podmínek koncese by rádio nemělo vysílat žádnou reklamu. Tuto podmínku ale stanice nedodrží. Reklama je často skrytá, velmi často chybí jasné oddělení reklamního bloku. „Otec Rydzyk ve svých pořadech propaguje svoji Vyšší školu společenské a mediální kultury, televizi Trwam a mnoho dalších institucí. Sponzoři také financují různé projekty Rádía Maryja.“<sup>44</sup> Kromě médií, nadací a přednášek z Rydzykova konzorcia Rádio Maryja také často propaguje spřízněná média nebo knihy a desky. Financování stanice doznalo změn za vlády strany Právo a spravedlnost bratrů Kaczyńských. Pro mediální impérium pátera Rydzyka totiž bylo spojení s vládní stranou finančně výhodné. V rádiu se začaly zmiňovat firmy se státní účastí.

**Graf 1: Vývoj procentuálního zastoupení reklamy ve vysílání Rádía Maryja<sup>45</sup>**



*Pozn.: Na ose x jsou naneseny měsíce a roky. Osa y znázorňuje, kolik procent vysílacího času reklamy v rádiu zabíraly.*

<sup>44</sup> LIZUT, Mikolaj. Czy Radio Maryja nadaje reklamy? Gazeta Wyborcza. 21. 12. 2003. [http://serwisy.gazeta.pl/kraj/1\\_63546\\_1836176.html](http://serwisy.gazeta.pl/kraj/1_63546_1836176.html) staženo 21. 8. 2008

<sup>45</sup> Graf sestavený autory internetových stránek o Radiu Maryja (<http://www.radiomaryja.pl.eu.org/>) podle průzkumů poslechového.

### 4. 3. 3 Posluchači rádia

Rádio Maryja je dlouhodobě jednou z nejposlouchanějších polských rozhlasových stanic a bezesporu nejposlouchanější stanicí s náboženským obsahem. Uváděné počty posluchačů se různí a pohybují se od půl milionu do čtyř a půl milionu posluchačů. Sama stanice ráda udává, že ji poslouchají miliony posluchačů. „Rádio Maryja odhaduje, že si jej denně naladí 10 % dospělých Poláků.“<sup>46</sup>

Poslechovost rádia se v průběhu jeho vysílání vyvíjí a lze vysledovat i sestupnou tendenci v počtu jeho posluchačů. V roce 1997 poslouchalo Rádio Maryja kolem šesti procent Poláků, kteří si zapli rádio, což stanici vyneslo na čtvrté místo v přehledu nejpopulárnějších polských stanic. Na vrcholu poslechovosti bylo rádio v roce 1998, kdy ho poslouchalo 7,7 procenta Poláků. Na přelomu tisíciletí se počet posluchačů odhadoval ve všední den na 1,4 miliónu a o víkendu dokonce téměř na šest milionů. V průzkumu provedeném na počátku roku 2002 agenturou SMG/KRC bylo rádio pátou nejposlouchanější polskou stanicí. Ve sledovaném období si jej naladilo 3,7 % Poláků<sup>47</sup>.

Zkoumáním poslechovosti rádií se v Polsku zabývá společnost Radio track. Z jejích zkoumání lze vysledovat vývoj poslechovosti rádia v posledních čtyřech letech. V roce 2004 poslouchalo podle jejích informací rádio v průměru 2,4 % Poláků, o rok později dosáhla poslechovosti 2,5 % všech Poláků. V roce 2006 došlo k poklesu poslechovosti na 2,0 % obyvatel Polska.<sup>48</sup> V roce 2007 poslouchalo rádio podle společnosti Radio track 2,1 % Poláků.<sup>49</sup>

---

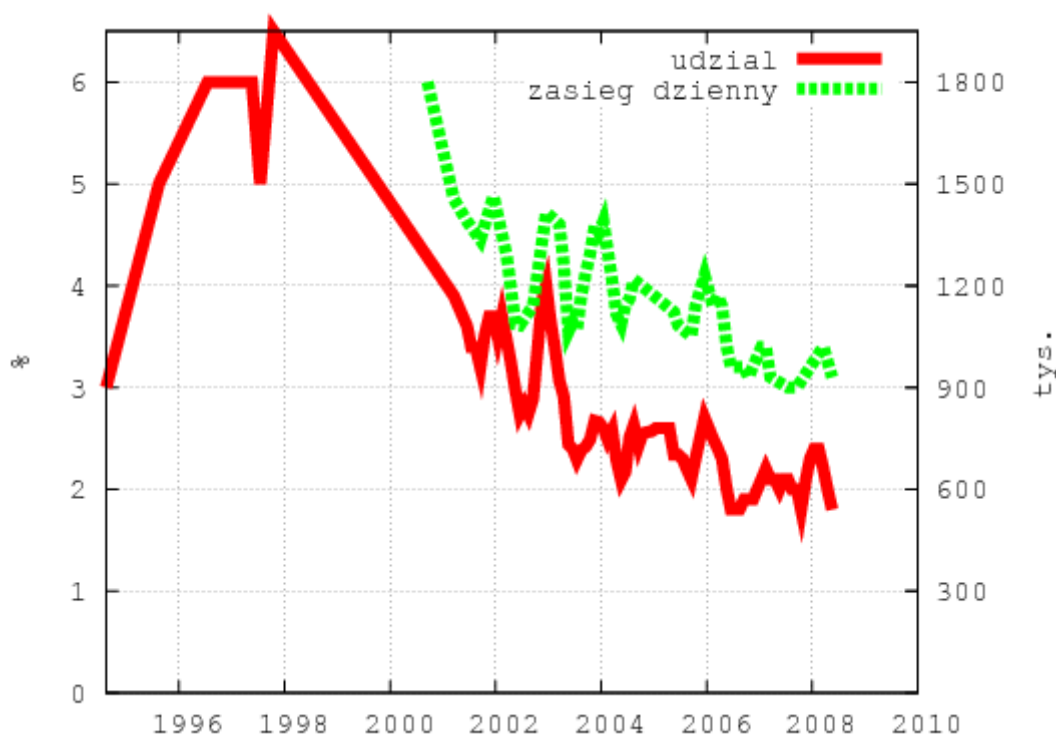
<sup>46</sup> WALTON, Nicholas. Polish Cardinal tackles radical radio, *BBC News*. 1. 10. 2002  
<http://news.bbc.co.uk/2/hi/europe/2289567.stm> staženo 21. 8. 2008

<sup>47</sup> Zdroj: Agentura SMG/KRC, leden až březen 2002, vzorek: 23 729 respondentů ve věku mezi 15 a 75 lety  
[http://obp.pl/03-raport/2001/radio\\_audience\\_studies.htm](http://obp.pl/03-raport/2001/radio_audience_studies.htm) (staženo 20. 8. 2008)

<sup>48</sup> Zdroj: Agentura SMG/KRC, porovnání let 2004, 2005 a 2006, vzorek: 92359 (2004), 92083 (2005), 91 882 (2006) respondentů. Archiv průzkumů Radio track <http://www.smgkrc.pl/radiotr/index.php?gr=3&id=2> staženo (20. 8. 2008)

<sup>49</sup> Zdroj: Agentura SMG/KRC, březen až srpen 2007, vzorek: 45 994 respondentů ve věku 15 +. Aktuální výzkum na webových stránkách Radio track <http://www.smgkrc.pl/radiotr/index.php?gr=3&id=1> (20. 8. 2008)

**Graf 2: Vývoj poslechovosti rádia od roku 1994 do současnosti<sup>50</sup>**



Pozn. Levá osa y označuje procentuální podíl ze všech posluchačů polských rádií. Pravá osa y naznačuje počet posluchačů v tisících. Na ose x je časové rozmezí od roku 1994 do současnosti.

#### 4. 3. 3. 1 Profil posluchače

Průzkumy, které se zabývají typickým profilem posluchače Rádía Maryja, se shodují jen v některých základních rysech. „Podle studie agentury na výzkum veřejného mínění OBOB (dnes TNS OBOB), kterou prováděla v roce 1999, bylo 46 % posluchačů rádia starší padesáti let a jen 26 % bylo mezi 9 a 29 lety.“<sup>51</sup> Podle tohoto výzkumu má pouze 33 % posluchačů základní vzdělání a pouze 6 % vzdělání univerzitní. „Podle studie agentury SMG/KRC z roku 1997 bylo 49 % posluchačů starších šedesáti let a jen 5 % bylo mezi 15 a 24 lety.“<sup>52</sup> Tento průzkum přisuzuje 45 % posluchačů stanice základní a 7 % univerzitní vzdělání. Navíc zdůrazňuje, že 70 % posluchačů jsou ženy. „Národní rada pro rozhlas a televizi udává, že v roce 2005 poslouchalo rádio 10 % všech lidí nad 60 let, kdežto u lidí do 29 let to bylo pouze 0,7 – 1,1 %. Průměrný posluchač prý poslouchá rádio denně 2 hodiny a

<sup>50</sup> Graf sestavený autory internetových stránek o Radiu Maryja (<http://www.radiomaryja.pl.eu.org/>) podle průzkumů poslechovosti.

<sup>51</sup>Zalewski M. (2001). *Radio Maryja w ogniu propagandy*. Kielce: Scutum. s. 36.

<sup>52</sup>Frelichowska D. (1999). *Ojcowie Redemptoryści i ich Radio Maryja*. Toruń: Marszale. s. 100-101.

26 minut. Polská verze internetové encyklopedie Wikipedia bez udání zdroje uvádí, že mezi posluchači rádia je pouze 1% mladých lidí a 70 % posluchačů jsou lidé nad 60 let věku.<sup>53</sup> O věkové vymezení posluchačů se pokusila ve své práci Fenomén Radia Maryja i Olga Błaszczuková. „Rádio poslouchají hlavně starší lidé, 49 % z nich je nad šedesát let, 32 % je mezi 40 a 59 lety. 14 % posluchačů tvoří ti, kterým je mezi 25 a 39 lety, posluchači ve věku 15 – 24 let tvoří 5 % posluchačů.“<sup>54</sup> Co se týče vzdělání, podle ní čísla víceméně korespondují s rozložením v polské společnosti. „45 % posluchačů má ukončené základní vzdělání, 48% různé typy vyššího vzdělání a jen 7 % vzdělání vysokoškolské.“<sup>55</sup> I podle této studie tvoří ženy 70 % a muži 30 % posluchačů rádia.

Na základě výzkumů o posluchačích rádia lze sestavit profil typického posluchače Radia Maryja. Je to žena, které je více než 55 let (30 % posluchačů jsou vdovy nebo vdovci) a žije na vesnici. Posluchači především základní vzdělání. „Jsou to velmi často lidé, kteří začali studovat na začátku komunistické éry, neměli šanci navštěvovat školu příliš dlouho a už jako náctiletí začali pracovat.“<sup>56</sup> Průměrný posluchač na tom není finančně právě nejlépe. Často žije stále se svými dětmi a nezajímá se příliš o ekonomii, zákony, mezinárodní vztahy, politiku, ale ani o kulturu, zábavu nebo vědu. Nenavštěvuje divadla a kina, ale také příliš nečte (kromě katolických tiskovin). Hlavním zájmem typického posluchače Radia Maryja je jeho vlastní víra a náboženství a ve volném čase se rád dívá na televizi. Většina jeho života se odehrává kolem jeho domu. Jeho hlavní hodnotou je rodina a má silný vztah k tradicím.

Z hospodářských reforem získala tato skupina lidí jen málo, ale zato ví, že zatímco jim se žije těžko, jiní se obohatili. Není to ovšem jejich vina, ujišťuje je otec Rydzyk, byli prostě podvedeni. „Poláci mají velké srdce... jsou přirozeně slušní a přirozeně pohostinní. Vyskytli se všelijací politikové... zapůsobili na naši mentalitu, na naše povahy a založili na tom svou hru. Rádio Maryja poskytuje těmto 'nebohým lidem, které nikdo nebrání' pocit pout, díky němuž mohou konečně pocítit vlastní sílu a mohou se cítit docenění. Právě pocitem, že všude kolem jsou lidé, jejichž hlavním cílem je 'odkřesťanstění a odnárodnění Poláků', připomíná Radio Maryja se svými posluchači nedobytnou tvrz, která odráží všechn dialog a uzavírá se před světem. Spojuje je žárlivá víra a právě ta horoucí nechť ke všem liberálům,

---

<sup>53</sup> Wikipedia, the free encyclopedia, heslo Radio Maryja v polské verzi [http://pl.wikipedia.org/wiki/Radio\\_Maryja#S.C5.82uchacze\\_Radia\\_Maryja](http://pl.wikipedia.org/wiki/Radio_Maryja#S.C5.82uchacze_Radia_Maryja) staženo 22. 8. 2008

<sup>54</sup> BŁASZCZYKOVA, Olga. *Phenomenon of Radio Virgin Mary*. s. 7 <http://www.radiomaryja.pl.eu.org/arch/blaszczyk.html> staženo 25. 8. 2009

<sup>55</sup> BŁASZCZYKOVA, Olga. *Phenomenon of Radio Virgin Mary*. s. 7 <http://www.radiomaryja.pl.eu.org/arch/blaszczyk.html> staženo 25. 8. 2009

<sup>56</sup> Schneider F. (2006). *Radio Maryja as an example of abuse of the authority of the catholic Church in Poland*. Final paper for the seminar: Religion in Europe and middle east culture. s. 8. <http://fredericschneider.free.fr/Radio%20Maryja.doc> staženo 20. 4. 2008

postmodernistům, 'narůžovělým' i 'rudým', kteří jsou podle nich hlavními strůjci toho, že 'do našeho Polska vstoupil Satan, i když v různých hezkých převlecích'.<sup>57</sup>

Kritici Rádía Maryja často namítají, že starší a málo vzdělané posluchače rádia je snazší zmanipulovat. Většina programu je objektivní s náboženskou tematikou a vzbuzuje v lidech důvěru. Posluchači pak své stanici důvěřují i ve chvílích, kdy mluví o politice. Cílová skupina také velmi často podléhá iracionálním obavám, a to díky tomu, že si prožili nacistickou okupaci a éru komunismu. Mají velký strach z Německa a Ruska a na vlnách často slyší to, co slyšet chtějí a to totiž, že cizinci jsou pro Polsko velkým nebezpečím. „Často je smyslem života těchto lidí náboženství. To je i důvod, proč s ním chtějí žít v souladu a myslí si, že žít v souladu s náboženstvím je to samé jako žít v souladu s tím, co říká Rádio Maryja. Někdy jsou to lidé, kteří se nemohou pohybovat, a pro ně je Rádio Maryja jediným kontaktem s náboženstvím. Proto někteří poslouchají rádio i deset hodin denně.“<sup>58</sup>

Argumenty ale mají i obránci Rádía Maryja, kteří tvrdí, že posluchači nejsou manipulováni. Mladí prý stanici neposlouchají z jednoduchého důvodu. Nachází v době, kdy vyrůstají samostatně a odmítají všechny autority včetně autority státu a náboženství. Modlitby jsou podle mladých nudné. Hledají prý atraktivní věci, které nabízí liberální, levicové vidění světa. Imponuje jim liberální řízení státu, který nezasahuje do soukromí, a nabízí život bez omezení.

Obránci rádia, které velmi rádo brojí proti liberálnímu vidění světa, také tvrdí, že liberálové odsuzují staré lidi, protože již nejsou produktivní. Podle liberálů se prý lidé zúčastňují tržní ekonomie pouze jako věci. Argumentují také tím, že je daleko těžší manipulovat staršími lidmi, protože mají na rozdíl od mladých životní zkušenost. Na druhou stranu mladí lidé rozumí lépe výzvám dnešního světa a úloze, jakou by v něm Polsko mělo sehrávat.

Obránci rozhlasu mají další argumenty. „Vzdělání posluchačů rádia odpovídá vzdělání průměrné populaci Poláků.“<sup>59</sup> Tento argument má vysvětlit, proč posluchači stanice neoplývají přílišným vzděláním. Protože příliš vzdělaných nežije ani v samotném Polsku. Pravda je ale taková, že vysokoškolské vzdělání má 11-15 % Poláků, což je dvakrát více než posluchačů stanice.

---

<sup>57</sup> KLIMCZAK, Dariusz. Fenomén Radia Maryja. *Lidové noviny*, 16. 5. 1998, roč. 9, č. 92, s. 30.

<sup>58</sup> FRANKOWSKI, Edward. Radio Maryja w służbie Narodu, in SUSKI, Andrzej; DYDYCZ, Antoni; MEJDANSKI, Kazimierz (eds.). *Odważny głos prawdy*. Warszawa: Wydawnictwo Sióstr Loretanek, 2002. s. 112.

<sup>59</sup> Zalewski M. (2001). *Radio Maryja w ogniu propagandy*. Kielce: Scutum. s. 40.

#### 4. 3. 3. 2 Rodina Rádía Maryja

Takzvaná Rodina Rádía Maryja (*Rodzina Radia Maryja*), čili hnutí zastřešující příznivce stanice, čítá všechny příznivce a posluchače rádia. Jejím vůdcem je Tadeusz Rydzyk. Od listopadu 2006 má hnutí 600 klubů a kanceláří po celém Polsku. Hnutí má vlastní strukturu, která se skládá z kanceláří Rádía Maryja, Organizace přátel Rádía Maryja, Mládeže Rádía Maryja. Pobočky sídlí většinou na farách. „Od roku 1993 pořádá hnutí vždy druhou neděli v červenci pout' Rodiny Rádía Maryja na Jasnou Góru. Na třinácté pouti, která se odehrála 9. a 10. července 2005 se na Jasnej Góře sešlo okolo půl milionu lidí, kteří se identifikují s Rodinou Rádía Maryja.“<sup>60</sup> Menší setkání a poutě se organizují i na regionální úrovni. Zástupci hnutí také několikrát navštívili Vatikán. Hnutí má vlastní měsíčník s názvem Rodina Radia Maryja a každý den také svůj pořad na vlnách Rádía Maryja.

#### 4. 3. 3. 3 Mohérové baretý

Mohérové baretý (*moherowe berety*) je v Polsku rozšířeným označením osob podporujících tradiční, neboli konzervativní pojetí katolického náboženství, nacionální šovinismus a někdy i vyhraněné pravicové názory. V současnosti pojem splynul se skupinou posluchačů Rádía Maryja. Označení se častým užíváním vymanilo z pejorativních konotací a dnes je běžně užíváno v polských médiích, politice a internetových diskuzích.

„Označení pocházející od pletených pokrývek hlav, jaké nosí starší chudé Polky, použil a jako první v deníku Rzeczpospolita žurnalistka Maia Narbutt. 'Extaticky zahleděné do preláta Jankowského,' napsala v článku Labyrinty kněze 23. října 2004, 'odměňují potleskem téměř každé jeho slovo. V Gdaňsku se říká, že otec prelát má svou legii mohérových baretů.' Název upomíná na rozšířené označování speciálních vojenských jednotek jako zelené, červené, či jiné baretý.“<sup>61</sup>

Do širšího povědomí se označení dostalo na podzim roku 2005 prostřednictvím diskutérů internetového fóra deníku Gazeta Wyborcza a následně novinářů po publikování fotografie Roberta Góreckého Mohérový baret na výstrahu.

Zanedlouho již výraz získal i politické konotace. Pojem propagoval hlavně ředitel Rádía Maryja Tadeusz Rydzyk. „Ať žije mohérová koalice! Vidím mohérové baretý,

<sup>60</sup> Wikipedia, the free encyclopedia, heslo Rodzina Radia Maryja v polské verzi [http://pl.wikipedia.org/wiki/Radio\\_Maryja#S.C5.82uchacze\\_Radia\\_Maryja](http://pl.wikipedia.org/wiki/Radio_Maryja#S.C5.82uchacze_Radia_Maryja) staženo 22. 8. 2008

<sup>61</sup> PIETNICZKA M. Słownik IV RP. *Gazeta Wyborcza*. 21. 3. 2006 <http://wiadomosci.gazeta.pl/wiadomosci/1,55670,3226296.html> staženo 26. 8. 2008

bravo!m,“ volal Tadeusz Rydzyk během předvolebních mítinků, na kterých vyjadřoval podporu straně Právo a spravedlnost a Liga polských rodin.

Zanedlouho zazněl výraz prvně i na půdě polského parlamentu. „Polsko není odkázáno na mohérovou koalici,“ uvedl 10. listopadu 2005 předseda Občanské platformy Donald Tusk při debatě v Sejmu o vládním programovém prohlášení premiéra Kazimierze Marcinkiewicze o koalici PiS s LPR.<sup>62</sup> Za toto vyjádření se oficiálně omluvil 30. listopadu 2005.

Výzkum fenoménu mohérových baretů provedla agentura Axiom Polska. „Podle jejího zjištění tvoří mohérové barety zhruba 3,1 % polské populace. Jsou to převážně manželé starší padesáti let, jejichž děti už žijí samostatně. Zhruba 80 % těchto lidí má pouze základní vzdělání, 36 % z nich (dosud) fyzicky pracuje. Zhruba jedna čtvrtina z nich používá mobilní telefon, pevnou linku má zavedenu 84 % z nich a asi polovina má bankovní konto. Ve volném čase luští křížovky nebo rybaří. Na dovolenou nejezdí. 73 % z nich zůstává doma.“<sup>63</sup>

#### **4. 3. 4 Kontroverze na vlnách stanice**

Analýza programu Rádía Maryja ukázala, že tři čtvrtiny programu jsou ryze náboženského rázu a svým obsahem se nesnaží ovlivňovat své voliče. Zbylá čtvrtina programu se ale snaží posluchače manipulovat, názorové směřování rádia je často velmi kontroverzní. Právě těmito kontroverzemi si stanice získala světovou „proslulost“ a stala se terčem kritiky organizací a jednotlivců nejen v Polsku, ale i v celé Evropě. K názorům, které na vlnách rádia budí největší kontroverze, patří extrémní patriotismus, tedy nenávisť k cizincům a jejich kapitálu. Často je proklamováno ohrožení liberalismem a médii v jeho službách. Samostatnou kapitolou jsou prezentované antisemitské názory. Pobouření rádio také vyvolalo svými názory na potraty, trest smrti a svým silným zaujetím proti Evropské unii.

##### **4. 3. 4. 1 Extrémní patriotismus**

V této oblasti vychází ideologie Rádía Maryja z polské historie. V devatenáctém století a znovu během druhé světové války v Polsku platilo, že dobrý katolík je patriot a patriot je dobrý katolík. V prostředí Radia Maryja se tato myšlenka stále prosazuje. Také

---

<sup>62</sup> KOHN, M. The mohair berets are on the march. *New Statement*, 19. 12. 2005  
<http://www.newstatesman.com/200512190006> staženo 26. 8. 2008

<sup>63</sup> Průzkum zveřejněný na stránkách agentury axiom <http://www.axiom.pl/extras/search/index.php?> staženo 26. 8. 2008



proto na vlnách rádia často zaznívá, že poslanci by jako reprezentanti státu měli být patrioty a ochraňovat tudíž katolické hodnoty. Církev by se pak měla postarat o prohlubování patriotismu. Právě proto je stanice tak aktivní v hájení vlasti. (*o vztahu státu a církve více v kapitole 7*)

Podle kruhů napojených na rozhlas má Polsko hned několik nepřátel. Těmi hlavním jsou liberálové, komunisté, cizinci a také nadnárodní instituce. V pojetí Tadeusze Rydzyka je pojem liberál velmi vágní. Do této skupiny podle něj patří Židé, svobodní zednáři, komunisté a další. Jednoduše řečeno jsou to všichni, kteří se neztotožňují s názorem Rádia Maryja. Podle některých přívrženců rádia stanice chrání Polsko, protože „koalice postkomunistů, agresivní a ateistické levice a anti-Poláků z katolické levice“<sup>64</sup> zaútočila proti otci Rydzykovi. Podle jiných příznivců rádia zase liberalismus představuje nebezpečí, protože spojuje „globalisty, monetaristy, komunisty, sociální demokraty, feministky, anarchisty, ekology a satanisty.“<sup>65</sup> Toto bizarní spojení názorových proudů ukazuje, že kruhy kolem rádia spojují velmi rozdílné tendence. Často jde pouze o to najít nepřítele, což je každý, kdo nesdílí hodnoty hlásané rozhlasovou stanicí. V éteru jsou pak tito lidé označeni za nepřátele církve a Boha. Všem těmto nepřítelům podle rétoriky rádia navíc slouží liberální média. (*viz podkapitola 4. 2. 1 Vztah Rydzykových médií k ostatním médiím*).

Kritika zaznívá v éteru na komunisty a antikomunisty. Dokazují to i slova Tadeusze Rydzyka. „Člověka není možné kopnout, ledaže by byl rudý.“<sup>66</sup> Je pochopitelné, že Poláci a zvláště polská církev hledí díky historickým zkušenostem na komunisty s despektem. Tvrdý výrok, který postrádá byť i jen náznaky křesťanské lásky a odpouštění, ale opomíjí jednu důležitou věc. Dnešní polští postkomunisté nemají v žádném případě v úmyslu vracet se k diktátorskému režimu. Jejich program se více blíží pojetí sociálně demokratickému. Stoupenci rádia to ale vidí jinak: „Ukázalo se, že se v současné politice stále objevují přežitky z minulých padesáti let. Jsou v ní totiž dědicové komunismu, kteří dnes ohrožují náš národ.“<sup>67</sup> Tato rétorika naznačuje, že v Polsku vládnou stále stejní lidé. Strašení návratem komunismu do Polska je velmi pofidérní. Polsko je dnes stabilní demokratickou zemí se svobodnými volbami, standardními demokratickými institucemi a svobodou projevu. Rádio Maryja také

---

<sup>64</sup>FRANKOWSKI, Edward. Radio Maryja w służbie Narodu, in SUSKI, Andrzej; DYDYCZ, Antoni; MEJDANSKI, Kazimierz (eds.). *Odważny głos prawdy*. Warszawa: Wydawnictwo Sióstr Loretanek, 2002. s. 110.

<sup>65</sup>Zalewski M. (2001). *Radio Maryja w ogniu propagandy*. Kielce: Scutum. s. 71.

<sup>66</sup>ZAJAC, Marek. Fakty i mity, *Tygodnik Powszechny*, 14.05.06, roč. 17, č. 95, s. 1.

<sup>67</sup>FRANKOWSKI, Edward. Radio Maryja w służbie Narodu, in SUSKI, Andrzej; DYDYCZ, Antoni; MEJDANSKI, Kazimierz (eds.). *Odważny głos prawdy*. Warszawa: Wydawnictwo Sióstr Loretanek, 2002. s. 110.

při vytváření hysterických obav ve společnosti zapomíná na to, že kdyby v zemi stále vládl komunistický režim, nikdy by nemělo šanci vysílat nebo by bylo dávno zrušeno.

Dalším úhlavním nepřítelem Polska a Rádía Maryja jsou podle Rydzyka cizinci, zvláště ti ze západu. Podlé rétoriky rádía jsou to totiž ateisté, kteří myslí pouze na zisk. Otec Rydzyk často varuje posluchače před zahraničními investory, protože „zahraniční investoři chtějí z Polska udělat ekonomicky závislou zemi, která bude fungovat jako trh pro jejich produkty a bude zdrojem levných surovin a pracovní síly.“<sup>68</sup> Ze všech zahraničních investorů mu nejvíce vadí Němci, kteří prý skupují polskou půdu. Podle Rydzyka se Němci nikdy nesmířili s porážkou během druhé světové války a ztrátou některých území jako Slezsko a Pomořansko a nyní usilují o půdu, která před rokem 1945 patřila jejich rodičům. Podle něj může těmito obchody Polsko přijít o svou suverenitu.

Daleko menším, ale stále zlem jsou pro Rydzyka i polští investoři. Podle něj by měl mít co nejsilnější pozici v národní ekonomice stát svázaný s církví. Z Rydzykových vyjádření na toto téma je stále cítit vliv kurzu „Třetí cesty“, který absolvoval během svého pobytu v Německu. Podle Rydzyka má světová ekonomika s volným obchodem velmi špatný vliv. „Obyvatelé a podnikatelé se rozplývají v mezinárodních politických a hospodářsko-finančních strukturách.“<sup>69</sup> Z tohoto hlediska je podle Rydzyka pro Poláky velkým nebezpečím i Evropská unie. Ta prý ohrožuje jeho suverenitu a katolicismus. Trnem v oku otce Rydzyka je především skutečnost, že Evropská unie rozhoduje v mnoha otázkách za Poláky. Navíc je tvořena západoevropskými ateistickými státy, a tak je založena na nekřesťanských hodnotách.<sup>70</sup> Radio Maryja dokonce nabízelo svým posluchačům alternativu k Evropské unii a Severoatlantické alianci. „Byly tam návrhy na spolupráci s Ruskem, které by údajně lépe posloužily polským národním zájmům než návrat do demokratické rodiny západních států.“<sup>71</sup> Na svou antievropskou rétoriku otec Rydzyk patrně zapomněl, když v dubnu 2007 žádal o dotaci z fondů EU na financování Vyšší školy společenské a mediální kultury.

---

<sup>68</sup> FRANKOWSKI, Edward. Radio Maryja w służbie Narodu, in SUSKI, Andrzej; DYDYCZ, Antoni; MEJDANSKI, Kazimierz (eds.). *Odważny głos prawdy*. Warszawa: Wydawnictwo Sióstr Loretanek, 2002. s. 110.

<sup>69</sup> FRANKOWSKI, Edward. Radio Maryja w służbie Narodu, in SUSKI, Andrzej; DYDYCZ, Antoni; MEJDANSKI, Kazimierz (eds.). *Odważny głos prawdy*. Warszawa: Wydawnictwo Sióstr Loretanek, 2002. s. 110.

<sup>70</sup> JAROSZKI, Piotr. Budzi patriotyzm, in *Odważny głos prawdy*, in SUSKI, Andrzej; DYDYCZ, Antoni; MEJDANSKI, Kazimierz (eds.). *Odważny głos prawdy*. Warszawa: Wydawnictwo Sióstr Loretanek, 2002. s. 133.

<sup>71</sup> SZOTKIEWICZ, Adam. Poland's past and future pope. *Open democrac.*, 13.4.2006, [http://www.opendemocracy.net/faith-catholicchurch/catholicmedia\\_3450.jsp](http://www.opendemocracy.net/faith-catholicchurch/catholicmedia_3450.jsp) staženo 27. 8. 2008

#### 4. 3. 4. 2. Antisemitismus

Jedním z nejdůležitějších nepřátel, kteří ohrožují Polsko a jeho katolické hodnoty jsou podle lidí z okruhu Radia Maryja Židé. Na vlnách rozhlasu tak často zaznívají antisemitské výroky. Díky nim na sebe rádio již několikrát obrátilo pozornost polských úřadů, ale také židovských organizací po celém světě.

Polská rada pro rozhlasové vysílání udělila stanici důtku za šíření antisemitských stereotypů již v červnu 2003. Stanice se prý provinila tím, že nechávala bez odezvy antisemitské výroky, které pronášeli posluchači při svých telefonických vstupech do vysílání. Svou nedostatečnou reakcí podle zdůvodnění rady „potvrzovala špatná přesvědčení.“ Stanici v roce 2006 kárala i etická rada pro média. Názory vysílané rádiem označila za primitivní a antisemitské a nařídila stanici, aby zastavila šíření xenofobních myšlenek.

Autorem jednoho z kontroverzních výroků byl například komentátor Michalkiewicz. „Během vysílání z 27. března obvinil komentátor Stanislaw Michalkiewicz Židy z toho, že „se snaží polskou vládu donutit k vyplacení peněz za újmy způsobené za 2. světové války.“ Podle jeho mínění si Židé „udělali z holokaustu obchod.“<sup>72</sup>

V éteru rádia se také často ke slovu dostával kontroverzní historik a popírač holokaustu Dariusz Ratajczak. „Na vlnách rádia například prohlásil, že ‘dokud v tak katolickém státě, jako je Polsko, většina ministrů budou Židé a budou smrdět cibulí, nebude Polsko nikdy polské’.“<sup>73</sup> Ratajczakovy antisemitské názory na vlnách rádia také často podporoval profesor Ryszard Bender z katolické univerzity v Lublinu a člen vedení rádia. V lednu 2000 v éteru z jeho úst na adresu koncentračního tábora v Osvětimi zaznělo: „Nebyl to vyhlazovací, ale pracovní tábor. Židé, Cikáni a ostatní zemřeli na vyčerpání z tvrdé práce, nebyli vždycky zabíjeni.“<sup>74</sup>

I přes kritiku z řad katolické církve, ale Tadeusz Rydzyk antisemitský tón nezmírnil. V roce 2007 na přednášce před studenty Vyšší školy sociální a mediální kultury, kterou založil a v minulosti byl také jejím rektorem, Rydzyk zaútočil na prezidentský pár (viz následující podkapitola o kritice interrupcí) a v tom samém projevu, který nahrál jeden ze studentů a později zveřejnil týdeník Wprost zazněly i antisemitské výroky. Tvrdil, že problém

---

<sup>72</sup> RED ZAH, BBC, ČTK, Polské Radio Maryja je terčem Vatikánu, *Aktuálně.cz*, 7. 4. 2006, <http://aktualne.centrum.cz/zahranici/evropa/clanek.phtml?id=122842> staženo (18. 4. 2008)

<sup>73</sup> ČERNÝ, Adam. Panenský rozhlas, pochod na východ, občan Berlusconi. *Hospodářské noviny*, 7. 6. 2004, roč. 14, č. 105, s. 8.

<sup>74</sup> Antisemitism ana racism, Poland 1999 – 2000. Institut Stephana Rotha: Tel Aviv University, <http://www.tau.ac.il/Anti-Semitism/asw99-2000/poland.htm> staženo 25. 9. 2008

Jedwabného – masakru Židů, který spáchali Poláci v době německé okupace – sloužil jen k tomu, aby Židé z Polska vylákali 65 milionů dolarů odškodného.

Antisemitismus Rádía Maryja přinesl stanici i mezinárodní pozornost. O rádiu se zmiňuje zpráva Rady Evropy z prosince 2004. „Rádío Maryja otevřeně již několik let podněcuje k antisemitismu a v Polsku se nedostatečně zavádějí opatření, která by vedla k zákazu antisemitských výroků.“<sup>75</sup> Výroky otce Rydzyka ostře odsoudilo Centrum Simona Wiesenthala. O Rádiu Maryja se zmínilo i centrum Stephena Rotha při univerzitě v Tel Avivu, které se zabývá zkoumáním současného rasismu a antisemitismu. V jejich zprávě o Polsku v letech 1999-2000 se píše: „Populární katolická nacionalistická stanice Rádío Maryja je stále nejvlivnějším zdrojem antisemitské propagandy v Polsku.“<sup>76</sup> O čtyři roky později zmiňuje Centrum Rádío Maryja ve své zprávě znovu. „V roce 2004 bylo Rádío Maryja součástí kampaně na obranu otce Henryka Jankowského, který byl obviněn z pedofilie. Jankowski otevřeně přisuzoval své obvinění židovsko-komunistickému spiknutí.“<sup>77</sup>

Tadeusz Rydzyk navíc svým antisemitským výrokům přidává nádech spikleneckých teorií. Podle něj je totiž Žid a Svobodný zednář to samé. A tyto dvě skupiny jsou prý pro Polsko velkým nebezpečím, protože kontrolují média. Rádío Maryja a spřízněná média jsou prý jedinou jejich protiváhou.

#### 4. 3. 4. 3 Homosexualita, potraty, eutanázie, trest smrti

V oblasti ochrany katolicismu a křesťanských hodnot je rozhlasová stanice velmi aktivní. Často se ujišťuje v tom, že je dokonce posledním médiem, které katolické hodnoty chrání proti útokům ze strany liberálů.

Nejdůležitější boj vedou kruhy kolem rádía proti potratům a eutanázii. Radio Maryja důsledně chrání právo na život od početí až do smrti. Asi nejznámější projev na toto téma přednesl Tadeusz Rydzyk 24. října 1996. Tehdy přečetl celý seznam přibližně tři set poslanců, kteří v parlamentu hlasovali pro mírnější znění potratového zákona. „Měli by být oholeni jako prostitutky, které hřešily s Němci, protože jsou to zrádci národa,“ prohlásil potom na jejich adresu. Státní zástupci proti němu tehdy zahájili stíhání, ale případ byl odložen.

---

<sup>75</sup> Third report on Poland. European, Commission against Racism and Intolerance (Council of Europe): Strasbourg, 14. 6. 2005, s. 29 [http://hudoc.ecri.coe.int/XML/Ecri/ENGLISH/Cycle\\_03/03\\_CbC\\_eng/POL-CbC-III-2005-25-ENG.pdf](http://hudoc.ecri.coe.int/XML/Ecri/ENGLISH/Cycle_03/03_CbC_eng/POL-CbC-III-2005-25-ENG.pdf) staženo 21. 9. 2008

<sup>76</sup> Antisemitism ana racism, Poland 1999 – 2000. Institut Stephana Rotha: Tel Aviv University, <http://www.tau.ac.il/Anti-Semitism/asw99-2000/poland.htm> staženo 25. 9. 2008

<sup>77</sup> Antisemitism ana racism, Poland 1999 – 2000. Institut Stephana Rotha: Tel Aviv University, <http://www.tau.ac.il/Anti-Semitism/asw99-2000/poland.htm> staženo 25. 9. 2008

Kvůli umělému přerušení těhotenství Tadeusz Rydzyk ostře zaútočil i na manželku prezidenta Marii Kaczyńską. V době, kdy Liga polských rodin navrhla zakotvit úplný zákaz umělého přerušení těhotenství v ústavě, tak pozvala Kaczyńská do prezidentského paláce padesátku novinářek a při této příležitosti také podepsala petici pro zachování současného znění zákona, který povoluje interrupci ve výjimečných případech, jako jsou znásilnění, incest, ohrožení života matky nebo poškození plodu. To se řediteli Rádía Maryja nelíbilo a prohlášení na sebe nenechalo dlouho čekat. Na přednášce před studenty Vyšší školy sociální a mediální kultury, kterou Rydzyk založil, prohlásil: „Paní prezidentová, s tou eutanázií? Ty čarodějnice! Já ti dám zabíjet lidi! Nejdřív si to zkus sama na sobě.“<sup>78</sup> V přednášce urážel i prezidenta, když prohlásil, že „je to podvodník, který podléhá židovské lobbý“<sup>79</sup>. Přednášku však nahrál jeden ze studentů a předal ji týdeníku Wprost. Ten několik týdnů ověřoval pravost nahrávky a když ji potvrdili techničtí experti i přímí účastníci přednášky, tak ji magazín zveřejnil. Prezident Lech Kaczyński okamžitě žádal po Rydzykovi omluvu pro svojí manželku. Té se mu také dostalo. Proti Rydzykovi ale kvůli obavám ze ztráty voličů nevystoupil premiér Jarosław Kaczyński a celou situaci se snažil spíše utišit. *(více o politických konsekvencích aféry v podkapitole 6. 2. 5)* Záznam začala prozkoumávat i prokuratura. Páter totiž mohl čelit obvinění, že veřejně urážel hlavu státu, za což v Polsku hrozí až tři roky vězení. Nakonec byl případ také odložen. Stejně radikální je Rádio Maryja v oblasti eutanázie.

Překvapující je vztah rádia k trestu smrti. Stanice totiž otevřeně podporovala program strany Právo a spravedlnost a Ligy polských rodin. Obě strany mají v programu znovuzavedení trestu smrti. Je totiž diskutabilní, zda je podpora trestu smrti slučitelná s křesťanskou vírou.

Homosexualita je podle Tadeusze Rydzyka onemocnění, které se dá léčit. Akce homosexuálů, na kterých se ukazuje, že homosexualita je běžnou součástí života, by otec Rydzyk zakázal. Radikálnější kruhy kolem rozhlasové stanice dokonce podporují skinheady, které na pochody homosexuálů rádi útočí.

---

<sup>78</sup> ČTK, Vlivný polský kněz urazil prezidentský pár. *Hospodářské noviny*, 10.7.2007, roč. 17, č. 134, s. 7.

<sup>79</sup> ČTK, Vlivný polský kněz urazil prezidentský pár. *Hospodářské noviny*, 10.7.2007, roč. 17, č. 134, s. 7.

## **5. RÁDIO MARYJA A POLITIKA**

Předmětem zkoumání této diplomové práce je především vztah Rádía Maryja k politice a případný vliv na volební výsledky. Toruňská stanice v mnoha otázkách otevřeně zastává určité (někdy velmi vyhraněné) postoje a především v publicistických pořadech reprezentuje podobný politický názor jako některé polské partaje. Ty pak mohou z podpory vlivného rádia těžit. V této kapitole nejprve ve stručnosti nastíním postavení a roli politických stran ve stranickém systému a umístím je na konfliktních liniích. To by nám mělo ukázat, které strany k sobě mají v polském politickém systému nejbližší, a jak Rádio Maryja zprostředkovaně zasáhlo do posilování určitých štěpných linií v polské společnosti. V další části potom podrobněji prozkoumám dvě strany, které si dokázaly získat přízeň Rádía Maryja, a pokusím se najít podobnost v jejich elektorátu.

### **5. 1 Postavení a role stran v polském politickém systému**

Stranický systém je klíčovou součástí každého politického systému. V polském případě je zkoumání stranického systému a snaha o určení role jednotlivých politických stran v politickém systému obzvlášť zajímavá. V Polsku totiž dochází v této oblasti k neustálému dynamickému vývoji a zásadním změnám. Strany zde vznikají, rozpadají se nebo alespoň mění své názvy velmi často.

Fenomén polského stranického systému je z hlediska mé práce velmi důležitý. Rádio Maryja totiž během svého působení měnilo svou přízeň k různým politickým uskupením. Proč se rozhodlo podporovat právě tato sdružení a naopak se ostře vymezovat vůči ostatním souvisí do jisté míry s jejich postavením v polském stranickém systému a s jejich pozicí v rámci hlavních polských konfliktních linií (cleavages).

#### **5. 1. 2 Konfliktní linie (cleavages) polské společnosti**

Hlavní konfliktní linie (cleavages) polské společnosti a politiky jsou pro politologii permanentním tématem. S neustálými dramatickými změnami v polském stranickém systému totiž jistý (i když zdaleka ne tak překotný) vývoj zaznamenávají i ony. Navíc jsou linie, podle kterých se štěpí polská společnost respektive místní politická scéna, do značné míry odlišné

od cleavages nejen v západoevropských zemích, ale také od ostatních transformujících se zemí střední a východní Evropy.

Z hlediska tématu této práce je nezbytné tento specifický vývoj, které Polsko zdědilo z komunistické, ale i předkomunistické éry a který rezonuje i v aktuálním rozložení politických sil, alespoň v krátkosti nastínit.

#### 5. 1. 2. 1 Štěpení v devadesátých letech

Krátce po krachu komunistického režimu představovala polská politická scéna téměř nepřehledné kolbiště, ve kterém se pohybovaly desítky stranických aktérů. Už v této době po prvních soutěživých volbách v roce 1991 se ale vyvinula na bázi sporu mezi (post)solidaritní pravici a (ex)komunistickou levicí první žřetelná konfliktní linie a to linie vztahu k minulosti, tedy ke komunistickému režimu.

Jádro vysvětlení této štěpné linie, která definovala polskou politiku a také společnost celá devadesátá léta a hraje významnou roli i v současnosti, leží v hodnotové kulturně-historicko-ideologické sféře. „V polské politologické terminologii byla tato konfliktní linie mezi postsolidaritním a postkomunistickým táborem nazývána různě. K nejdůležitějším patřilo její označení jako spor mezi symbolickou levicí a symbolickou pravici. Označení vyjadřovalo význam symbolů minulosti, které měly mobilizační étos a byly nepřehlédnutelně přítomny v politickém diskursu.“<sup>80</sup>

K symbolické pravici se od začátku hlásila Volební akce Solidarita (AWS). Strany, jež tvořily koalici AWS měly kritický vztah ke komunistické minulosti a hlasitě požadovaly dekomunizaci polské společnosti. Nezřídka také akcentovaly důležitost tradičních hodnot zakotvených v katolické historii Polska a také význam církve ve veřejném životě. Náhled na tato témata se u jednotlivých stran často značně lišil.

Na opačném pólu této konfliktní linie se usadil Svaz demokratické levice (SLD). Na rozdíl od postsolidaritních stran se snažil kvůli svému vlastnímu původu téma vztahu ke komunistické minulosti mírnit a neustále zdůrazňovat svoji transformaci v sociálnědemokratickou stranu. Vztah k Polské lidové republice se u SLD nakonec vyznačoval nižší kritičností. Co se týče vztahu ke katolické církvi, tak SLD usilovala o minimalizaci role církve ve veřejné sféře a prezentovala se jako zastánce světského charakteru státu.

---

<sup>80</sup> Hloušek V., Kopeček L. (2004). *Konfliktní demokracie – Moderní masová politika ve střední Evropě*. Brno: Masarykova univerzita, s. 179.

Z výše uvedeného vyplývá, že zmíněnou konfliktní linii výrazně doplňoval konflikt o postavení církve ve společnosti, který je důležitý z hlediska zkoumání této diplomové práce. Problematika vztahu státu a církve se posléze stala druhou elementární polskou konfliktní linií. Štěpení, které se projevuje jednak postoji stran k samotné otázce vztahu státu a církve, ale také postojem k hodnotovým otázkám (například potraty), bylo v polské společnosti přítomné od samotného krachu komunistického režimu. Na parlamentní úrovni se na této štěpné linii vyprofilovala například strana Křesťansko-národní sjednocení (ZChN). Výrazně se ale na parlamentní úrovni projevilo po volbách v roce 2001, kdy v lavicích sejmu zasedli zákonodárci z Ligy polských rodin (LPR). *(blíže o této straně pojednává podkapitola 5. 2. 2)*

Konfliktní linie socioekonomická není pro polskou politiku primárně určující a zdá se, že voliče daleko více zajímají ideové otázky. Přesto toto štěpení hraje jistou roli a to už od chvíle, kdy museli Poláci zaujmout stanovisko k „šokovému“ plánu ekonomických reforem odstartovaných již v roce 1989. Postoje hlavních politických uskupení AWS a SLD se v této otázce příliš nelišily a nacházely se mezi oběma vyhraněnými póly – prosazovaly sociálněji model tržního hospodářství. V průběhu 90. let se ale ve vztahu k tržnímu hospodářství zvláště pozitivně vymezila Unie svobody (UW) se svým městským elektorátem a velmi kriticky Polská lidová strana (PSL) se svým zemědělským elektorátem. „Sociálně-ekonomické dělení polské politiky je tedy nutné interpretovat spíše jako spor město-venkov než jako obvyklou socioekonomickou konfliktní linii transformace.“<sup>81</sup> I konfliktní linie město-venkov získala s příchodem strany Sebeobrana po volbách do polského Sejmu v roce 2001 nový rozměr.

I přesto, že pojmy pravice a levice dlouho neodpovídaly běžnému (socioekonomickému) chápání, tak se s kulturně-historicko-ideologickou konfliktní linií nakonec spojila i pravo-levá sebeidentifikace voličů. „Jak ukazují výzkumy veřejného mínění, čím pravicověji se voliči identifikovali, tím radikálněji se vyslovovali k vypořádání se s komunistickou minulostí. Naopak levicový elektorát neviděl potřebu řešení otázky Polské lidové republiky... Poláci pravidelně navštěvující kostel a hluboce věřící se deklarovali pravicově, naopak Poláci nepravidelně navštěvující kostel, stejně jako nevěřící naopak levicově.“<sup>82</sup> Výzkumy také zjistily, že z hlediska vazby na AWS respektive SLD nebyly příliš významné další sociální charakteristiky voličů jako například profese, vzdělání nebo věk.

---

<sup>81</sup> ZARYCKI T. (2000). Politics in the Periphery: Political Cleavages in Poland Interpreted in Their Historical and International Context. *Europe-Asia Studies*. Vol. 52, No. 5, s. 865.  
<http://www.jstor.org/pss/153522> stabilní adresa

<sup>82</sup> Hloušek V., Kopeček L. (2004). *Konfliktní demokracie – Moderní masová politika ve střední Evropě*. Brno: Masarykova univerzita, s. 180.



## 5. 1. 2. 2 Volby 2001 a jejich vliv na štěpné linie

Parlamentní volby, které se uskutečnily v roce 2001, měly zásadní vliv na vývoj stranického systému. Krátce před volbami vznikla tři nová politická uskupení Liga polských rodin (LPR), Občanská platforma (PO) a strana Právo a spravedlnost (PiS). Jejich působení výrazně ovlivnilo nejen stranický systém, ale posílilo již některé existující konfliktní linie v polské politice. Ty stávající naopak oslabilo. Trendy, které naznačily volby v roce 2001 pokračují v jisté míře až dodnes. Z hlediska této práce jsou zásadní v tom smyslu, že do nich prvně opravdu výrazně zasáhly i konzervativní kruhy kolem Rádia Maryja.

Významnou změnu prodělalo štěpění, které jsem v předchozí části označil jako konflikt symbolické levice se symbolickou pravicí. Ukázala to volební kampaň, ale především výsledek postsolidaritních stran. Nejúspěšnější z nich Občanská platforma ač převzala část elektorátu AWS a UW, v kampani i volebním programu omezila svůj akcent na solidaritní původ i antikomunismus. „Jak ukázaly analýzy, pro voliče PO měla v době voleb 2001 větší význam ekonomická situace v zemi než intenzita náboženské víry nebo vztah k minulosti. Jinak tomu bylo u voličů AWS(P), jejíž volební apel však oslovil jen velmi malé procento voličů.“<sup>83</sup>

Podobně lhostejný jako u voličů PO byl postoj k dekomunizaci také v případě voličů další nové postsolidaritní strany – konzervativního PiS. Strana oslovila voliče především tématy, které neměly se vztahem k minulosti nic společného. (*viz podkapitola 5. 2. 1 Právo a spravedlnost*).

Odklon od otázky vztahu k minulosti byl patrný i v levé části politického spektra. SLD totiž kandidovala s postsolidaritní Unií práce (UP). Tato strana, která byla jedinou relevantní levicovou (ve smyslu socioekonomickém) postsolidaritní formací, napomohla dalšímu oslabení delegitimizačního vnímání SLD ze strany části solidaritních voličů.

Pro výrazné formování stávajících konfliktních linií měl také zásadní vliv volební úspěch dvou nových radikálních subjektů – Sebeobranu Polské republiky (Sebeobrana) a Ligy polských rodin (LPR). Oba tyto subjekty stály dokonce u zrodu nové konfliktní linie, a to vztahu k EU, který byl v závěrečné fázi před vstupem země do struktur EU velmi aktuální. Do dosavadního koncenzu v této otázce vnesly oba nové subjekty na politické mapě Polska své vyhraněné argumenty proti členství Polska v EU. Na této konfliktní linii lze umístit i ostatní

---

<sup>83</sup> Hloušek V., Kopeček L. (2004). *Konfliktní demokracie – Moderní masová politika ve střední Evropě*. Brno: Masarykova univerzita, s. 184.

strany, které se v roce 2001 dostaly do parlamentu. SLD a PO jsou silně proevropské, kdežto PiS a PSL zauímají výrazně opatrnější postoj.

Kromě této změny ale LPR a Sebeobrana značně modifikovaly i strukturu stávajících konfliktních linií. Sebeobrana (ve volbách třetí nejsilnější strana) dokázala to, co se dříve nepodařilo PSL, a to zmobilizovat nejenom zemědělský elektorát, ale v masové míře i obyvatele menších a středních měst. Ani pro její voliče přitom nebyly podstatné otázky vztahu ke komunismu a vztahu státu a církve. „Klíčovým spojujícím momentem byl protest proti důsledkům ekonomických reforem 90. let.“<sup>84</sup> To mělo především vliv na štěpení mezi městskou liberálně-protržní versus venkovskou protekcionisticko-regulační orientací.

UW nahradila PO a na druhé straně tohoto štěpení se usadila Sebeobrana, která svým populismem zastínila názorově podobně vyhraněnou PSL. Na této konfliktní linii navíc posílili zastánci obou vyhraněných pólů, tedy PO na jedné straně, Sebeobrana a LPR na straně druhé. Linie se tak celá významně modifikovala. Posunula se od (značně specifického) konfliktu město-venkov blíže ke „klasické“ socioekonomické konfliktní linii.

Do modifikace polských štěpných linií promluvila i konzervativně-katolická Liga polských rodin, u jejíhož vzniku stálo Rádio Maryja. Prezentaci LPR vedle již zmíněného odporu ke vstupu do Unie vévodila vize Polska jako silného národního katolického státu. V této souvislosti je důležitý původní motiv vzniku LPR – nedostatečná razantnost AWS v tomto směru. V programu byla silně akcentována i oblast zemědělství. (*viz podkapitol 5. 2. 2 Liga polských rodin*)

Jak tedy parlamentní volby v roce 2001 zasáhly do dlouhodobé restrukturační konfliktních linií? Po těchto volbách do polské politiky vstoupila zcela nová konfliktní linie vztahu k EU. Spor mezi symbolickou pravicí a symbolickou pravicí v politice zůstal, ale částečně se vnitřně proměnil. Vůbec poprvé po dvanácti letech od pádu komunismu začal oslabovat vztah ke komunistické minulosti. Hlavní příčinou mohla být časová vzdálenost od Polské lidové republiky, nová témata, která do předvolebního boje přinesla nová politická uskupení a také proměna elektorátu (volební právo dostali mladší voliči, pro které vztah k minulosti není stěžejní otázkou). Pro účel této práce je však stěžejní druhý aspekt a to posílení polarizace na „církvní“ štěpné linii. Také díky nástupu LPR se prvně objevila možnost, že by se tato linie mohla posunout ke klasické konfliktní linii stát-církev. Štěpná linie městská liberálně-protržní versus venkovská protekcionisticko-regulační jen mírně

---

<sup>84</sup> Hloušek V., Kopeček L. (2004). *Konfliktní demokracie – Moderní masová politika ve střední Evropě*. Brno: Masarykova univerzita, s. 187.

modifikovala svoji podobu směrem ke klasické socioekonomické linii. Spíše než svou podobu proměnila výrazně své aktéry.

### 5. 1. 2. 3 Volby 2005

Volby do Sejmu v roce 2005 ukázaly z hlediska konfliktních linií některé trendy, které započaly již s volbami v roce 2001. Do parlamentu vstoupilo po těchto volbách stejných šest stran jako v roce 2001. Došlo mezi nimi ovšem k výraznému přesunu hlasů a to především mezi postkomunisty a konzervativní a liberální opozicí. Volby vyhrála strana Právo a spravedlnost, která získala o 17 procent více hlasů než v předchozích volbách. Její voliči ale slyšeli na ta samá témata jako ve volbách v roce 2001 a přidala se i kritika některých rysů postkomunistického období. Šlo především o koncept rozsáhlé morálně-ekonomické nápravy polského státu a polské ekonomiky pomocí posílené role státu. Nové uskupení se mezi volbami v roce 2001 a 2005 vyprofilovalo a zařadilo se ke klasické polské pravici – hodnotově konzervativní, křesťanské, antikomunistické a odkazující na tradici hnutí Solidarita. Druhé v těchto volbách skončilo také nové uskupení z voleb 2001 a to Občanská platforma. Strana chtěla voliče zaujmout svými ekonomickými reformami, hovořila o potřebě omezení role státu a celkově zaujala pozici liberální pravice. Sebeobrana a Liga polských rodin zaznamenaly přibližně stejné volební zisky jako v minulých volbách.

Z výše uvedeného vyplývá, že se proti sobě postavily odlišné koncepty. „Proti PO se totiž pod praporem sociálního citění a tradičních hodnot semkly konzervativní síly, nejen PiS bratrů Kaczyńských, ale i Lepperova Sebeobrana a Liga polských rodin.“<sup>85</sup> Povolbní vývoj ukázal, že spory těchto dvou směrů mají vážný programový základ a souvisí s vyvíjejícími se polskými štěpnými liniemi. Tyto volby na jednu stranu ukázaly, že by mohla oslabovat štěpná linie vztahu ke komunistické minulosti. To dokazuje to, že dvěma hlavními soupeři voleb byla pravicová a středo-pravicová strana, které mají k minulosti podobný vztah, ale hlavně postupné zmenšování vlivu postkomunistické levice, které nebylo způsobené jen rozhádaností politických aktérů a politickými skandály v předcházejícím volebním období. Na druhé straně byl ale koncept IV. Republiky vítězné strany PiS kriticky zaměřený proti dědictví Polské lidové republiky. Strana mimojiné akcentovala přežívání starých struktur v hospodářství a státní správě. Jedním z hlavních bodů programu PiS byly lustrace.

---

<sup>85</sup> MLEJNEK J. (2005). IV. Republika nebo diumvirát „kačerů“? *Revue Politika*. roč. 3, č. 9, s. 17.

Do popředí se však výrazně dostávala štěpná linie stát-církev. Ke konzervativním církevním kruhům se už od minulých voleb hlásila Liga polských rodin. Tato strana byla těsně spojena s rozhlasovou stanicí Rádio Maryja. Jejich vztah se ale nevyhnul vážným sporům a konfliktům. Toho využila strana Právo a spravedlnost, která vycítila voličský potenciál posluchačů Rádía Maryja, a začala se před volbami sbližovat s konzervativními kruhy kolem Rádía Maryja. Na síle nabrala i štěpná linie socioekonomická, a to především díky ekonomickému programu Občanské platformy, vůči kterému se Právo a spravedlnost vymezilo svým sociálním programem. Právo a spravedlnost zase ve svém programu akcentovalo větší zásahy státu naopak od liberálního postoje Občanské platformy. Co se týče linie město-venkov, započal trend, který se plně projevil až v předčasných volbách v roce 2007. Právo a spravedlnost se začalo stávat venkovskou stranou, a to hlavně díky skupině tradičních konzervativních kruhů. Polský venkov totiž má křesťanský a konzervativní charakter. Hlavními stranami polského venkova, kde stále žije a pracuje čtvrtina Poláků, ale i v těchto volbách zůstala Polská lidová strana a Sebeobrana. Nová linie vztahu k EU, která se v oblasti polských štěpných linií objevila v minulých volbách pomalu začala ztrácet svůj význam. Ne, že by strany, které ji do politického diskurzu přinesly (Sebeobrana, Liga polských rodin) v kritice EU polevily, ale po vstupu Polska do EU už tato otázka v polské společnosti tolik nerezonovala. Povolební vyjednávání nakonec stvrdilo posuny významů polských štěpných linií. I když se zdálo, že jsou Právo a spravedlnost s Občanskou platformou odsouzeny k vládnutí, a to nejen matematicky, nakonec zvítězil konflikt konzervativního vidění světa s tím liberálním a proti Občanské platformě se dohromady semkla koalice Ligy polských rodin, Sebeobrany a Práva a spravedlnosti, tedy strany, které spojují tradiční hodnoty, podobné sociální cítění a také vztah k církvi.

#### 5. 1. 2. 4. Volby 2007

Předčasné volby v roce 2007 přinesly výrazné změny polského stranického systému. Do Sejmu se dostaly pouze čtyři subjekty (Občanská platforma, Právo a spravedlnost, Levice a demokraté a také Polská lidová strana), což je nejméně od pádu komunistického režimu. Ještě nikdy v historii také dvě vítězně strany nekoncentrovaly dohromady tolik hlasů. Snad nejvýraznější změnou stranického systému byl odchod dvou radikálních stran Ligy polských rodin a Sebeobrany ze Sejmu. Zjednodušeně by se dalo říci, že v Sejmu zůstal po volbách zástupce pravicově liberálního proudu (Občanská platforma), národně konzervativního proudu (Právo a spravedlnost), zástupce levicových postkomunistů (Levice a demokraté) a

také reprezentant agrární sféry (Polská lidová strana). Jaký to má vliv na polské konfliktní linie?

Co se týče konfliktní linie symbolické pravice se symbolickou levicí, v rámci ní pokračuje trend, kdy vztah k minulosti ustupuje konfliktu stát-církev nebo i město-venkov. Právě na těchto dvou liniích nyní probíhá nejzřetelnější vývoj. Klasické socioekonomické štěpení nabírá i v Polsku na významu. Stále však není pro polskou společnost a politické aktéry stěžejní. Uvedené závěry vyplývají z předvolebních témat, ale především ze zisků jednotlivých stran a jejich priorit.

Z hlediska konfliktních linií zaznamenalo největší změnu štěpení město-venkov. Na této linii se totiž novou výraznou venkovskou stranou stalo Právo a spravedlnost. Druhá nejsilnější strana v polském Sejmu zvítězila s výraznou převahou ve městech a vesnicích menších než 5000 obyvatel, ale také ve městech mezi pěti a deseti tisíci obyvateli a nejvíce hlasů ze všech stran v Sejmu získala také v sídlech mezi deseti a dvaceti tisíci obyvateli. Strana tak prozatím dovršila přeměnu své volební geografie, která se postupně projevovala již od voleb v roce 2001. Ke změnám na ose město-venkov by mohlo dojít ve chvíli, kdy by se PiS rozhodla využít svůj nový venkovský potenciál z posledních voleb a zapojila venkov do své agendy. Něco takového se ale podle některých autorů nechystá. „Prozatím se kloním k tomu, že síla PiS na polské vesnici zkrátka plyne z faktu, že ideově konzervativní venkov ztratil motivaci podporovat protestní stranu, která beztak přišla o punc protestu, a ultrakatolickou stranu, která ztratila podporu Rydzykových médií.“<sup>86</sup> Budoucí posilování či naopak oslabování této konfliktní linie tak do značné míry leží právě v rukou PiS. Do tohoto štěpení by mohla ještě zasáhnout vládní spolupráce nejzřetelnější městské strany Občanské platformy s nejvíce venkovskou stranou Polskou lidovou stranou. Případné pnutí na linii by mohla tato spolupráce mírnit a tím by se i snižoval význam tohoto štěpení. Ze Sejmu také zmizela jedna ze stran, která měla obranu zájmu rolníků jako svoji programovou prioritu.

Na konfliktní linii stát-církev opět sehrává významnou roli dění kolem strany Právo a spravedlnost. V případě zmizení LPR by se mohlo zdát, že s ní odejde i význam pnutí stát-církev, který tato strana výrazně akcentovala. Průzkumy ale ukazují, že elektorát této strany přešel do PiS, a tak je pouze otázkou času, kdy se tato konfliktní linie opět oživí. Opět bude záviset na rozhodnutí PiS, do jaké míry bude chtít tradiční katolické hodnoty zdůrazňovat. Část jejího elektorátu by na podobné výzvy slyšela.

---

<sup>86</sup> KOUBEK J. (2007). Analýza polských parlamentních voleb 2007 a jejich konsekvencí pro stranický systém. *ČLOVĚK – Časopis pro humanitní a společenské vědy*. roč. 2. č. 9, s. 22. [http://clovek.ff.cuni.cz/pdf/koubek\\_studie\\_9.pdf](http://clovek.ff.cuni.cz/pdf/koubek_studie_9.pdf) staženo 21. 9. 2008

## **5. 2. Liga polských rodin a Právo a spravedlnost ve vztahu k posluchačům Rádia Maryja**

V předchozí části diplomové práce byly ve stručnosti nastíněny hlavní polské konfliktní linie. Nyní je tedy potřeba ukázat, kde se na nich nachází konkrétní politická uskupení. S ohledem na Radio Maryja a zkoumání jeho vlivu na elektorát politických stran jsou předmětem zájmu hlavně dvě politická uskupení: Liga polských rodin a Právo a spravedlnost. Po jejich umístění na konfliktních liniích je možné určit, co mají strany společného a jak se vyvíjel vztah jejich voličů k Rádiu Maryja.

### **5. 2. 1 Právo a spravedlnost**

Právo a spravedlnost již svým názvem vyjadřuje programově konzervativní orientaci. Od svého vzniku zaujala stabilní místo v pravé části politického spektra. Strana je poměrně mladá, vznikla v březnu 2001 (půl roku před volbami), a její založení je jedním z typických příkladů překotné evoluce polského stranického systému. Strana je totiž typickým plodem dezintegrace polské pravice na přelomu let 2000 a 2001. Uskupení vzniklo na bázi vysoké popularity Lecha Kaczyňského, který v Buzkově vládě zastával post ministra spravedlnosti. V této vládě se Kaczyński profiloval jako zastánce tvrdých trestů, zpřísnění trestního práva a boje s korupcí. „Díky svému kritickému názoru v otázce zrušení trestu smrti L. Kaczyński vyplnil určitý prostor na volebním trhu obsazeném do té doby hlavně konzervativním liberálem J. Korwinem-Mikke.“<sup>87</sup> Právě Lech Kaczyński také stál za prvním větším úspěchem strany. To když se v roce 2002 stal v přímých volbách primátorem hlavního města Varšavy, zvolilo ho více jak 75 % voličů. Druhou ústřední postavou strany je dvojče Lecha Kaczyňského, Jarosław. Oba bratři se angažovali již v minulém režimu v tehdejší opozici. Na počátku 90. let působili v politické straně Dohoda středu (PC).

Strana se vyprofilovala především jako zastánce bezpečného, silného, spravedlivého státu. Hlavními hodnotami ve stranickém programu jsou národní zájem a křesťanství. PiS se ve svých počátcích prezentovala programem, který shrnula pod sugestivní slogan: „bezpečnost pro občana, vězení pro pachatele“. V duchu tohoto hesla se nesly i další body programu strany. Voliče například lákala na vytvoření Národní gardy, která by měla být elitní jednotkou, jež by pomáhala s prací reformované policie. Pro prokuraturu žádala strana

---

<sup>87</sup> Fiala P., Ryszard H. a kol. (2003). *Středoevropské systémy politických stran*. Brno: Masarykova univerzita, s. 127.

rozšíření pravomocí. V ekonomické oblasti strana prosazuje aktivní zasahování státu do ekonomiky a není jí cizí ani ochránářská politika. V této oblasti PiS navrhovala především zvýšení kontroly veřejných financí. Seznam výrazných programových bodů PiS obsahoval i cíle typu „nápravy státu“ a „očistění politiky“. Ty navazují na tradiční morálně-etické standardy. Strana také ve svém programu navrhovala zrušit dozorčí rady podniků, ve kterých má kontrolu stát. Tím chtěla vyjít vstříc obecnému povědomí, že tyto ekonomické struktury ovládají vládní strany. Během své účasti ve vládě se ale zachovala přesně opačně a roli státu v dozorčích radách posílila.

### 5. 2. 2 Liga polských rodin

Politická strana Liga polských rodin je rovněž poměrně mladá, zaregistrována byla 30. května 2001, necelé čtyři měsíce před parlamentními volbami. Fakticky začala fungovat 22. června 2001, kdy byla podepsána dohoda o spolupráci katolicko-národní pravice. Uskupení pod svou hlavičkou seskupuje radikální národně-katolické síly a je částečně také produktem rozpadu polské pravice na přelomu let 2000 a 2001. Strana se stala platformou pro strany, které samostatně neměly šanci dostat se do parlamentu a jejímu utvoření výrazně napomohl ředitel Rádia Maryja Tadeusz Rydzyk. (viz kapitola 6. 2. 3) LPR byla tvořena především politiky z okruhu dvou stran, a to Polské dohody a Hnutí obnovy Polska (ROP). Toto rozlišení mělo v rámci LPR určitý význam, protože odráželo dva hlavní proudy v pozdější LPR. „Zjednodušeně řečeno strany z okruhu Polské dohody víceméně reprezentovaly Rydzykův projekt strany prosazující program tvořený směsí ortodoxního katolicismu, odporu vůči EU a nacionalismu s lehkou příchutí xenofobie a antisemitismu. Polská dohoda se stala základem budoucího radikálního křídla LPR. Naproti tomu strany vzešlé z okruhu ROP vytvořily (na poměry LPR) poměrně umírněnou frakci, kladly důraz více na hájení polských národních zájmů než na hlásání katolických názorů. Spíše než z kázání otce Rydzyka čerpaly inspiraci z prací Romana Dmowského, polského nacionalisty z počátku 20. století.“<sup>88</sup> LPR tedy byla založena jako strana, ale fungováním připomínala spíše volební koalici. Toto pragmatické uvažování ji nakonec dostalo do parlamentu. Koalice totiž v Polsku potřebuje k zisku parlamentních křesel alespoň 8 % hlasů, kdežto politická strana potřebuje 5 %. LPR nakonec v roce 2001 získala 7,8 %, což stačilo na zisk 38 poslaneckých a 2 senátorských mandátů. Kdyby kandidovala jako koalice, vůbec by se do Sejmu nedostala.

---

<sup>88</sup> BREINDL J. (2003). Sebeobrana a Liga polských rodin – protestní strany v polském parlamentu, *Středoevropské politické studie*, roč. 5, č. 4, <http://www.cepsr.com/clanek.php?ID=182> staženo 25. 8. 2009

Program strany naznačovalo již volební heslo, se kterým šla strana do voleb: „Polsku – nezávislost, Polákům – práce, chleba, bydlení. Program ligy obsahuje radikální prvky, které jsou zaměřené na obranu politické a hospodářské suverenity Polska. Za cíl si strana mimo jiné dala vypovězení asociační smlouvy Polska s EU, všeobecné zestátnění nebo změny ústavy. LPR navrhovala chránit domácí produkci prostřednictvím státních dotací, celních bariér, omezením přílivu zahraničního kapitálu. Koncepce hospodářské a sociální politiky zahrnovala celou škálu kroků, jejichž společným jmenovatelem byl populismus.

LPR byla v polském stranickém systému také ochránkyní silně konzervativně chápaných tradičních katolických hodnot a za tímto účelem vytvářela četná spojení s některými fundamentalistickými kruhy uvnitř katolické církve a v této oblasti získávala i voliče. Její lídři hlásali nezbytnost boje s korupcí a trvalou ochranu tradiční polské rodiny a počatého života. „Za mediální „hlásné trouby“ LPR jsou považovány *Nasz Dziennik* a *Rádio Maryja*, které jsou známy svým šířením radikálních, někdy přímo xenofobních názorů.“<sup>89</sup>

Období komunismu Liga odsuzuje jako období teroru, morálního úpadku, pronásledování církve a politického vazalství. Komplikovanější vztah má k druhé světové válce a holokaustu. K těmto otázkám se totiž nejvíce vyjadřoval kontroverzní historik a bývalý senátor Ryszard Bender. V otázce masakru v Jedwabném neustále trvá na tom, že ho spáchali Němci a ne Poláci. Zpochybnil i existenci vyhlazovacího tábora v Osvětimi s tím, že šlo pouze o tábor pracovní. „Oficiálně se LPR od antisemitismu distancuje, novináři a některá občanská sdružení však Ligu obviňují z podpory rasistických nebo antisemitských aktivit.

Rétorika strany se ale později proměnila. „Na podzim roku 2004 zmírnila nacionalistickou a náboženskou rétoriku a začala se více věnovat mj. ekonomickým otázkám (navrhla například snížení daní). Polští autoři v tom spatřovali snahu Ligy vymanit se ze sevření svého fundamentalistického voličstva a oslovit širší skupiny voličů (především chtěla přetáhnout voliče *Práva a spravedlnosti*), což ale mohlo mít za následek ztrátu původního voličstva, pro kterou se Liga stala příliš umírněná, a její oslabení.“<sup>90</sup>

V souvislosti s touto politickou stranou je důležité zmínit ještě jeden zajímavý rys. Liga polských rodin totiž do značné míry funguje jako masová politická strana. To ovlivňuje její organizační strukturu, komunikaci uvnitř strany, ale také komunikaci strany s okolím, které nás z hlediska této diplomové práce zajímá nejvíce.

---

<sup>89</sup> Fiala P., Ryszard H. a kol. (2003). *Středoevropské systémy politických stran*. Brno: Masarykova univerzita, s. 128.

<sup>90</sup> Kubát M. (2005). *Demokracie v Polsku*. Praha: Slon, s. 99.



S dnes již klasickým rozlišením na elitní a masové strany přišel francouzský politolog M. Duverger. Vznik masové strany souvisí s momentem, kdy dostala značná část společnosti právo volit a podílet se tak na politice. S tím se změnila i strategie politických stran, které začaly usilovat o to, aby získávaly co nejširší lidovou podporu. Strany se tak začaly organizovat na celostátní úrovni a často zdola. Politické strany se tak často organizovaly na základě předchozích spolků, organizací, odborů, skupinek intelektuálů apod. Strany mas se vyznačovaly velkým množstvím členů, což mělo význam politický (výchova ve straně) i finanční (příspěvky). Strany mas odpovídají stranám spočívajícím organizačně na „sekcích“ (odbočkách), které jsou centralizovanější a silněji rozčleněné. Jejich charakteristika je předurčovala k tomu, že jsou více centralizované, disciplinované, ideologické a více agresivní vůči politickému systému. Základní organizační jednotkou masové strany se postupem času stala pobočka namísto místního výboru. Rozdělení na elitní a masové strany ale není absolutní. „Dalo by se říci, že se jedná o „ideální typy“, tj. myšlenkové konstrukce, protože konkrétní strany obvykle neodpovídají plně ani jednomu z těchto typů, ale v té či oné míře kombinují charakteristiky obou.“<sup>91</sup> Liga polských rodin se vyznačuje převahou prvků masových stran.

Tomu nasvědčovalo především propojení voličů strany s mediálním impériem Tadeusze Rydzka. To probíhalo jednak skrze Rádio Maryja a Nasz Dziennik, ale také přes společenské organizace s Radiem Maryja spojené jako je Rodina Rádía Maryja nebo kruh přátel Rádía Maryja. V Duvergerově typologii lze ale stranu částečně přiřadit i k jinému typu. Svým vznikem totiž připomíná stranu elitní.

### **5. 2. 3 Co mají obě strany společného?**

Volby v roce 2001 a následný vývoj po volbách v roce 2005 ukázal, že LPR a PiS, tedy dva strany, které rádio podporovalo nebo stále podporuje, k sobě mají blízko. I když ve vrcholné politice se často hovořilo o pragmatickém kroku, podobnosti lze vysledovat ve volebním programu a také v postupném sbližování voličské základny. Tento trend ještě nebyl tolik patrný v roce 2001, ale znatelný už byl při volbách v roce 2005. V roce 2007 došlo k tomu, že PiS převzalo velkou velkou část elektorátu LPR.

Obě uskupení, která okupují pravou část politického spektra, se vyznačují velmi různorodým elektorátem, který se ale částečně překrývá v socio-ekonomickém štěpení. Jejich

---

<sup>91</sup> NOVÁK M. (1997). *Systémy politických stran*, Praha: Sociologické nakladatelství, s. 157.

voliči jsou také více ideologicky ukotveni než voliči jiných stran. Tento jev je ale patrnější u LPR.

Voličská základna, která obě strany volila v roce 2001, je heterogenní. Věkový profil je velmi podobný s tím, že LPR více oslovovala starší voliče. Voliči PiS byli více koncentrováni ve velkých městech, kdežto voliči LPR pocházejí většinou z malých měst a vesnic. PiS měla větší úspěch u voličů s vyšším než základním vzděláním, LPR zase bodovala především u voličské skupiny se základním vzděláním. (viz Tab. 1)

**Tabulka 1: Volební chování v parlamentních volbách 2001<sup>92</sup>**

		<b>SLD-UP</b>	<b>PO</b>	<b>Sebeobrana</b>	<b>PiS</b>	<b>PSL</b>	<b>LPR</b>
<b>Voliči podle věku</b>	18-24	39,9	19,7	9,0	8,7	8,1	5,2
	25-34	38,3	17,9	10,4	8,8	9,7	5,5
	35-44	40,0	12,8	11,5	8,9	11,0	6,2
	45-54	47,6	10,5	9,9	9,1	9,3	5,3
	55-64	50,2	8,2	8,5	9,7	7,6	7,5
	65 +	49,1	8,1	7,5	9,6	7,1	9,2
<b>Voliči podle bydliště</b>	vesnice	35,4	8,4	16,3	6,2	18,8	7,1
	malá města	51,1	12,8	7,6	8,1	5,5	5,9
	větší města	48,5	15,0	5,9	11,6	3,3	5,8
	velkoměsta	40,9	19,8	3,5	16,5	1,7	6,4
<b>Voliči podle vzdělání</b>	základní	41,4	6,5	15,5	6,3	14,1	8,5
	učňovské	43,2	7,9	16,1	7,0	12,1	6,3
	středoškolské	46,4	13,6	8,4	9,6	8,1	6,0
	vyšší	42,3	19,0	3,3	11,4	5,3	5,3
<b>Voliči podle povolání</b>	manažeři	40,2	18,9	3,9	11,8	6,2	5,7
	Byznysmeni	41,0	19,1	9,4	10,6	6,2	4,6
	Úředníci	46,7	14,5	6,9	10,4	7,4	5,8
	Dělníci	47,8	9,2	13,4	8,2	8,2	5,4
	Farmáři	21,8	2,9	28,3	3,0	33,3	5,9
	Ženy v domácnosti	37,3	13,3	12,6	8,9	9,1	8,6
	Penzisté	51,8	8,2	8,0	8,8	6,5	8,1

<sup>92</sup> SCZERBIAK A. (2003). Old and New Divisions in Polish Politics: Polish Parties' Electoral Strategies and Bases of Support. *Europe-Asia Studies*, Vol. 55, No. 5, s. 736.

	<b>SLD-UP</b>	<b>PO</b>	<b>Sebeobrana</b>	<b>PiS</b>	<b>PSL</b>	<b>LPR</b>
<b>Voliči podle povolání</b> Studenti	39,6	22,6	6,6	9,9	6,5	5,0
Nezaměstnaní	46,4	9,9	13,6	7,0	8,7	7,0
<b>Voliči podle stran v roce 1997</b>						
AWS	12,5	20,1	10,0	20,1	5,4	14,8
SLD	88,2	1,7	4,5	1,3	2,8	0,5
UW	16,5	38,3	3,1	9,1	2,8	1,5
PSL	9,9	2,5	19,6	2,5	60,9	2,9
ROP	4,9	8,8	14,9	36,8	6,1	23,4
UP	46,3	12,7	11,8	9,2	5,4	6,0
<b>Průměr</b>	41,04	12,68	10,20	9,50	8,98	7,87

*Pramen: Výsledky exitpollu dodaného Aleksu Szczerbiakovi agenturou OBOP*

Co tedy definuje typického voliče PiS a LPR? Při volbách 2001 byla patrná ideologická sebeidentifikace voličů na ose levice-pravice. V PiS 21 % a v LPR 20 % voličů jsou voliči pravice, kdežto v obou stranách je pouze 1 % voličů, kteří se považují za voliče levice. PiS byla schopná získat podporu 9 % voličů středu, toho samého byla LPR schopna jen u 5 % voličů. (viz Tab. 2)

**Tabulka 2: Volba stran podle sebeidentifikace na ose levice-pravice<sup>93</sup>**

	<b>SLD-UP</b>	<b>PO</b>	<b>Samoobrana</b>	<b>PiS</b>	<b>PSL</b>	<b>LPR</b>
<b>Levice</b>	71	3	10	1	9	1
<b>Střed</b>	29	19	19	9	8	5
<b>Pravice</b>	28	23	8	21	5	20
<b>Neví</b>	28	19	15	5	13	4
<b>Průměr</b>	39	14	12	9	8	8

*Pramen: CBOS, Preferencje partyjne rzy tygodnie po wyborach (Varšava, CBOS, říjen 2001)*

<sup>93</sup> SCZERBIAK A. (2003). Old and New Divisions in Polish Politics: Polish Parties' Electoral Strategies and Bases of Support. *Europe-Asia Studies*, Vol. 55, No. 5, s. 738.

„Podobnost elektorátu je ještě zřetelnější, když se podíváme na to, jak se voliči obou stran staví k církvi a jak často navštěvují kostel. To je totiž jednoduchá cesta, jak v postkomunistickém Polsku rozeznat levici od pravice v ideologickém pojetí.“<sup>94</sup> Kladný vztah k církvi byl ještě zřetelnější u LPR. Volilo ji 26 % voličů ze skupiny voličů, kteří navštěvují kostel víckrát než jednou týdně. Naopak podpora u voličů, kteří do kostela nechodí, byla zanedbatelná. „Tento fakt spolu s pravicovou sebeidentifikací určil, že hlavní voličskou základnu LPR spíše než ekonomika zajímají věci morálky. A to je důvod, proč mohla být voličská základna LPR efektivně mobilizována vlivným fundamentalistickým národně-katolickým Rádiem Maryja (které v té době poslouchalo kolem čtyř milionů posluchačů).“<sup>95</sup>

**Tabulka 3: Volba stran podle návštěvnosti kostela<sup>96</sup>**

	SLD-UP	PO	Samoobrana	PiS	PSL	LPR	% ze vzorku
<b>Několikrát týdně</b>	22	7	10	12	3	26	7
<b>Jednou týdně</b>	31	15	13	10	11	10	51
<b>1x až 2x měsíčně</b>	49	10	18	5	8	4	17
<b>Několikrát do roka</b>	52	21	8	7	5	1	19
<b>Nikdy</b>	57	12	11	2	1	0	7
<b>Průměr</b>	39	14	12	9	8	8	

*Pramen: CBOS, Preferencje partyjne rzy tygodnie po wyborach (Varšava, CBOS, říjen 2001)*

Daleko těžší bylo definovat heterogenní voliče PiS. Průzkum agentury CBOS v říjnu 2001 nakonec ukázal, že voliči PiS jsou poměrně liberální v ekonomických otázkách a naopak konzervativní v otázkách morálky. Právě tím byli blízcí voličům LPR.

Na návštěvnosti kostela přesto v těchto volbách ještě nejde plně rozpoznat blízkost elektorátu. PiS byla v těchto volbách bližší PO. Sbližování LPR a PiS a příklon PiS k polskému konzervativnímu katolickému venkovu začal až ve volební kampani před parlamentními a zejména před prezidentskými volbami v roce 2005.

<sup>94</sup> SCZERBIAK A. (2003). Old and New Divisions in Polish Politics: Polish Parties' Electoral Strategies and Bases of Support. *Europe-Asia Studies*, Vol. 55, No. 5, s. 737.

<sup>95</sup> SCZERBIAK A. (2003). Old and New Divisions in Polish Politics: Polish Parties' Electoral Strategies and Bases of Support. *Europe-Asia Studies*, Vol. 55, No. 5, s. 738.

<sup>96</sup> SCZERBIAK A. (2003). Old and New Divisions in Polish Politics: Polish Parties' Electoral Strategies and Bases of Support. *Europe-Asia Studies*, Vol. 55, No. 5, s. 738.

### 5. 2. 3. 1 Rok 2005

Z hlediska našeho zkoumání sblížení elektorátu PiS a LPR je důležité poznamenat, že ještě nedlouho před volbami vnímali voliči podobně PiS a PO. V roce 2001 je voliči oprávněně mohli vnímat jako vzájemně nepřilíš vzdálené alternativy. Ještě pár měsíců před volbami v roce 2005 málokdo pochyboval o tom, že se stanou spojenci i ve vládě. Vyhrčená kampaň před parlamentními, ale zejména před prezidentskými volbami nakonec naznačila rozchod těchto dvou stran a začátek skutečného sblížení elektorátu PiS a LPR.

V polovině listopadu 2005, tedy zhruba sedm týdnů po parlamentních volbách udělala polská agentura TNS OBOP rozsáhlý průzkum, ve kterém se Poláků ptala na jejich stranické preference. Kromě nich ale tazatelé agentury zjišťovali i věk, bydliště, vztah k náboženství a další důležité ukazatele, které mohou potvrdit nebo vyvrátit sblížení elektorátu PiS a LPR. Nedostatkem výzkumu je poměrně malý vzorek (608 lidí), který se nedá srovnávat s výsledky velkých průzkumů například u východu z volebních místností, takzvaných exit pollů. Přesto však jde z výsledků průzkumu vysledovat základní rysy chování elektorátu jednotlivých stran.

**Tabulka 4: Voliči stran podle věku<sup>97</sup>**

Věk	LPR	2	3	PiS	5	6	7	8	9	96	97
18-24			2	34	5	42		8	1		9
25-34	3		2	27	2	41	2	2	9		12
35-44	1	1	4	38	2	29	3	3	10	1	9
45-54	3	0	4	35	5	29	5	5	10	2	4
55-64	1	2	2	35	17	22	5	1	10		4
65+	3	4	5	34	9	25	2	0	5	1	13

*Vysvětlivky: 1. Liga polský rodin, 2. Demokratická strana – demokraté.pl, 3. Sociální demokracie Polska 4. Právo a spravedlnost, 5. Svaz demokratické levice, 6. Občanská platforma, 7. Polská lidová strana, 8. Platforma Janusza Korwina-Mikkeho, 9. Sebeobrana Polské republiky, 96. Jiné strany, 97. Nechtělo odpovědět*

<sup>97</sup>Průzkum agentury TNS OBOP. Preferencje partyjne Polaków w polowie listopada 2005 r., Warszawa, grudzien 2005 roku. Výzkum se uskutečnil na vzorku 608 lidí ve dnech 12. - 14. 11. 2005 a je základem pro tabulky č. 4, 5, 6, 7, 8 a 9

Na základně vzdělání voličů není u obou stran oproti roku 2001 patrný výrazný rozdíl. PiS v těchto volbách oslovila všechny voličské skupiny s tím, že její stabilní základnou jsou především starší voliči. Spíše starší voliče oslovila i LPR, nicméně rozdíly mezi věkovými skupinami nejsou dramatické. Věkový profil obou stran tak zůstal velmi podobný.

**Tabulka 5: Voliči stran podle vzdělání**

Vzdělání	LPR	2	3	PiS	5	6	7	8	9	96	97
Základní	2	1	4	38	4	17	3	2	13	2	15
Učňovské	3			41	3	20	4	3	13	1	11
Středoškolské	1	0	3	35	9	36	2	3	4		7
Vyšší		5	8	16	8	54	3	4	0	1	1

**Tabulka 6: Voliči podle velikosti města**

Voliči podle bydliště	LPR	2	3	PiS	5	6	7	8	9	96	97
Vesnice	2	1	0	39	2	22	5	2	13	1	13
Města do 20 tisíc obyv.	3		3	34	9	35	2	1	5		9
Města 20 – 100 tisíc obyv.	1		5	37	10	28		3	8	1	7
Města 100 – 500 tisíc obyv.	3	2	3	28	6	36	5	8	1		7
Města s více než 500 tisíci obyv.	1	2	6	26	9	50		2	2	1	2

Zatímco v roce 2001 měla PiS úspěch především u voličů s vyšším než základním vzděláním, kteří žili ve větších městech, v roce 2005 oslovovala především voliče se základním vzděláním nebo učeně, kteří žili v malých městech a na vesnicích. Právě v těchto dvou demografických hlediscích je vidět postupné sblížování elektorátu obou stran. PiS s částečnou pomocí Rádia Maryja využila svůj potenciál a stala se nejsilnější ze všech stran v polských vesnicích (tento trend potvrdila i v roce 2007). Z hlediska vzdělání převažovali lidé s učňovským anebo základním vzděláním. Tato voličská skupina se výrazně překrývá s voliči LPR a také s posluchači Rádia Maryja.

LPR zůstala z tohoto hlediska v porovnání s volbami v roce 2001 stabilní a její voličskou základnu tvořili především voliči se základním vzděláním, kteří žili na vesnicích nebo v malých městech. LPR vykazuje po voličích Sebeobrany druhou nejnižší úroveň

formální vzdělanosti. Podpora LPR klesá úměrně tomu, jak klesá velikost sídla. Nicméně struktura je vyrovnanější než v případě rolnických stran.

**Tabulka 7: Voliči stran podle povolání**

Povolání	LPR	2	3	PiS	5	6	7	8	9	96	97
Specialisté		2	13	22	12	44	1	6			
Živnostníci				30	9	57			4		
Úředníci a pracující ve službách	4		1	30	3	45	6	1	2		9
Dělníci	3			43	3	22	4	1	12	1	11
Rolníci	2			28		13	10		36		11
Ženy v domácnosti	2			29	5	35		2		7	19
Penzisté		3	4	36	11	25	2	0	7	0	10
Důchodci	9	1	2	29	15	19	5	1	6		14
Učňové a studenti			1	35	3	41		11	1		8
Nezaměstnaní	1		4	42		35		7	9		2

Zatímco v roce 2001 oslovovala nová strana bratrů Kaczyńských především manažery, byznysmeny a úředníky, o čtyři roky později oslovila svým volebním programem nové voličské skupiny a to dělníky nebo nezaměstnané. LPR už podruhé bodovala především u důchodců nebo dělníků. I v této oblasti je tak vidět, jak se skladba voličů PiS přibližovala k elektorátu LPR. (viz Tab. 7)

**Tabulka 8: Voliči stran podle sebeidentifikace na ose levice pravice**

Sebeidentifikace	LPR	2	3	PiS	5	6	7	8	9	96	97
Levice		1	11	3	35	28	3	2	14	1	2
Středolevý		9	18	21	8	30		2	12		
Středopravý	3	1	1	25	2	51	1	8	2	0	5
Pravice	2			55	0	26	3	3	6	1	4
Neví	2		1	33	3	29	4	1	9		18

V porovnání s volbami v roce 2001 zůstala u voličů PiS a LPR zřetelná podobná sebeidentifikace na ose levice-pravice. Většina voličů PiS o sobě v průzkum agentury TNS OBOP uvedla, že se identifikuje s pravíci. Za voliče pravice se považuje i většina voličů LPR.

**Tabulka 9: Voliči stran podle vztahu k náboženství**

Vztah k náboženství	LPR	2	3	PiS	5	6	7	8	9	96	97
Pravidelně praktikující	2	1	2	40	3	26	3	2	10	1	10
Praktikující nepravidelně	1	1	4	22	10	44	3	5	3	0	6
Nepraktikující	1		5	20	18	42	2	4	3		5

Podobnost elektorátu je zřetelná při pohledu na poslední tabulku, která vyplývá z šetření agentury TNS OBOP. V ní je zachyceno, jaký vztah mají voliči jednotlivých stran k náboženství. Podle průzkumu existovaly v Polsku po volbách v roce 2005 jen tři strany, ve kterých tvoří podstatnou část voličské základny voliči, kteří pravidelně navštěvují kostel a uvádějí, že pravidelně praktikují náboženství. Kromě PiS a LPR je to ještě Sebeobrana. Oproti roku 2001 se v PiS počet lidí, kteří pravidelně praktikují náboženství, výrazně zvýšil. V LPR zůstala podpora lidí, kteří praktikují náboženství pravidelně, zhruba na stejné úrovni. Tento fakt opět naznačuje sbližování elektorátu obou stran a souvisí s posunem voličské základny PiS na venkov, kde sehrává vztah náboženství větší roli než ve městech. Potvrdil se tak trend, který se ukázal už ve volbách v roce 2001. Voliči PiS jsou konzervativní v otázkách morálky a právě tím jsou blízcí voličům LPR.

### 5. 2. 3. 2 Prezidentské volby jako důkaz podobnosti elektorátu

Prezidentské volby v roce 2005, ve kterých se utkal Lech Kaczyński z PiS s Donaldem Tuskiem z PO, naprosto přesně odhalily rozdělení Polska. Nás tato dvě Polska zajímají z hlediska podobnosti elektorátu PiS s LPR. Pro Lecha Kaczyńského v prezidentských volbách hlasovali spíše voliči starší, s nižším vzděláním, z venkova a malých měst, silně věřící, žijící v oblastech s historicky trvalým osídlením a lidé chudší. Tato skupina lidí vyznává sociálně-konzervativní hodnoty, které nabízel Lech Kaczyński. Z hlediska vztahu ke křesťanské víře volili Kaczyńského spíše lidé zbožní. Tyto volby tak odhalily z hlediska blízkosti elektorátu PiS a LPR zajímavou věc. „Elektorát LPR je tedy vlastně radikální verzí elektorátu PiS, jeho vyhraněnou podobou. Spojí-li se nezaměstnanost, hospodářské potíže, slabá infrastruktura a z toho plynoucí frustrace se silným náboženským cítěním, pro oblast typickým, může být velmi pravděpodobný vznik politické formace s profilem LPR, jež svým



voličům poskytuje též historickou interpretaci jejich nelehkého života, která je, byť v radikalizované formě, zasazena do jejich ideového či hodnotového světa.“<sup>98</sup>

### 5. 2. 3. 3 Rok 2007

Předčasné parlamentní volby v roce 2007 přinesly z hlediska našeho zkoumání sblížení elektorátu LPR a PiS velmi zajímavé vyústění. LPR stejně jako Sebeobrana nedokázala překonat pětiprocentní hranici pro vstup do parlamentu. Politologové si okamžitě poté položili otázku, kam se ztratili voliči těchto dvou radikálních stran. Odpověď dává bližší zkoumání volební geografie. Mezi procentními zisky PiS v letech 2005 a 2007 jsou značné regionální rozdíly. PiS dokázala ve svých třinácti tradičních regionech získat o více než 10% více hlasů než v minulých volbách. Přitom se ale zároveň jednalo o regiony s relativně menším zvýšením volební účasti. To politology přivedlo k tezi, že PiS pravděpodobně významně čerpala podporu od bývalých stoupců jiných stran. „Jedná se o přesvědčivé vysvětlení i ve vztahu k samotné proměně volební geografie PiS. Strana z valné části převzala voličskou základnu vyřazených stran – Sebeobranu a LPR. Obě bývaly silné právě v jejich tradičních regionech.“<sup>99</sup>

**Tabulka 10: Voliči podle velikosti sídla<sup>100</sup>**

Velikost sídla	PO	PiS	LiD	PSL	účast
Pod 5 000	23,37	<b>35,87</b>	11,10	22,57	43,06
5 001 - 10 000	27,99	<b>36,89</b>	10,65	17,92	44,59
10 001 - 20 000	35,93	<b>36,06</b>	11,34	11,83	49,43
20 001 - 50 000	42,70	<b>32,02</b>	13,60	7,88	54,04
50 001 - 100 000	43,85	<b>31,44</b>	16,26	5,02	56,08
100 001 – 200 000	48,58	<b>27,64</b>	16,00	4,75	57,57
200 001 – 500 000	49,14	<b>29,15</b>	15,10	3,43	62,52
Nad 500 000	53,76	<b>27,05</b>	13,06	2,69	68,83
<b>Celkem</b>	41,51	<b>32,11</b>	13,15	8,91	53,88

<sup>98</sup> MLEJNEK, Josef. Liga polských rodin – reprezentantka poražených v transformačním procesu? in: NĚMEC, Jan; ŠUSTKOVÁ, Markéta (eds.). *III. Kongres českých politologů, Olomouc 8. – 10. 9. 2006*, 1. vyd. Praha, Olomouc: Česká společnost pro politické vědy, 2002, s. 364-376.

<sup>99</sup> KOUBEK J. (2007). Analýza polských parlamentních voleb 2007 a jejich konsekvencí pro stranický systém. *ČLOVĚK – Časopis pro humanitní a společenské vědy*. roč. 2. č. 9, s. 15.

[http://clovek.ff.cuni.cz/pdf/koubek\\_studie\\_9.pdf](http://clovek.ff.cuni.cz/pdf/koubek_studie_9.pdf) staženo 21. 9. 2008

<sup>100</sup> Pramen: Oficiální stránky Polské volební komise <http://wybory2007.pkw.gov.pl/>

#### 5. 2. 4 Právo a spravedlnost se stává venkovskou stranou

Poté, co jsme si díky volební geografii částečně dokázali, že se voliči LPR patrně v hojné míře v předčasných volbách v roce 2007 přiklonili k PiS, musíme ještě zmínit další specifický aspekt těchto voleb. V tabulce je jasně vidět přímá úměra mezi velikostí sídla a volebním ziskem PiS. S jistou mírou nepřesnosti se dá říct, že čím menší sídlo, tím větší volební zisk strany. Důležitá je v tomto případě skutečnost, že se jedná o nový trend. „PiS se stává venkovskou stranou teprve podruhé od svého vzniku (a dokonce poprvé, počítáme-li jen parlamentní volby. To je významný posun, který jen dobarvuje význam proměny struktury volební geografie PiS v letech 2005-2007 i 2001-2005.“<sup>101</sup>

Z hlediska našeho zkoumání se jedná o další důkaz podobnosti elektorátu LPR a PiS. LPR sice nikdy nebyla typickou venkovskou stranou tak jako rolnické strany PSL nebo Sebeobrana, ale přesto čerpala svoji podporu především na venkově. Právě tam ji PiS v těchto volbách volebně eliminovala.

Důvody síly PiS na venkově jsou souhrou hned několika faktorů. Tím nejdůležitějším je skutečnost, že se PiS na venkov zaměřila ve volební kampani. PiS se prostě aktivně snažila svými názory a spojenectvím s Rydzykovým mediálním impériem konzervativnímu venkovu přiblížit. Někteří autoři také poukazují na to, že ideově konzervativní polský venkov ztratil motivaci podporovat protestní Sebeobranu a ultrakatolickou LPR, která ztratila podporu Rydzykových médií, a nechali se jaksi pasivně přetáhnout k PiS. Důvodem může být i to, že se protestní strany ve vládní koalici zdiskreditovaly. Jejich populistická politika je totiž vlastní stranám opozičním, na vládní úrovni se uplatňuje jen těžko.

Po současných volbách by se tak mohlo zdát, že je příběh elektorátu PiS a jeho radikálnější verze z LPR u konce. Autoři ale upozorňují, že v nestabilním polském politickém systému stačí velmi málo a reprezentantka konzervativních ultrakatolických názorů podobná LPR se opět objeví na politické scéně. PiS má v podmínkách nového složení Sejmu, ve kterém chybí radikálnější verze jí samotné, šanci ukázat svoji „opravdovou tvář.“ I její chování tak může ovlivnit, zda zažije LPR renesanci. Do těchto úvah by mohlo, podobně jako v roce 2001, výrazně zasáhnout mediální impérium Tadeusze Rydzyka.

---

<sup>101</sup> KOUBEK, Jiří, Analýza polských parlamentních voleb 2007 a jejich konsekvencí pro stranický systém, ČLOVĚK – Časopis pro humanitní a společenské vědy, č. 9, roč., s. 20,

## 6. POLITICKÝ VLIV RÁDIA MARYJA

Rádio Maryja si během svého působení u většiny Poláků vysloužilo nálepku kontroverzní. Získalo ji především díky vyhraněným názorům v několika základních tématech jako je Evropská unie nebo antisemitismus. Neústupnost v některých názorech stanice přinesla konflikt se státními institucemi, Vatikánem i polskými církevními kruhy. Stanice je ale velmi pozitivně hodnocená za své náboženské poslání. Většinu vysílacího času vyplňují modlitby, mše a pořady s nábožensko tématikou. Podle mnoha odborníků plní v této oblasti toruňská stanice nezastupitelnou roli. Kontroverze budí především politická agitace, která v rádiu zaznívá a vždy jednoznačně lobuje za určitou politickou sílu.

Samotná polská Národní rada pro rozhlas a televizi napsala ve svém hodnocení z 13. května 2003 o publicistických pořadech se společensko-publicistickou tématikou toto:

1. Ve vysílání se ozývají sympatie s těmi, kteří vyjadřují svoji nespokojenost s rozhodnutím státních orgánů (rolníky, dělníky, zdravotníky nebo železničáři). Jako kdyby plnilo poselství církve – opatrovníka chudých a utlačovaných. To vše je podřízené aktuálnímu společensko-politickému poslání stanice a tím je opozice proti vstupu Polska do Evropské unie.
2. Častá prezentace názorů parlamentní opozice může vést k jednostrannému a chybnému hodnocení vývoje v zemi.
3. Stálá přítomnost politiků Ligy polských rodin svázaných s Rádiem Maryja je výsledkem politických sympatií otce Rydzyka, které mají spíše charakter osobní než politický.<sup>102</sup>

### 6. 1 Jak Rádio Maryja ovlivňuje politické názory posluchačů

Politická agitace, která má ovlivnit posluchače, zaznívá zejména ve dvou publicistických pořadech Nedokončené rozhovory (*Rozmowy niedokonczone*) a Zprávy dne (*Aktualnosci dnia*). Nedokončené rozhovory běží vždy v 18.15 v televizi Trwam a v éteru Rádía Maryja, ve 21.40 je potom pokračování už pouze v rozhlasu. Moderátoři se s hosty přes hodinu baví o různých tématech a důležitou součástí jsou telefonáty posluchačů. Zprávy dne lze naladit dvakrát denně a to vždy ve 13.10 a také v 16 hodin. V padesátiminutovém pořadu

---

<sup>102</sup> „Biuletyn Informacyjny”, Krajowa Rada Radiofonii i Telewizji, leden-květen 2005  
[http://www.radiomaryja.pl.eu.org/teksty/KRRiT\\_Maryja\\_03.html](http://www.radiomaryja.pl.eu.org/teksty/KRRiT_Maryja_03.html)

se informuje o aktuálních událostech. Hosté nebo sám moderátor je komentují a podrobují analýzám. Do tohoto pořadu posluchači nevolají. Manipulace probíhá v éteru i prostřednictvím promyšlené práce s názory volajících. Jejich hovory nejsou jen součástí Nedokončených rozhovorů, ale i dalších pořadů. Než se pustím do konkrétních příkladů ovlivňování, tak krátce nastíním, jaké prostředky manipulace rádio v případě politické agitace nejčastěji využívá.

### 6. 1. 1 Práce s telefonáty posluchačů

Jedním z pozitivně hodnocených prvků v programu Rádía Maryja je kontakt s posluchači. Odborníci tvrdí, že poskytuje starým a opuštěným lidem oporu a oni mají pocit, že nejsou sami. Kontakt s posluchači přitom například v roce 2005 zabíral v průměru polovinu vysílacího času (viz tabulka).

**Tabulka 11: Programová skladba Rádía Maryja v rámci jednoho dne (všední den/neděle)<sup>103</sup>**

Typ pořadu	Počet minut ve všední den	Počet minut v neděli
Modlitba	330	360
Katechismus	135	155
<b>Kontakt s posluchači</b>	<b>700</b>	<b>725</b>
Jiné	275	200

Zdroj: *Krajowa Rada Radiofonii i Telewizji, „Biuletyn Informacyjny”, styczeń-maj 2005r.*

Už množství času věnovaného názorům posluchačů je klasickým příkladem propagandy, kdy se rádio snaží identifikovat se svojí posluchačskou skupinou natolik, že se časem začínou s rádiem ztotožňovat i názorově. Prostředkem propagandy ale mohou být i samotné telefonáty posluchačů. Rádio je totiž často využívá k vyjadřování vlastních extrémistických nebo politicky vyhraněných názorů. Proti nařčením se pak brání tím, že posluchače nechce cenzurovat.

V mnoha případech ale moderátoři výroky nekorigují i když k tomu mají ve studiu k dispozici sofistikovanou techniku. Posluchači si tak mohli vyslechnout například názor

<sup>103</sup> DZIOMDZIORA, K. *Teoria i praktyka propagandy na przykladzie audycji Radia Maryja*, Warszawa: Uniwersytet Warszawski. Instytut Stosowanych Nauk Społecznych. 2008. s. 27.

volajícího, který reagoval na to, že byla přijata ústavní preambule podle návrhu Tadeusze Mazowieckého z Unie svobody. „...chci ho nazvat nikoli Unií svobody, ale unií zrady... takový Mazowiecký, který jednou zradil, nechal komunisty přes pět let působit, a teď podruhé sáhl na ústavu... a já mám jen dvě přání, aby se na suché větvi oběsil na drátě, protože provaz je příliš jemný nástroj.“

Výzva k zabítí se na stanici objevila i loni v červnu, když jeden z posluchačů v přímém přenosu vyjádřil názor, že je třeba zabít poslance Občanské platformy Janusze Palikota, který proslul svými nevybíravými komentáři na adresu Rádía Maryja i Tadeusze Rydzyka. „Rozhovor přitom začal vcelku normálně. Posluchač pozdravil slovy ‘Pochválen buď náš Ježíš Kristus’ a moderátor mu odpověděl ‘Pochválen až na věky’. Pak posluchač, který se představil jako Pavel ze středního Polska, spustil: ‘Bylo by ospravedlnitelné, kdyby speciální jednotka přenesla pana Palikota a ještě některé další do jiného světa.’ Moderátor mu pro Maryji typickým stoickým hlasem s decentním pousmáním odpověděl, že by snad nechtěl sahat po tak drastických prostředcích. Poté hovor stáhl z vysílání.“<sup>104</sup>

Kdyby však rádio chtělo, tak se může podobným excesům vyvarovat úplně. Využívá totiž vyspělých technických prostředků, díky kterým může ovlivnit, které příspěvky v éteru zazní a které nikoli.

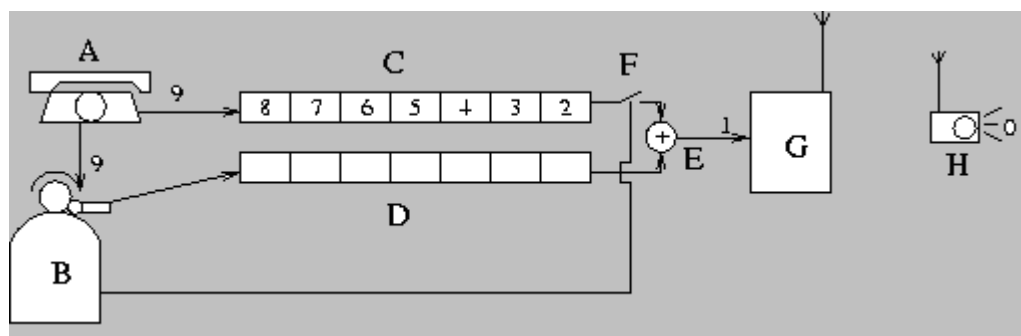
Tuto techniku využívá především v diskusním pořadu *Rozmowy Niedokonczone*. Systém, který umí zpozdit příspěvky posluchačů má jediný účel a to nepustit do vysílání „nežádoucí“ příspěvek. U klasických rádií bývá zpoždění mezi posluchačovou rozmluvou a tím, kdy je slyšet v éteru, minimální. Většinou je způsobené zpožděním signálu do místního satelitního vysílače. U Rádía Maryja je toto zpoždění asi 7 až 8 vteřin. Jak k takovému zpoždění dochází? „Když telefonuje posluchač (A), tak ho přímo slyší hosté ve studiu (B). To, co říká posluchač jde do „opozďovače“ (C), zatímco hlas hostů ve studiu do linky (D). Obě stopy se pak setkají se zpožděním asi sedmi sekund v bodě (E). Po cestě ale ještě funguje takzvaný vyřazovač (F), který je ovládaný přímo ze studia (B). Celé sdělení pak nabere ještě další zpoždění asi 0,25 sekundy při přenosu na místní satelitní vysílač (G).“<sup>105</sup>

---

<sup>104</sup> ČEKAN, Daniel. Výzva k zabítí v katolickém Rádiu Maryja, *Radio TV*, 16. 6. 2008, [http://www.radiotv.cz/p\\_radio/r\\_obecne/vzva-k-zabit-v-katolickm-radiu-maryja/](http://www.radiotv.cz/p_radio/r_obecne/vzva-k-zabit-v-katolickm-radiu-maryja/) staženo 20. 9. 2008

<sup>105</sup> Internetová stránka o Rádiu Maryja, Linia opozniajaca w radiu Maryja (přidáno v říjnu 2010) [www.Radiomaryja.pl.eu.org/teksty/linia-opozniajaca.html](http://www.Radiomaryja.pl.eu.org/teksty/linia-opozniajaca.html) staženo 18. 10. 2009

**Obrázek 1: Schéma opožďování v Rádiu Maryja<sup>106</sup>**



A jak celý systém manipulace s příspěvky posluchačů funguje v praxi? Volající A říká například 0,1,2,... a když místo slova 7 řekne něco „nežádoucího“, tak cenzor ve studiu sepne nárazník (F). V éteru ale mezitím běží teprve slovo číslo 2 a on v tu chvíli může okamžitě hovor přerušit, vzít jiný hovor anebo hovořit ze studia a „nežádoucí“ slova nikdy nedolehnou k uším posluchačů. Manipulativní využívání takzvaného gatekeepingu částečně vysvětluje, proč se ve vysílání téměř neobjevují příspěvky odlišné od názorů rádia a zaznívají výhradně hlasy, které vyjadřují někdy až extrémní „názor“ rádia.

Kromě tohoto způsobu rádio nejčastěji manipuluje veřejným míněním ale také hosty, které si zve do studia. Někteří lidé mají do toruňské rozhlasové místnosti vstup zakázaný, zatímco jiným je éter a tudíž statisíce posluchačů k dispozici i několikrát měsíčně. O manipulaci lze také často hovořit v případě komentářů samotných redaktorů.

## 6. 2 Vývoj politické přízně Rádia Maryja

I Rada pro rozhlasové a televizní vysílání zhodnotila, že rádio straní politickým oblíbencům Tadeusze Rydzka. Toruňská stanice v podstatě svůj vliv uplatňovala v politice od samého začátku vysílání. I přes důkazy manipulace v éteru představitelé rádia tvrdí, že politika je součástí života, proto není důvod ji z programu vynechávat. Na rozhlasových vlnách je tak dál možné slyšet, že stanice straní některým politickým partajím. Tato přízeň zaznamenala v posledních letech určitý vývoj.

<sup>106</sup> Zdroj: Internetová stránka o Rádiu Maryja, Linia opozniajaca w radiu Maryja (přidáno v říjnu 2010) [www.Radiomaryja.pl.eu.org/teksty/linia-opozniajaca.html](http://www.Radiomaryja.pl.eu.org/teksty/linia-opozniajaca.html) staženo 18. 10. 2009

## 6. 2. 1 Prezidentské volby 1995

Politický vliv rádia lze prvně vypořádat v prezidentských volbách v roce 1995. Tehdy, po čtyřech letech od založení katolického rozhlasu, už stanice pokrývala čtyři pětiny Polska a měla miliony posluchačů. Vliv rádia na vlastní kůži pocítil kandidát Unie svobody Jacek Kuroň a prezidentka Polské národní banky Hanna Gronkiewiczová-Waltzová, kterou podporovala část biskupů. Oběma agitace ředitele rádia Tadeusze Rydzyka na vlnách katolického rozhlasu dopomohla k nižším volebním ziskům. „Rydzyk neváhal obvinít bývalého disidenta 'ze zločinů stalinismu a deportací na Sibiř'. K odhalení 'pravdy' o paní Hanně pomohli posluchači, kteří v telefonátech varovali před 'Židovkou a svobodozednářkou'. Zabrало to. Suverénní vítěz průzkumů Kuroň získal sotva devět procent hlasů, oddaná katolička Gronkiewiczová-Waltzová nedostala ani tři procenta, ačkoliv jí sondáže slibovaly 18 procent.“<sup>107</sup> Pravdou zůstává, že příčiny propadu u Kuroňě Gronkiewiczové-Waltzové byly i jiné, ale z vysílání bylo patrné, že Rydzykovu podporu měl Lech Walesa. Když ohlásil svoji kandidaturu, mnoho Poláků se jen tiše smálo, a to se promítlo i do průzkumů, které mu zpočátku předpovídaly volební zisk do pěti procent hlasů.

I díky podpoře vlivného rádia se dostal do druhého kola, v němž jen těsně prohrál s Alexandrem Kwasniewským. „Již během kampaně před prezidentskými volbami v roce 1995 vyslovila komise polského episkopátu pro sdělovací prostředky politování nad tím, že rádio šíří pomluvy o některých kandidátech a veřejně se omluvila.“<sup>108</sup>

## 6. 2. 2 Parlamentní volby 1997

Předvolební situace v roce 1997 se nesla ve znamení vzkříšení pravice a přinesla také značné změny ve stranickém systému. Většina postsolidaritních stran, které se v roce 1993 nedostaly do parlamentu, utvořily společnou koalici. Iniciátorem a současně nejvýznamnějším prvkem nového pravicového bloku se stal Nezávislý samosprávný odborový svaz Solidarita. Nové postsolidaritní seskupení s názvem Volební akce Solidarita (AWS) sdružilo více jak 40 subjektů. Ve volbách pak AWS předstihla Svaz demokratické levice (SLD), který vládl v předchozím volebním období, a utvořila vládní koalici s rovněž postsolidaritní Unii svobody (UW).

---

<sup>107</sup> ČTK (msk, sd, jka). Przekrój: Páter, který dosazuje premiéry a prezidenty. [www.ceska-media.cz](http://www.ceska-media.cz), staženo 5.12.2006

<sup>108</sup> KOPPER G., RUTKIEWICZ I., SCHLIEP K. (eds.) (1996). *Media i dziennikarstwo w Polsce 1989 – 1995*. Krakow: Uniwersytet Jagiellonski, s. 106.

Rádio Maryja před volbami v roce 1997 nezhálelo a to i přesto, že církve po předchozích negativních zkušenostech duchovním důrazně doporučila do volebního procesu nezasahovat. Tadeusz Rydzyk se sice ještě nesnažil o vytvoření politické strany, ale stanice před volbami otevřeně agitovala za katolicky orientované kandidáty AWS a tím vytvořila jakousi volební platformu. „Rádio Maryja se vždy chovalo nezávisle na církvi a někteří duchovní dále sehrávali svoji roli v mobilizování (v některých případech až tvrdé) křesťanské pravice, zvláště pro procírkevní Volební akci solidarita.“<sup>109</sup>

Výsledkem bylo, že po zářijových volbách do Sejmu a Senátu byla rozhlasová stanice v parlamentu zastoupena reálnou politickou silou. „Deset až dvacet poslanců za Volební akci Solidarita v Sejmu a zhruba stejný počet senátorů je totiž s touto stanicí spjato. Řídí komisi pro kulturu a pro rodinu a Alicja Grzeskowiaková, které její boj za práva nenarozených dětí přinesl náklonnost Rádía Maryja, se stala maršálkem Senátu.“<sup>110</sup> Přestože AWS byla široká středopravicová koalice, ve které bylo národně-katolické křídlo v menšině, otec Rydzyk ji podporoval celé volební období. Například v prezidentských volbách v říjnu 2000 otec Rydzyk a Rádio Maryja podporovalo kandidáta AWS Krzaklewského namísto krajně pravicového kandidáta, euroskeptického kandidáta Jan Lopuszanského. Ten byl přitom jeden čas s rádiem velice úzce spojen. Nakonec rozhodl i pragmatický pohled v toruňském ústředí rozhlasu. „Kandidát Rádía Maryja“ Krzaklewski chtěl vyhrát a do souboje dával všechno, zatímco Lopuszanski byl od začátku bez šancí.

Přesto se Rádio Maryja rozhodlo před parlamentními volbami v roce 2001 Volební akci solidarita pravice (AWSP) premiéra Buzka nepodporovat. Rolí sehrála „nenaplněná očekávání rádia na společenské změny v konzervativně křesťansko-národním směru.“<sup>111</sup> „Klíčovým momentem bylo při tomto kroku rozhodnutí poslankyně Sejmu Anny Sobecké, která byl velmi blízkou přítelkyní otce Rydzyka přejít do Ligy polských rodin. Toto rozhodnutí bylo klíčovým faktorem, který zajistil, že důležité jádro pravicových voličů, volilo raději nově vzniklou Ligu polských rodin než AWS.“<sup>112</sup>

---

<sup>109</sup> SZERBIAK A. (2006). *Why is there no Christian Democracy in Poland (and why does this matter)?* Brighton: University of Sussex – European Institute, s. 38.

<sup>110</sup> KLIMCZAK, Dariusz. Fenomén Rádía Maryja. *Lidové noviny*, 1998, roč. 9, č. 92, s. 30.

<sup>111</sup> KOPEČEK V. (2002). Liga polských rodin a Sebeobrana – Proč nevstupovat do Evropské unie, *Středoevropské politické studie*, roč. 4, č. 1, <http://www.cepsr.com/clanek.php?ID=56> staženo 25. 8. 2009

<sup>112</sup> SZERBIAK A. (2001). *The Polish centre-right's (last?) best hope: The rise and fall of Solidarity electoral*, Brighton: University of Sussex – European Institute, s. 14.



### 6. 2. 3 Parlamentní volby 2001

Po volbách v roce 1997 vládní koalice AWS – UW rozběhla realizaci řady ambiciózních reforem (územní, samosprávy, školství, zdravotnictví, penzí a daní). Relativně razantní a v rychlém sledu následující reformy ovšem časem vyvolaly u velké části společnosti výrazný pocit únavy. Popularita vládní koalice zaznamenala silný pokles. Spolu s tím sílily rozpory mezi oběma koaličními partnery, stupňované krizí uvnitř AWS. V létě 2000 odešla UW z vlády, nicméně menšinový kabinet AWS vydržel až do parlamentních voleb 2001. V podzimních prezidentských volbách 2000 Aleksander Kwasniewski drtivě porazil už v prvním kole Mariana Krzaklewského, což akcelerovalo krizi v AWS. Úplný rozklad Akce se dal do pohybu v lednu 2001, kdy byla založena nová liberálně-konzervativní strana s názvem Občanská platforma (PO). „Nová strana získala podle prvních průzkumů podporu 15-20% voličů, čímž výrazně předstihla jak AWS, tak UW, které naopak prodělaly hluboký preferenční propad. Během prvních měsíců roku 2001 došlo k masovému přesunu značné části stranické elity i členstva z AWS a UW do PO.“<sup>113</sup> Rozpad pravice dovršilo rozhodnutí odborového svazu Solidarita neangažovat se nadále v rámci AWS a stáhnout se z vrcholné politiky. Během jara se potom zformoval ještě jeden konkurenční subjekt založený populárním ministrem spravedlnosti Lechem Kaczynskim a jeho bratrem Jaroslawem. Dal si název Právo a spravedlnost (PiS). (více o PiS v kapitole 5. 2. 1) Na levici v období před volbami 2001 naopak probíhaly integrační procesy. V dubnu 1999 navázala na dosavadní koalici SLD politická strana SLD. Ta pak před volbami utvořila předvolební koalici s Uníí práce (UP). Tato koalice se pak s velkým náskokem stala vítězem voleb.

Výsledky voleb ovlivnila kromě změn ve stranickém systému také změna volebního zákona. Zmenšil se počet volebních obvodů a úměrně tomu vzrostla jejich velikost. „Byly posíleny proporcionální prvky ve volebním systému (nahrazením d’Hondtovy metody upravenou metodou Sainte-Laguë), což snížilo mandátní zisky velkých stran a naopak posílilo malé a střední strany.“<sup>114</sup>

Ale zpět ke stranickému systému. Do toho totiž před volbami aktivně zasáhl sám Tadeusz Rydzyk. Fragmentace na pravici mu pro to skýtala ideální příležitost. Vlivný ředitel Rádía Maryja změnil taktiku a začal podporovat snahy o vytvoření samostatné strany, jež by hájila radikální katolicko-národní pozice. Tato část politického spektra totiž byla na konci

---

<sup>113</sup> KOPEČEK L. (2001). Reflexe parlamentních voleb v Polsku (2001), *Středoevropské politické studie*, roč. 3, č. 4, <http://www.cepsr.com/clanek.php?ID=64> staženo 28. 9. 2009

<sup>114</sup> KOPEČEK L. (2001). Reflexe parlamentních voleb v Polsku (2001), *Středoevropské politické studie*, roč. 3, č. 4, <http://www.cepsr.com/clanek.php?ID=64> staženo 28. 9. 2009

devadesátých let rozdrobena převážně v důsledku osobních sporů. Pro Tadeusze Rydzyka tak byl cíl jasný. Vytvořit jednu silnou stranu, která by s mediální podporou Rádia Maryja mohla pomýšlet na úspěch v dalších parlamentních volbách. Rydzykovo první politické angažmá bylo patrné v listopadu 1999, kdy byla založena Strana polské dohody. Jejím předsedou se stal Jan Lopuszanski. Hlavním programovými body nové strany byly odpor vůči vstupu Polska do Evropské unie, obavy z prodeje majetku cizincům, masového propouštění a ohrožení polských zemědělců při vstupu do EU. „V Polských médiích byla označována za stranu blízkou Rádiu Maryja.“<sup>115</sup>

Liga polských rodin byla zaregistrována necelé čtyři měsíce před volbami (30. května 2001). Její personální základnou se kromě výše zmíněné Polské dohody stalo i Hnutí obnovy Polska. V nově vzniklé straně mělo rozlišení mezi politiky z okruhu Polské dohody a z okruhu Hnutí obnovy Polska význam. (*viz podkapitola o LPR 5. 2. 2*)

Liga polských rodin ve volbách nakonec uspěla. Získala skoro osm procent hlasů. To znamenalo zisk 38 poslaneckých a dvou senátorských mandátů. To mnozí přičítají právě spojení s Rádiem Maryja. „Liga polských rodin předvedla mobilizační potenciál Rádia Maryja mezi tradičními věřícími. Nejlépe si vedla v tradičních oblastech s konzervativními věřícími na jihovýchodě a mezi staršími voliči, především ženami.“<sup>116</sup>

Volební podpora ale zdaleka nebyla tak jednoznačná. I když jsou si posluchači toruňské stanice demograficky i společensky dost podobní, průzkumy ukázaly, že hlasovali rozmanitě. „V roce 2001 42 % posluchačů volilo Ligu polských rodin, ale téměř 60 % procent volilo jiné strany. Mimo jiné Sebeobranu (14 %), AWSP (10 %), Právo a spravedlnost nebo Unii svobody (shodně 8 % voličů).“<sup>117</sup>

Drama ve straně hýčkané Tadeuszem Rydzykem začalo až po volbách. Vůdcové Ligy polských rodin se nepohodli a moc ve straně získal Roman Giertych, čímž Rydzykova pozice zeslábla. To si ale šéf Rádia Maryja nedal líbit a „mezi oběma muži narůstala vzájemná nedůvěra a nenávisť“.<sup>118</sup> Před volbami v roce 2005 tedy Tadeusz Rydzyk kromě Ligy polských rodin a Sebeobrany (strany blízké rádiu především názorově) uzavřel nepsané pragmatické spojení se stranou Právo a spravedlnost bratrů Kaczyńských.

---

<sup>115</sup> PASZKIEWICZ K. A. (2000). *Partie i koalicje polityczne III Rzeczypospolitej*. Wrocław: Wydawnictwo Uniwersytetu Wrocławskiego, s. 79.

<sup>116</sup> MILLARD F. (2002). *Elections in Poland 2001: Party Chaos and Electoral Manipulation*. Coelchester: University of Essex, s. 16.

<sup>117</sup> GRABOWSKA M. (2008). Radio Maryja – polska prawica religijna, *Znak*, roč. 42, č. 640, s. 13.

<sup>118</sup> SZERBIAK A. (2006). *Why is there no Christian Democracy in Poland (and why does this matter)?* Brighton: University of Sussex – European Institute, s. 38.

## 6. 2. 4 Prezidentské a parlamentní volby 2005

Na výsledek parlamentních voleb v roce 2005 měly značný vliv události před volbami. Vítězové voleb v roce 2001 byli reprezentováni silnou a jednotnou stranou Svaz demokratické levice (SLD). Jejich postavení se zdálo být neotřesitelné a výchozí pozice pro následující volby tak byla slibná. Mezi lety 2001 a 2005 ale byla tato pozice promarněna. Na vině byla nesprávná politická rozhodnutí, ale hlavně skutečnost, že se vládnoucí politici zapletli do několika vážných ekonomických skandálů (Rywinova aféra, Strachowická aféra, PKN Orlen a další). V důsledku toho začali čelit rekordní nepřízni veřejnosti. Na politické scéně situace vyvrcholila rozpadem SLD. Předvolební průzkumy tak signalizovaly obrovský propad podpory levici. Z toho profitovala především konsolidující se pravice a to především dvě uskupení – liberální Občanská platforma (PO) a konzervativní Právo a spravedlnost (PiS). Volební průzkumy slibovaly těsný souboj těchto stran ve volbách do parlamentu i následných volbách prezidentských.

V této situaci se vyvíjela i situace v menších pravicových stranách. Jak zaznělo výše, Tadeusz Rydzyk se před volbami částečně oprostil od Ligy polských rodin a otázkou bylo, na čí stranu se přikloní v těchto volbách. Před volbami začal na vlnách rádia kromě Ligy polských rodin a Sebeobrany otevřeně podporovat stranu bratrů Kaczyńských Právo a spravedlnost, a to hlavně při prezidentské volbě.

Strana Právo a spravedlnost nikdy předtím nebyla zvláště nakloněná církvi, ale v roce 2005 udělala několik vstřícných kroků ke katolickým voličům. Prezidentský kandidát Lech Kaczyński i Právo a spravedlnost například poslali duchovním speciální dopis, ve kterém jim vyjadřuje svoji podporu. „Pochválen buď Ježíš Kristus. Jako kandidát na prezidenta jsem si vědom odpovědnosti před Bohem, s nímž se váže tato funkce,“ píše Lech Kaczyński v úvodu dopisu, ke které mu přiložil brožuru Práva a spravedlnosti a také leták volebního lídra v daném regionu.<sup>119</sup>

Oba (Lech Kaczyński i Právo a spravedlnost) se také sblížili s vlivným klerikálně-nacionalistickým Rádiem Maryja a jeho sítí spřízněných organizací a médií. Během volební kampaně Rádio Maryja mobilizovalo své voliče, aby hlasovali pro Kaczyńského jako prezidenta a pro Právo a spravedlnost i Ligu polských rodin v parlamentních volbách.

---

<sup>119</sup> WISNIEWSKA, Katarzyna. Lech Kaczyński wysłał proboszczom list. *Gazeta Wyborcza*. 1. 10. 2005. <http://wiadomosci.gazeta.pl/wyborcy2005/2029020.67805.2946118.html> staženo 6. 10. 2009

Například při sjezdu přátel Rádía Maryja, který se uskutečnil 17. září 2005 na Jasnej Górze, razil Rydzyk heslo „Potopit Občanskou platformu“ a vyzval k hlasování do parlamentu pro Právo a spravedlnost, Ligu polských rodin a Vlasteneckého hnutí a v prezidentských volbách pro Kaczynského. Média otce Rydzyka (tedy Rádio Maryja, televize Trwam a deník Nasz Dziennik v tu dobu rozpoutala kampaň strachu a neustále bombardovala posluchače, čtenáře a diváky informacemi o ohrožení „liberály z Platformy“. Otec Rydzyk kritizoval Občanskou platformou navrhovanou daň z příjmu. Podle něj způsobovala to, že „lidé budou upadat do bídy a „oligarchové budou ještě bohatší“. „Ve studiu toruňského rozhlasu také pravidelně zasedali činitelé PiS Jacek Kurski, Zbigniew Ziobro a Tadeusz Cymanski, kteří bez jakéhokoliv moderátora malovali na vlnách rozhlasu černé vize o budoucnosti země pod vládou Občanské platformy.“<sup>120</sup> Před druhým kolem voleb vyhlásilo Rádio Maryja a televize Trwam mobilizaci. „Posluchači dostávali jasné instrukce: den co den musíš přemlouvat členy rodiny, sousedy i kolegy v práci, aby volili Kaczynského.“<sup>121</sup>

Pro stranu bratrů Kaczynských bylo toto spojenectví velmi důležité. Volební předpovědi slibovaly těsný souboj, a tak se počítal každý hlas. Otázkou zůstává důvod tohoto spojenectví. „Podle našeho informátora z Ligy polských rodin se prý strana bratří Kaczynských s redemptoristou sblížila hlavně z finančních důvodů: Rydzyk je světelné roky dalek od Kaczynského názorů, ale zlákal ho výhody.“<sup>122</sup> Ve hře byly například případné štědré příspěvky, které mohl v případě vítězství Kaczynski nabídnout od firem, které kontroluje stát.

Rádio Maryja nakonec ve volbách Ligu polských rodin částečně podporovalo. „Vztahy s Ligou se ale ochladily, když se stalo nejmocnějším spojencem vlády vedené stranou Právo a spravedlnost.“<sup>123</sup> Vliv rádia a změna jeho preferencí v politice se projevila především při prezidentské volbě. Kandidát LPR na prezidenta Maciej Giertych (otec lídra LPR Romana Giertycha) nakonec z voleb odstoupil a vyzval k podpoře Lecha Kaczynského. „Vliv Rádía Maryja kněze T. Rydzyka a jeho televize Trwam a novin Nasz Dziennik lze

---

<sup>120</sup> HOLUB, Jacek. Jak bracia Kaczynscy podziękują Radiu Maryja? *Gazeta Wyborcza*. 24. 10. 2005. <http://wyborcza.pl/1,75478,2983870.html> staženo 7. 10. 2009

<sup>121</sup> HOLUB, Jacek. Jak bracia Kaczynscy podziękują Radiu Maryja? *Gazeta Wyborcza*. 24. 10. 2005. <http://wyborcza.pl/1,75478,2983870.html> staženo 7. 10. 2009

<sup>122</sup> ČTK (msk, sd, jka). Przekrój: Páter, který dosazuje premiéry a prezidenty. [www.ceska-media.cz](http://www.ceska-media.cz), staženo 5.12.2006

<sup>123</sup> SZERBIAK A. (2006). *Why is there no Christian Democracy in Poland (and why does this matter)?* Brighton: University of Sussex – European Institute, s. 20.

dobře ukázat právě na příkladu odstoupení z voleb M. Giertycha, protože ten rezignoval po příslušné Rydzykově výzvě.<sup>124</sup>

Spojení Rádía Maryja a bratrů Kaczynských se nakonec ukázalo jako úspěšné. Strana Právo a spravedlnost vyhrála parlamentní volby před Občanskou platformou a Lech Kaczynski porazil v prezidentské volbě předsedu Občanské platformy Donalda Tuska. Někteří odborníci přičítali parlamentní výhru především spojení s Rádiem Maryja. „V roce 2005 může být těsné pětiprocentní vítězství strany Právo a spravedlnost připisované disciplinovaným voličům Rádía Maryja.“<sup>125</sup>

Pravdou zůstává, že se změna preferencí rádía odrazila v preferencích jeho posluchačů i když posluchači rozptýlili své hlasy všem stranám. „Pro Právo a spravedlnost hlasovalo 40 % posluchačů, ale 60 % hlasovalo jinak. Mimo jiné pro Občanskou platformu (16 %), Ligu polských rodin (12 %), Sebeobranu (11 %), PSL (7 %) a dokonce pro SLD (okolo 5 %).“<sup>126</sup>

Při interpretaci výsledků voleb si pak mnozí komentátoři všimli toho, že již samotná existence Rádía Maryja sehrála ve volbách značnou roli a příklon anebo naopak útočení na tuto stanici se uchazeči o vítězství ve volbách nemusí vyplatit. „Sociolog Tomasz Żukowski formuloval kdysi teorii, že v Polsku nelze vyhrát bez podpory venkova. Nyní se to potvrdilo: Tusk doplatil na to, že sílu venkova podcenil a zemědělce si zneprátelil i svými útoky na populistického předáka Andrzeje Leppera a především na nacionálně-katolickou rozhlasovou stanici Rádio Maryja. Dal do protikladu Polsko svobodné (tedy liberální, otevřené světu) a zaostalé (tedy posluchače Rádía Maryja) a snažil se vyvolat obavy, že vítězství Kaczynského bude ve skutečnosti triumfem Leppera a Rydzyka. Toto heslo mohlo oslovit voliče ve velkoměstech, ale většina Polska více slyšela na Kaczynského rozlišení mezi liberálním Polskem pro bohaté a solidárním a katolickým Polskem Práva a spravedlnosti.“

#### 6. 2. 4. 1 Politika na vlnách Rádía Maryja v roce 2005

Vysílání Rádía Maryja podrobil v roce 2005 Krzysztof Dziomdziora z Varšavské univerzity podrobnému zkoumání. Ve své práci *Teoria i praktyka propagandy na przykładzie audycji Radia Maryja (Propaganda v teorii a praxi na příkladu vysílání Rádía Maryja)* mimo jiné zkoumá, jak rádio v roce 2005 informovalo o volbách 2005. Ve svém bádání se zaměřil na pořad *Aktualności dnia*, který je spolu s relací *Rozmowy niedokonczone* hlavním

<sup>124</sup> KUBÁT M. (2005). „Supervolební“ podzim 2005 v Polsku. *Mezinárodní politika*, roč. 29, č. 12, s. 20.

<sup>125</sup> FRAS A. (2006). *Mass media, religion and politics in contemporary Poland*. Legnica: Witelon Univer., s. 1.

<sup>126</sup> GRABOWSKA M. (2008). Radio Maryja – polska prawica religijna, *Znak*, roč. 42, č. 640, s. 13.

publicistickým pořadem v Rádiu Maryja. Na pořadu, který má mezi 40 a 60 minutami a běží dvakrát denně, se snaží ukázat, jak Rádio Maryja vykresluje svět svými očima. Ze všech pořadů v roce jich losem vybral 52 tak, aby každý týden byl zastoupený jednou relací. Obsah vysílání poté rozdělil do osmi tématických skupin, z nichž se jedna věnovala pouze prezidentským a parlamentním volbám v roce 2005.

Vybraných 52 pořadů mělo dohromady 2392 minut a na informování o volbách z toho připadlo 347 minut, což je 14,52 procenta času. To je nejvíc ze všech témat a už sama tato skutečnost svědčí o velkém politickém zabarvení stanice. Z časů vyhrazených pro volby dalo Rádio Maryja 138minutový prostor (40 procent času věnovaného volbám) politikům. Byli to:

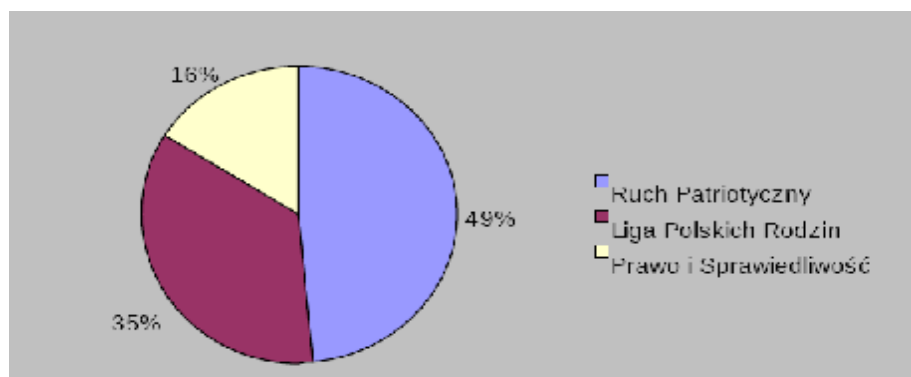
**Tabulka 12: Podíl politiků na vlnách rádia před volbami 2005<sup>127</sup>**

<b>Politik</b>	<b>Stranická příslušnost</b>	<b>Čas v minutách</b>	<b>Procento času věnované politikovi</b>
Antoni Macierewicz	Sebeobrana	66	48,4 %
Bogdan Pek	Liga polských rodin	19	13,7 %
Zbigniew Ziobro	Právo a spravedlnost	17	12,8 %
Ryszard Bender	Liga polských rodin	13	9,5 %
Roman Giertych	Liga polských rodin	16	11,7 %
Boleslaw Piecha	Právo a spravedlnost	5	3,9 %

Z přehledu je patrné, že politici vychází výlučně z pravicových stran a téměř polovinu všeho času věnovaného politikům byl v éteru slyšet Antoni Macierewicz. Posluchačům Rádia Maryja se tak mohlo zdát, že je to polský politik číslo jedna i když v té době byl pouze představitelem marginální politické strany.

<sup>127</sup> DZIOMDZIORA, K. *Teoria i praktyka propagandy na przykladzie audycji Radia Maryja*, Warszawa: Uniwersytet Warszawski. Instytut Stosowanych Nauk Społecznych. 2008. s. 41.

**Graf 3: Podíl jednotlivých stran ve vysílání podle stran**<sup>128</sup>



V pořadí, který se alespoň názvem snaží budít zpravodajský dojem, se směrem k volbám stále častěji ozývala politická agitace, a to z úst politiků, redaktorů, ale i volebních expertů. Měsíc před termínem voleb například Stanislaw Fudakowski v éteru říká:

*„(...) Volby se blíží a je třeba si odpovědět na otázku: Jaké Polsko chceme budovat? Jestli chceme budovat Polsko se špatnou morálkou, kde dominuje korupce a manipulace, tak prosím. Poláci takové lidi mohou vybrat (představitel SLD, případně K.D.) (...) Ale jestli chceme žít podle papežského testamentu – Jana Pavla II., prohlášení papeže, tak se sebe musíme zeptat: Jaké lidi chceme vybrat podle papežského programu Polska (...)”<sup>129</sup>*

Posluchač rádia se tak dověděl, že nemusí vybírat kandidáty SLD. Ale Fudakowski přitom hraje na emoce a vše zjednodušuje na tvrzení, že kdo chce pro Polsko zlo, tak bude volit SLD. Při manipulaci se odvolává i na autoritu Jana Pavla II. a jeho testament. Ten se přitom vůbec nevztahuje na politickou morálku v zemi. Fudakowski nejmenuje osoby, generalizuje svá tvrzení na celou levici. „Ve světě viděném přes Aktualności dnia nezaznávají zprávy zřejmé a jasné, nýbrž zprávy ‘jasné ve svojí nejasnosti’.“<sup>130</sup>

Od chvíle, kdy Włodzimierz Cimoszewicz vypadl ze souboje o post prezidenta, se v *Aktualnościach dnia* o SLD už prakticky nemluvalo a komentáře se soustředily na Občanskou platformu a Donalda Tuska, jejího kandidáta na prezidenta. Například v komentáři Stanislaw Michalkiewiczze.

*„Otázkou zůstává, kdo bude těžit z hlasů SLD (...) Jestliže jde o Tuska, v něm lze hledat zastávce kulatého stolu. Donald Tusk se od kulatého stolu nikdy nedistancoval a navíc*

<sup>128</sup> DZIOMDZIORA, K. *Teoria i praktyka propagandy na przykladzie audycji Radia Maryja*, Warszawa: Uniwersytet Warszawski. Instytut Stosowanych Nauk Społecznych. 2008. s. 42.

<sup>129</sup> Stanisław Fudakowski w „Aktualnościach dnia” z 18.08.2005 r., 44. minuta

<sup>130</sup> DZIOMDZIORA, K. *Teoria i praktyka propagandy na przykladzie audycji Radia Maryja*, Warszawa: Uniwersytet Warszawski. Instytut Stosowanych Nauk Społecznych. 2008. s. 43.

*je tu hrozba, že by jako prezident tento odkaz dále chránil a ten by tak přetrval. A nutno podotknou, že SLD spolu s tajnými službami z odkazu kulatého stolu nejvíce těžily.* <sup>131</sup>

Donalda Tuska vykresluje komentátor jako obhájce jednání u kulatého stolu. Občanskou platformu také dává do souvislosti s levicí a tajnými službami. Komentář naznačuje, že by Tusk těmto skupinám zajistil opět podíl na moci.

*„Tusk měl na začátku kampaně okolo 10 % hlasů. Co se tak náhle stalo? (...) Člověk, o kterém víme jen tolik, že byl Liberálně-demokratickém kongresu a má krajně liberální názory. V některých aspektech až libertánské. Tento člověk je náhle prosazovaný polskými liberálními médii, polskojazyčnými médii, se všemi těmi, kteří jsou různě spjati kapitálovými spekulacemi.* <sup>132</sup>

Bogdan Pek ve svém komentáři odkazuje na tajné skupiny, které manipulují vládou a mají obrovský ekonomický vliv. Tusk je podle něj jejich reprezentantem a navíc ho chrání ne polská, ale polskojazyčná média (v rétorice Rádía Maryja liberální média). Podle Peka má ale i další mocné spojení, například průzkumy veřejného mínění.

*„(...) Vidíme, že přicházejí různé podezřelé informace. Publikují se průzkumy, které nemají informovat, ale ovlivňovat ty, kteří nejsou rozhodnutí.* <sup>133</sup> Na průzkumy veřejného mínění útočilo Rádio Maryja v létě a na podzim pravidelně. Obvyklým argumentem byla právě úmyslná manipulace s preferencemi voličů.

Dva dny před parlamentními volbami už Rádio Maryja posluchače nenechává na pochybách, pro koho by měli hlasovat. *„Jestliže hovoříme o programu, tak politika Občanské platformy není prorodinná, je to dokonce program proti rodině. Naděje je v programu strany Právo a spravedlnost. Mají dokument, který se nazývá Katolické Polsko v křesťanské Evropě a tam se elementy prorodinné politiky nacházejí.* <sup>134</sup>

*„V této situaci je třeba hlasovat pro pana Kaczyňského, protože vítězství Tuska znamená, že nebude zúčtováno se skupinami, které třímají vládu.* <sup>135</sup>

*„Zdravý rozum proto velí nedávat hlasy ani Občanské platformě ani předsedovi Tuskovi. Komu v takovém případě dáte hlasy je jasné. Není třeba hlasovat pro ty, kteří učiní z Polska panský statek, který bude financovaný z nákladů těch nejchudších a zbylý národní majetek vytunelují.* <sup>136</sup>

---

<sup>131</sup> MICHALKIEWICZ, Stanislaw v pořadu Aktualności dnia z 16. 9. 2005, 26. minuta

<sup>132</sup> PEK, Bogdan v pořadu Aktualności dnia z 23. 9. 2005, 5. minuta

<sup>133</sup> Moderátor v pořadu Aktualności dnia z 7. 9. 2005, 12. minuta

<sup>134</sup> KAPER, Andrzej v pořadu Aktualności dnia z 23. 9. 2005, 46. minuta

<sup>135</sup> PEK, Bogdan v pořadu Aktualności dnia z 23. 9. 2005, 46. minuta

<sup>136</sup> PEK, Bogdan v pořadu Aktualności dnia z 23. 9. 2005, 19. minuta



Dva dny před volbami tak éterem zněla jasná doporučení, koho mají posluchači volit. Mluvčí přitom využívali prvky propagandy, když se snažili lidi u rozhlasových přijímačů strašit z nepředvídatelné budoucnosti s Občanskou platformou a Donaldem Tuskem. Používali přitom především argument rozkrádání polského majetku movitými a Občanskou platformu se snažili vykreslit jako bohaté elitáře. Oba argumenty zabírají především na starší lidi, kteří rádio poslouchají. Jejich příjmy jsou nízké, na rozkrádání majetku státu jsou citliví, protože většinu svého života prožili v komunismu.

#### 6. 2. 4. 2 Co za to Rádio Maryja dostalo?

Při volbách na podzim 2005 tedy Rádio Maryja významně pomohlo straně Právo a spravedlnost k výhře v parlamentních volbách i k získání postu prezidenta. Ale co za to dostalo? Bratři Kaczynští si dobře uvědomovali, jak výrazně jim Tadeusz Rydzyk pomohl. Po prezidentské volbě byl například otec ředitel jedním z prvních, kterému bratr prezidenta Jaroslaw Kaczynski poděkoval. Rádio těžilo ze spojenectví i jinak. Výše jsem zmínil, že se v rádiu začaly po parlamentních volbách objevovat zmínky o různých sponzorech stanice nebo dalších spřízněných médiích, kterými často byly firmy se státní účastí. Nespornou výhodou ale byl i výlučný přístup k premiérovi a prezidentovi.

Prvním náznakem byl již podpis „Paktu stability“ v únoru 2006. Podpis této klíčové stabilizační dohody mezi vládou a stranou Sebeobrana a Liga polských rodin mohla totiž přenášet pouze média z mediálního domu Tadeusze Rydzyka. „Pakt stability měl být původně podepsán za přítomnosti novinářů v jednom ze sejmových sálů. Většina žurnalistů však čekala marně. Představitelé tří zúčastněných stran totiž podepsali dokument na dříve neohlášeném místě pouze za přítomnosti novinářů Rádía Maryja a TV Trwam, obou médií blízkých ultrakatolickému radikálovi, knězi Tadeuszi Rydzykovi. Naštvaní zástupci ostatních médií pak na protest bojkotovali následnou tiskovou konferenci, když na místě nechali pouze své diktafony.“<sup>137</sup>

Sbližení Rádía Maryja se stranou Právo a spravedlnost bylo ale patrné i v éteru rádia. Po volbách vystupoval v rozhlasu nejméně jednou týdně některý z ministrů ze strany Právo a spravedlnost a několik hodin odpovídal na dotazy posluchačů. Nový premiér Kazimierz Marcinkiewicz, který byl představitelem národně katolického tábora, na vlnách Rádía Maryja

---

<sup>137</sup> TOLČINSKÝ Alexandr. Polský „Pakt stability“, *Český rozhlas 6*, 6.2.2006. (komentáře)

dokonce přednesl své vládní prohlášení – ještě předtím, než s ním seznámil poslance parlamentu. U opozice si tak rádo rychle získalo přezdívku „vládní orgán“.

## 6. 2. 5 Předčasné parlamentní volby 2007

Před posledními parlamentními volbami v roce 2007 již rádio otevřeně podporovalo stranu Právo a spravedlnost. Šlo o to podmanit si skupinu mohérových baretů (tedy typických posluchačů Rádía Maryja), aby volila stranu bratrů Kaczynských. Právo a spravedlnost se totiž zaměřilo na sbírání voličů Ligy polských rodin a Sebeobraný, kteří rádio také hojně poslouchají. Kritika na adresu Ligy polských rodin a chvála Práva a spravedlnosti zaznívala i z úst samotného Rydzyka.

Na začátku října 2007, tedy krátce před předčasnými volbami, se do studia dovolal Jacek z Lodže a chválil Ligu polských rodin a kritizoval Právo a spravedlnost za to, že neplní volební sliby. Po chvíli do jeho řeči vstoupil otec Rydzyk. „Slyším tady, že by to jedna strana zvládla a Právo a spravedlnost ne. Uvědomte si, že by nezvládla nic, kdyby nebyli v koalici. Škoda, že tam byly samé hádky. Bylo třeba si sednout a promluvit si. Menší strana musí vědět, že je menší,“ narážel Rydzyk na chování Ligy polských rodin v koalici a obhajoval PiS.<sup>138</sup>

Dále šéf Rádía Maryja kritizoval předvolební koalici, ve které Liga polských rodin byla. „Podívejte se, jak se dali dohromady. Tam je strana, která nejenže hlasovala proti životu, ale také chtěla zavést nevěstince a na to je třeba pamatovat,“ pohrozil Rydzyk, ale neuvedl, jakou stranu má na mysli.<sup>139</sup>

Posluchače Rádía Maryja se snažil na svoji stranu zlákat i sám premiér. Při pouti v Čenstochové, organizované Rádiem Maryja, této disciplinované voličské skupině zalichotil. „Dnes je Polsko zde! Díky takovým, jako jste vy, Polsko existuje a bude existovat.“<sup>140</sup> Polský premiér také například kontroverzní stanici osobně gratuloval k 15. výročí existence.

Spojenectví se nicméně utužovalo celé dva roky před volbami a Rydzykova televize Trwam a rozhlasová stanice Rádio Maryja byly považovány za jediné informační kanály vládnoucí strany. Prezident i premiér pořádali dokonce tiskové konference výhradně pro tato

<sup>138</sup> HOLUB, Jacek. O. Rydzyk znów krytykuje LPR, *Gazeta Wyborcza*, 2. 10. 2007.

<http://serwis.gazeta.pl/wybory2007/1.85061.4541575.html> staženo 8. 10. 2009

<sup>139</sup> HOLUB, Jacek. O. Rydzyk znów krytykuje LPR, *Gazeta Wyborcza*, 2. 10. 2007.

<http://serwis.gazeta.pl/wybory2007/1.85061.4541575.html> staženo 8. 10. 2009

<sup>140</sup> STASZKIEWICZ, Maria. Ziská nová polská strana požehnání Radia Maryja? *Hospodářské noviny*, 18. 7. 2007 <http://zahranicni.ihned.cz/c1-21638760-maria-staszkiwicz-ziska-nova-polska-strana-pozehnani-radia-maryja> staženo 8. 10. 2009

dvě média a ostatní novináři nebyli vítáni. Napětí se zmírnilo, až po ostrých protestech žurnalistů.

Premiér však dostal privilegovaný přístup do Rydzykových médií. Ve speciálním vydání Nedokončených rozhovorů na Rádiu Maryja a v televizi Trwam například symbolicky zakončil kampaň před volbami. O účast v debatě na Rádiu Maryja žádal i Donald Tusk. Odpověď z Rádía Maryja byla jasná: Debata nebude.

To, jak moc Právo a spravedlnost toruňskou stanici potřebovalo dokazuje i aféra, která se odehrála pár měsíců před volbami. Kvůli umělému přerušení těhotenství Tadeusz Rydzyk ostře zaútočil na manželku prezidenta Marii Kaczynskou i na samotného prezidenta (bratra šéfa strany Právo a spravedlnost). Kaczynskou nazval čarodějnící a prezidenta obvinil, že podlého židovské lobby. *(více v podkapitole 4. 3. 4 o kontroverzích na vlnách stanice)*

Prezident Lech Kaczyński okamžitě žádal po Rydzykovi omluvu pro svoji manželku. Té se mu také dostalo. Proti Rydzykovi ale kvůli obavám ze ztráty voličů nevystoupil premiér Jarosław Kaczyński a celou situaci se snažil spíše utišit. Záznam začala prozkoumávat i prokuratura. Páter totiž mohl čelit obvinění, že veřejně urážel hlavu státu, za což v Polsku hrozí až tři roky vězení. Případ byl nakonec odložen, zůstala po něm však pachuč. Mnozí komentátoři si pokládali otázku, proč se svého bratra Lecha nezastal i bratr Jarosław. Jeho mlčení jen podpořilo podezření, že si strana chce udržet přízeň Rydzykových médií téměř za každou cenu. Ještě vážnější je ale skutečnost, jak rychle státní zastupitelství celou kauzu zametlo pod koberec. Na místě je otázka, zda by se s podobnou shovívavostí mohl počítat i jiný Polák, který by prokazatelně urazil hlavu státu.

Agitace na vlnách rádia nakonec na posluchače zřejmě zabrala. Jejich preference byly dále rozptýlené, ale drtivá většina volila Právo a spravedlnost. V předčasných volbách v roce 2007 už byly výsledky jednoznačnější. „Voliči Rádía Maryja v 62 % volili stranu Právo a spravedlnost, Občanskou platformu volilo 20 % posluchačů, PSL 8 % a Ligu polských rodin a Sebeobranu nevolily ani tři procenta posluchačů.“<sup>141</sup>

### **6. 3 Interpretace volebních výsledků**

V této kapitole jsem se snažil dokázat, jak se Rádio Maryja na svých vlnách snažilo ovlivňovat voliče. I když jsou příklady ovlivňování průkazné, tak nelze spolehlivě prokázat vliv na výsledek voleb. Výsledky nasvědčují tomu, že posluchači Rádía Maryja nejsou jednotnou armádou, která hlasuje, jak jí přikáže otec ředitel. V obou volbách stanice jasně

---

<sup>141</sup> GRABOWSKA M. (2008). Radio Maryja – polska prawica religijna, *Znak*, roč. 42, č. 640, s. 14.

prosazovala své favority a měla svého úhlavního soka (v roce 2005 Občanskou platformu). Posluchači se přesto rozhodli podle svého rozumu a volili i Občanskou platformu.

Z toho tedy vyplývá, že by posluchači Rádía Maryja měli své voličské preference i kdyby neposlouchali toruňskou stanici a vysílání má zásadní vliv na politické názory a následné volební chování jen u části z nich. Část posluchačů si zachovává kritičtější postoj a jistý odstup.

Síla stanice tak není ani tolik v počtu posluchačů, který se od devadesátých let neustále zmenšuje, ale v tom, že se dokáží před volbami efektivně zmobilizovat. V parlamentních volbách 2001 například průměrná účast činila 46 procent. „Pravidelně praktikujících ale dorazilo 66 % a posluchačů Rádía Maryja 70 %. V roce 2005, kdy byla průměrná volební účast 41 % přišlo k volbám 60% pravidelných návštěvníků kostela a 65 % posluchačů Rádía Maryja.“<sup>142</sup>

Kromě neobyčejně silné schopnosti mobilizace se ale v éteru toruňského rozhlasu hraje ještě o něco jiného. Kritici vlivu stanice argumentují tím, že posluchači Rádía Maryja nerozhodují o nějakém závratném množství hlasů (2-3 %), které by mohlo zvrátit volby. Důležité je ale zaměřit se na skupinu, která stanici Tadeusze Rydzyka poslouchá. Výše jsem uvedl, že posluchači v roce 2005 hojně (16 %) volili také největšího rivala Práva a spravedlnosti Občanskou platformu.

Tyto dvě strany měly ještě v parlamentních volbách 2005 velmi podobné voličské skupiny . Právo a spravedlnost i Občanskou platformu volily především ženy, lidé ve středním věku, kteří pravidelně navštěvují kostel. Právo a spravedlnost přitom má více voličů na venkově, Občanská platforma zase zasahuje jinou příjmovou skupinu. I když se po volbách v roce 2005 začaly elektoráty těchto dvou stran vzdalovat především kvůli tomu, že Právo a spravedlnost začala přetahovat voliče Ligy polských rodin a Sebeobranu, zůstala voličská skupina, která může volit obě strany. Když tito voliči, o které se dvě největší pravicové strany přetahují, zasednou k Rádiu Maryja, slyší jasné doporučení Tadeusze Rydzyka. „To tedy ubírá voliče Občanské platformy ve prospěch Práva a spravedlnosti.“<sup>143</sup>

Tento efekt ale nelze přeceňovat. „I kdybychom z výsledků vyňali posluchače Rádía Maryja, tak by volby v roce 2005 zřejmě vyhrálo Právo a spravedlnost. (Přirozeně mají výsledky takových statistických simulací jen hypotetický charakter).“<sup>144</sup>

---

<sup>142</sup> GRABOWSKA M. (2008). Radio Maryja – polska prawica religijna, *Znak*, roč. 42, č. 640, s. 13.

<sup>143</sup> GRABOWSKA M. (2008). Radio Maryja – polska prawica religijna, *Znak*, roč. 42, č. 640, s. 14.

<sup>144</sup> GRABOWSKA M. (2008). Radio Maryja – polska prawica religijna, *Znak*, roč. 42, č. 640, s. 14.

Skutečností tak zůstává pouze fakt, že rádio umí své posluchače efektivně mobilizovat a velmi hlasitě jim doporučuje, koho mají volit. Posluchači, kteří by danou stranu zřejmě volili stejně, se pak tímto doporučením ve velké většině řídí. Mobilizační efekt rádia se může projevit i tak, že k volbám vyrazí i lidé (posluchači), kteří by bez agitace v éteru nejspíše k volebním urnám ani nešli. I když tato skupina není příliš početná, může vzhledem k nízké volební účasti Poláků ovlivnit výsledek voleb.

V posledních dvou parlamentních volbách se projevil ještě další efekt vysílání toruňské stanice. Jazyčkem na vahách je totiž rádio ve chvíli, kdy spolu o vítězství soupeří Právo a spravedlnost s Občanskou platformou (jako ve volbách 2005 a 2007) a souboj rozhodují jen nepatrná procenta hlasů. Pak může agitace na vlnách rádia pomoci ubrat voliče Občanské platformě a přidat je na stranu Práva a spravedlnosti. Obě strany totiž sdílí podobnou voličskou skupinu a svádějí boj o každý hlas z ní.

#### **6. 4 Rádio Maryja ve vztahu k církvi**

Během let se Rádiu Maryja podařilo shromáždit kolem sebe miliony Poláků a proměnit se z obyčejné rozhlasové stanice ve společenskou hnutí. Síla a význam tohoto hnutí zaskočila i samotnou církevní hierarchii. Působení katolické rozhlasové stanice také odhalilo rozdíly mezi polskými katolíky. Rozpor mezi církevními hodnostáři a Rádiem Maryja se snažila církev dlouhou dobu minimalizovat a to z toho důvodu, že je nezbytné přiznat to, co přiznávají i kritici stanice. Rádio Maryja hraje obrovskou a patrně nenahraditelnou úlohu při výuce náboženství. Pro církev je stanice velkou nadějí při šíření evangelia.

Církevní orgány se snažily konflikt řešit potichu až do listopadu 1997, kdy problémy nahlas pojmenoval polský primas Jozef Glemp. „Polský primas Józef Glemp se rozhodl napsat o Rádiu Maryja dopis, ve kterém zdvořile požádal provinciála redemptoristů, který je nadřízený otce Rydzyka, aby se ujal péče o personální obsazení Radia Maryja, aby nedocházelo k chybám z prostého přepracování“.<sup>145</sup>

Nejvyššího představitele katolické církve v Polsku k tomu kroku vedlo hned několik skutečností. Tou první byla neposlušnost. Její první projevy bylo možné spatřit již v prezidentských volbách v roce 1995. Episkopát tehdy nejmenoval žádného z kandidátů jako svého favorita, uvedl jen rysy, kterými by se kandidát na prezidenta měl vyznačovat. Rádio

---

<sup>145</sup> KLIMCZAK, Dariusz. Fenomén Radia Maryja. *Lidové noviny*, 1998, roč. 9, č. 92, s. 30.

Maryja neposlechlo, mohutně podporovalo Lecha Walesu a dokonce diskreditovalo ostatní kandidáty.

Další neposlušnosti se rádio dopustilo v květnu 1997. Před referendem o nové ústavě Rádio Maryja ostře vystupovalo proti jejímu potvrzení a vyhrožovalo, že by to skončilo odkřesťanštěním, rozparcelováním Polska a zánikem národa. Představitelům rádia se nelíbil především text preambule, do které se nedostal přímý odkaz na Boha a na křesťanství jako hlavní zdroj ústavy a místo toho stanovuje, že je polský stát nábožensky neutrální. I přes ostrou kritiku, která se ozývala z éteru toruňské stanice, se tehdy biskupové vůči rádiu chovali zdrženlivě, nanejvýš vystupovali s mírnou kritikou.

Před zářijovými parlamentními volbami v roce 1997 došlo k nové neshodě. „Episkopát se omezil na morální hodnocení programů jednotlivých stran a seskupení a prohlásil, že „nechce poslání církve svazovat se žádnou konkrétní stranou.“ Radio Maryja právě naopak zahájilo aktivní předvolební kampaň.

Následně došlo ještě k rozkolu ve stanovisku k Evropské unii. Biskupové se po návštěvě v Bruselu vyslovili jednoznačně pro členství, Rádio Maryja bylo jednoznačně proti. Dalším důvodem, proč Jozef Glemp dopis zaslal, byla skutečnost, že se Tadeusz Rydzyk odmítal dostavit na toruňskou prokuraturu, kam byl předvolán. Záležitost dopadla tak, že se policisté snažili dostat otce Rydzyka, který tvrdil, že nedostal předvolání, k výslechu násilím. Po manifestacích posluchačů po celém Polsku a po vystoupení více než sta poslanců na obranu otce Rydzyka kněz nakonec k výslechu přišel. Po celém případu ale zůstala v polské církvi zvláštní pachuč. „Právě to měl na mysli kardinál Glemp, když ve svém dopise napsal: ‘Velebný otec Rydzyk si přes svou popularitu a velikou veřejnou podporu nemůže přisvojovat privilegia a stavět se nad zákon’.“<sup>146</sup> Církev prostě nechce připustit, aby se někdo při slovech k věřícím stavěl do pozice nezávislé na biskupech.

Jozefu Glemptovi tedy vadila politizace rádia, ale také podezřelé zásahy rádia do ekonomiky. „Otci Tadeuszi Rydzykovi se podařilo vybrat od posluchačů jeden, dva a možná i tři miliony – nikdo přesně neví, kolik – podílů (analogie privatizačních kuponů) na záchranu gdaňské loděnice. Hodnota jednoho podílu se pohybuje kolem sto dvaceti zlotých (asi 1200 korun). I kdyby jich rádio mělo jen jeden milion, je to obrovská částka. A co se s podíly děje, to ve skutečnosti nikdo neví.“<sup>147</sup>

Třetí primasova výčitka rádiu, o které se v dopise lze dočíst, je chybná interpretace církevního učení a agresivní jazyk, jehož Rádio Maryja užívá ve vztahu k protivníkům.

<sup>146</sup> KLIMCZAK, Dariusz. Fenomén Radia Maryja. *Lidové noviny*, 1998, roč. 9, č. 92, s. 30.

<sup>147</sup> KLIMCZAK, Dariusz. Fenomén Radia Maryja. *Lidové noviny*, 1998, roč. 9, č. 92, s. 30.

Biskupy zneklidňoval nejen obsah, ale i styl těchto prohlášení. Podle nich má totiž církevní učení povznášet ducha s tišit hoře. Církev by se tak měla vystříhat povzbuzování nepřátelských nálad.

Proti Rydzykovi v roce 1997 vystoupil i mluvčí papežského stolce Joaquin Navarro-Valls, který řekl, že Rydzyk nevyjadřuje mínění papeže, Apoštolského stolce ani polských biskupů. Stalo se pouze to, že ve studiu mariánského rádia usedalo stále více Rydzykovi nakloněných biskupů. Primas Glemp tedy zkusil něco jiného a založil konkurenční Rádio Jozef, v němž chtěl s Maryjí svést boj o duše polských katolíků. Pokus se nezdařil a rádio neuspělo.

Lidé z okruhu Rádía Maryja dlouho ignorovali signály z Vatikánu, že by se neměli plést do politiky. Naopak do voleb v roce 2005 vstoupili jako propagandisté strany Právo a spravedlnost bratrů Kaczynských. Po jejich vítězství se pak Rydzykova média stala pro nový establishment oblíbenou hlásnou troubou. V únoru 2006 tuto jednostrannou angažovanost odsoudilo vedení polské biskupské konference a vybídlo řád redemptoristů, kterému Radio Maryja patří, ke změně. Když ani to nezabralo, vložila se do věci římská kurie. Úřad vatikánského státního tajemníka sepsal instrukci nabádající polské biskupy, aby se věnovali řešení „obtížné věci Rádía Maryja s plnou důsledností.“

Jenže Tadeusz Rydzyk se nehodlal vzdát milionů posluchačů, zvláště ve chvíli, kdy cítil značnou podporu prezidenta Lecha Kaczynského a ministrů strany Práva a spravedlnost. „Není tak divu, že 29. března 2006 Rydzyk s klidem vypustil do éteru fejeton publicisty Stanisława Michalkiewicze. Ten napadl Světový židovský kongres kvůli jeho požadavku na odškodné ve výši šedesáti miliard dolarů za židovský majetek zanechaný po roce 1939 v Polsku. Podle vlastenců to je příklad toho, jak firma holokaust prosazuje své zájmy za pomoci zaprodanců (listu Gazeta Wyborcza a části kněží).“<sup>148</sup>

Mezinárodní pobouření přimělo papežského nuncia Jozefa Kowalczyka ke zveřejnění výše zmíněné vatikánské instrukce. Rydzyka navíc napomenul maršálek Sejmu Marek Jurek. Rydzyk se kál jen chvíli a zanedlouho protestoval proti „mediálnímu teroru“ vůči sobě samému.

Kritikou Rádía Maryja před zatím posledními parlamentními volbami nešetřila ani část polských biskupů. Nelíbila se jim především politická propaganda. Rádio Maryja totiž živě vysílalo mše, na kterých duchovní otevřeně vyzývali voliče, aby ve volbách hlasovali pro stranu Právo a spravedlnost. Tímto problémem se zabýval dokonce sněm polských biskupů.

---

<sup>148</sup> MÁŠA, Pavel. Papež umravňuje Poláky. *Lidové noviny*, 19. 4. 2005.  
<http://archiv.newton.cz/ln/2006/04/19/60385eabe725ddef403f4d286e1c32e.asp> staženo 20. 10. 2008

Nejhlasitěji proti agitaci na vlnách stanice promluvil vlivný biskup Tadeusz Pieronek. „Ve vysílání Rádía Maryja zaznívá ohavná politická agitace. Stanice, která se považuje za katolickou, si něco takového nesmí dovolit,“ prohlásil Pieronek. Dodal, že církve vyzývají věřící, aby se voleb zúčastnili, protože je to jejich morální povinnost, v žádném případě jim ale nemůže radit, koho mají konkrétně volit. „Zvláště odpudivě vypadá, když svá doporučení kněží vyhlášují v průběhu mše svaté,“ poznamenal biskup Pieronek.<sup>149</sup> K rádiu se nelichotivě vyjádřilo i varšavské arcibiskupství. „Jsou svízelní,“ komentovala diplomaticky rozhlasovou stanicí mluvčí arcibiskupství Małgorzata Starczyńska. Nově zvolený arcibiskup Kazimierz Nycz se od rádía distancoval, když řekl, že není neomylný.

Na vlnách Rádía Maryja často zaznívají antisemitské výroky. Díky nim na sebe rádio již několikrát obrátilo pozornost polských úřadů, ale také židovských organizací po celém světě.

Polská rada pro rozhlasové vysílání udělila stanici důtku za šíření antisemitských stereotypů již v červnu 2003. Stanice se prý provinila tím, že nechávala bez odezvy antisemitské výroky, které pronášeli posluchači při svých telefonických vstupech do vysílání. Svou nedostatečnou reakcí podle zdůvodnění rady „potvrzovala špatná přesvědčení.“ Stanici v roce 2006 kárala i etická rada pro média. Názory vysílané rádiem označila za primitivní a antisemitské a nařídila stanici, aby zastavila šíření xenofobních myšlenek. (*více o antisemitismu na vlnách stanice v podkapitole 4. 3. 4 Kontroverze na vlnách stanice*)

---

<sup>149</sup> DORAZÍN, Martin. Polští biskupové nešetřili kritikou katolického rádía. *Český rozhlas - Izurnal.cz*, 21.9.2007 [http://www.rozhlas.cz/zpravy/zahranici/\\_zprava/382417](http://www.rozhlas.cz/zpravy/zahranici/_zprava/382417) staženo 21. 10. 2008



## 7. KATOLICISMUS V POLSKÉM TRANSFORMAČNÍM PROCESU

Komentátoři se shodují, že koncept katolického Rádía Maryja může mít takový úspěch jen proto, že je rozvíjený právě v Polsku. To je ve světě vnímáno jako silně katolická země s vysokou mírou religiozity obyvatelstva. Tento obraz Polska není jen stereotypem, skutečně odpovídá realitě. Katolická církev se těší velké důvěře a přízni Poláků. Jasně o tom hovoří čísla z výzkumů veřejného mínění. „Ke katolické církvi se hlásí přes 95 % obyvatel Polska, což znamená přes 35 milionů věřících.“<sup>150</sup> Otázkou tak zůstává jak se typický polský katolicismus, který má ve společnosti hluboké historické kořeny a jehož produktem je i Rádio Maryja, shoduje s postupnou přeměnou Polska z komunistického státu na demokratickou republiku. K odpovědi je nutný stručný historický diskurz.

### 7. 1 Církev v moderní polské historii

#### 7. 1. 1 Vznik konceptu Polák-katolík

Vztah Poláků ke katolické církvi má své historické kořeny a souvisí se zánikem státního útvaru na území Polska na konci 18. století. V roce 1795 bylo Polsko rozděleno mezi tři mocnosti a polský národ se najednou ocitnul na území třech sousedících mocností – Ruska, Rakouska a Pruska. Katolická církev byla až do první světové války jedinou národní institucí, která působila ve všech třech záborech. V ruském a pruském záboru dokonce představovala hráz proti rusifikaci respektive germanizaci. Právě z této doby (národ bez státu) pochází označení „Polák-katolík“. Členství v církvi totiž bylo do jisté míry znamením vzdoru vůči okupaci nekatolických mocností a stalo se nositelem polského patriotismu a národní identity. K upevnování víry mezi Poláky pomohl i převážně agrární charakter většiny polské společnosti, který brzdil vliv modernizačních a sekularizačních vlivů.

Další upevnění postavení římskokatolické církve přinesla paradoxně druhá světová válka. Po útoku německých nacistů na území Polska v září 1939 se církev ocitla v roli bojovníka proti okupantům. „Mnoho kněží bylo aktivních v hnutí odporu a řada z nich za to

---

<sup>150</sup> KOPEČEK L., CICHOSZ M. (2007) Církevní fond v Polsku a jeho kontroverzní historie a současnost. *Středoevropské politické studie*, roč. 9, č. 2-3, s. 2.

zaplatila životem. Za druhé světové války zahynulo 18 % katolických kněží (včetně šesti biskupů).<sup>151</sup>

### 7. 1. 2 Vývoj vztahu státu a církve v éře komunismu

Vstup katolické církve do éry komunismu poznamenala ještě jedna skutečnost. Během války totiž Polsko ztratilo všechny své početné nekatolické menšiny. V důsledku holokaustu v zemi téměř vymizeli Židé. Kvůli poválečnému vysídlení Němců z pohraničí ze země zmizela značná část protestantů a kvůli odsunu Ukrajinců se zase významně oslabil vliv pravoslaví. Polsko se stalo zemí téměř bez národnostních menšin a s minimálním počtem nekatolíků. Historický vývoj tak přispěl ke stereotypu Polák-katolík a měl za následek, že se od konce druhé světové války stabilně k římskokatolické církvi hlásilo více než 90 procent obyvatel Polska.

Po konci druhé světové války se moci v zemi ujali komunisté. Jejich ideologickým cílem bylo vytvoření sekulárního státu, v němž se náboženství postupně dostává na okraj společnosti a nakonec zmizí jako přežitek minulosti úplně. Těsně po válce si komunistická moc uvědomovala výjimečné postavení katolické církve. I když vláda v září 1945 zrušila konkordát z roku 1925, tak se snažila o dobré vztahy s církví. „Moc nezasahovala do bohoslužeb, komunističtí hodnostáři navštěvovali veřejné bohoslužby, mnoho církevních objektů bylo opraveno za asistence státu a během procesí dokonce asistovala armáda.“<sup>152</sup> Z dobrého vztahu s komunistickou mocí církev profitovala a v tomto období například začaly vycházet dvě významná katolická periodika: *Tygodnik Powszechny* a *Znak*.

Od konce 40. let režim přechází do otevřené agresivní ofenzívy vůči církvi. Katolická média byla cenzurována a většina majetku znárodněna. V dubnu 1950 tak mnohé překvapila dohoda mezi církví a vládou, která církvi zaručuje určité svobody výměnou za to, že bude respektovat komunistickou moc. Na neochotu církve podřídit se státní moci reaguje vláda dekretem, díky němuž může rozhodovat o obsazení všech církevních postů ve státě. Následuje zákaz výuky náboženství na školách a zatýkání „neposlušných“ kněží.

Polská ústava z roku 1952 zaručuje oddělení státu a církve. V praxi ale tento bod základního zákona nikdy nebyl naplňován a vláda se soustavně snažila přivést církevní strukturu pod svoji kontrolu. „Tlak na církev vyvrcholil v září 1953, kdy režim uvěznil hlavu

---

<sup>151</sup> KOPEČEK L., CICHOSZ M. (2007) Církevní fond v Polsku a jeho kontroverzní historie a současnost. *Středoevropské politické studie*, roč. 9, č. 2-3, s. 2.

<sup>152</sup> EBERTS W. M. (1998). The Roman Catholic Church a Democracy in Poland. *Europe-Asia studies*, Vol. 50, No. 5, s. 819.

polských katolíků kardinála Stefana Wyszyńskiego a do konce roku se ve vězení ocitlo dalších devět biskupů a 900 kněží.<sup>153</sup>

V roce 1956, kdy byla v zemi po odhalení Stalinova kultu situace nestabilní a v Poznani vypuklo dělnické povstání, potřeboval režim pomoc církve s řešením nestabilní situace. Církev oplátkou za některé ústupky se spoluprací souhlasila. Jedním z hlavních požadavků církevních hodnostářů bylo propuštění kardinála Wyszyńskiego. Po propuštění okamžitě promluvil k národu a řekl, že rodná země nyní potřebuje klid, opatrnost a mnoho modliteb. Na oplátku vláda podepsala v prosinci 1956 novou dohodu. Na základě ní si například církve mohla opět rozhodovat o obsazování funkcí a do škol se opět vrátila výuka náboženství. „Vedení strany bylo dokonce ochotné tolerovat zvolení několika katolických intelektuálů do poslaneckých funkcí. Tato katolická poslanecká skupina na půdě parlamentu neformálně artikulovala názory blízké katolické církvi.“<sup>154</sup>

Brzy ale režim vůči církvi opět přitvrdil. Například znovu obnovil zákaz výuky náboženství ve školách. Tento vztah církve a vlády se proplétal celým obdobím komunismu. Pokud režim potřeboval pomoci s krizí ve státě, tak nabídl církvi ústupky. Představitelé církve naopak vyzvali Poláky ke klidu. To se opakovalo při dělnických nepokojích v sedmdesátých letech a pak i při působení opozičního hnutí Solidarita v letech osmdesátých.

Na konci sedmdesátých a začátku osmdesátých let se stával vztah církve a státu ještě pragmatičtější. Režim v tomto období ztrácel legitimitu, zatímco církve neustále zvyšovala svůj vliv ve společnosti. Výrazným impulsem se stal rok 1978, kdy se Polák Karol Wojtyła stal papežem. Vlna náboženského zapálení přinutila polské komunisty, aby umožnili jeho návštěvu v zemi. „Jeho cesta do Polska v roce 1979 je v historiografii brána jako významný impuls, který změnil atmosféru v zemi, a výrazně duchovně ovlivnil zformování opoziční Solidarity, jež vznikla několik měsíců po jeho návštěvě.“<sup>155</sup>

Církev v tomto období zvyšovala svoji roli ve společnosti i tím, že se stala útočištěm různých opozičních proudů a zázemím pro disidenty. Během rušného období odborového hnutí Solidarita se katolíci i nekatolíci intelektuálové scházeli v kostelích po celé zemi. Lech Walesa také často používal k dosažení svých cílů katolické symboly, modlitby během stávek byly naprosto běžné a zmínka o církvi se dostala i do programu hnutí Solidarita z roku 1981. V článku 1 se píše: „Odborové hnutí Solidarita je nositelem... etických principů křesťanství a

---

<sup>153</sup> EBERTS W. M. (1998). The Roman Catholic Church a Democracy in Poland. *Europe-Asia studies*, Vol. 50, No. 5. s. 819.

<sup>154</sup> KOPEČEK L., CICHOSZ M. (2007) Církevní fond v Polsku a jeho kontroverzní historie a současnost. *Středoevropské politické studie*, roč. 9, č. 2-3, s. 3.

<sup>155</sup> KOPEČEK L., CICHOSZ M. (2007) Církevní fond v Polsku a jeho kontroverzní historie a současnost. *Středoevropské politické studie*, roč. 9, č. 2-3, s. 3.

zvláště sociální nauky římsko-katolické církve.<sup>156</sup> V článku 13 se dále píše, že odborové hnutí Solidarita uznává římsko-katolickou církev jako „nejvyšší morální autoritu“. Díky tomu se církev opět stala symbolem svobody a jedinou legitimní autoritou v zemi.

Díky rostoucí závislosti vlády na církvi se také představitelé církve stále více stávali politickými vůdci. „Na začátku 80. let katolická církev svou veřejnou autoritou zaštitila jednání mezi Solidaritou a komunistickým režimem a aktivně se na nich podílela v roli mediátora. Roli prostředníka pak hrála také v přechodu Polska k demokracii na konci 80. let 20. století.“<sup>157</sup> Církev ale stále více využívala i komunistická moc, která prostřednictvím jí chtěla mít vliv na dění v Solidaritě. Na oplátku dostávali duchovní stále větší vliv. Ten se projevil i v tom, že v osmdesátých letech církev expandovala, získávala hmotný majetek i příznivce. V roce 1984 tak mohla církev směle prohlásit, že počet kaplí a kostelů, stejně jako počet kněží se během komunistického režimu zdvojnásobil.

Rostoucí tlak církve na komunistickou moc vyvrcholil 17. května 1989. Tehdy se výrazně proměnil právní vztah mezi státem a církví. Sejmem byly schváleny tři zásadní právní úpravy, které se také někdy označují jako květnové zákony. Jednalo se o zákon o garancích svobody svědomí a vyznání, zákon o vztazích mezi státem a katolickou církví a zákon o sociálním zabezpečení duchovních. Tyto normy dodnes stanovují základy postavení církvi v zemi a vztahů mezi církvemi a státem. První zákon se týká všech církvi. Symbolicky uznává zásluhy církvi o polský stát a zaručuje navrácení církevního majetku zabaveného po druhé světové válce. Dává občanům garance svobody svědomí a vyznání a zajišťuje rovnoprávnost všech forem vyznání. Odděluje církev od státu a zajišťuje jim plnou svobodu působení, včetně různých daňových privilegií.

Druhý zákon upravuje pouze vztahy mezi státem a církví katolickou. „Tento zákon stanoví právní a majetkové postavení katolické církve. (umožňuje církvi nabývat movitý i nemovitý majetek a disponovat s ním), určuje právní osoby, které církev zastupují, zaručuje právo vykonávat náboženské obřady a stanoví způsob výuky náboženství (od roku 1992 ve státních školách).“<sup>158</sup> Církev má podle tohoto zákona právo provozovat vydavatelskou činnost a vysílat přenosy mší v masmédiích, může také provozovat vlastní rozhlasové a televizní vysílání.

---

<sup>156</sup> VELIKONJA M. (2003). Slovenian and Polish Religio-National Mythologies: A Comparative Analysis. *Religion, State and Society*, Vol. 31, No. 3. s. 238

<sup>157</sup> KOPEČEK L., CICHOSZ M. (2007) Církevní fond v Polsku a jeho kontroverzní historie a současnost. *Středoevropské politické studie*, roč. 9, č. 2-3, s. 3.

<sup>158</sup> Kubát M. (2005). *Demokracie v Polsku*. Praha: Slon, s. 144.

Přechodem k demokracii skončilo období, které definovalo církve na dlouhá léta dopředu. V období komunismu totiž hrála velmi významnou roli na třech úrovních. „Na individuální úrovni nabízela ochranu před odcizením. Na úrovni polské společnosti sloužila jako forma odporu proti totalitní komunistické vládě a na úrovni polského národa hrála církve roli spojence proti sovětizaci.“<sup>159</sup> Proto církve v té době oslovovala nejen praktikující katolíky, ale také intelektuály a aktivisty, kteří s ní neměli nic společného.

Chování církve v postkomunistickém období objasňuje i další fenomén, který ovládal polskou veřejnou scénu především v osmdesátých letech. Církve i protikomunističtí aktivisté se totiž snažili vytvořit obraz jednoty a polarizace společnosti, který by se dal shrnout do vyjádření „my“ proti „nim“. V případě polské církve to znamenalo římsko-katolický národ proti ateistickému státu komunistů. V tomto polarizovaném vidění společnosti zbývalo málo nebo vůbec žádné místo pro další názory, například vyjádření etnických nebo náboženských menšin.

Na závěr lze říci, že období komunismu pomohlo růstu autority katolické církve. Do demokratického období vcházela nejen jako největší morální autorita v zemi, ale také jako nejvlivnější instituce v Polsku. V přechodovém období se tak stala dominantní silou a přímo i nepřímo se zapojovala do politického života země.

### **7. 1. 3 Vztah státu a církve po roce 1989**

Privilegovaná pozice polské katolické církve, se kterou vkročila do demokratického uspořádání, s sebou ale přinesla i dilema, které v literatuře bývá označováno jak polský paradox. „Na jedné straně hrála církve důležitou roli v demokratizačním procesu a na druhé straně se chovala jako nedemokratická síla, aby si v Polsku udržela dominantní vliv prostřednictvím přímých a nepřímých zásahů do politiky.“<sup>160</sup> Církve jako kdyby se neuměla vyrovnat s přicházejícím vlivem dalších názorových proudů, které přineslo otevření hranic. Jako kdyby najednou neuměla odpovědět na zvyšující se počet vyznavačů menšinových náboženství (Svědci Jehovovi, Buddhisté atd.) Zvolila proto opoziční taktiku jako kdyby stále žila v uspořádání my versus oni (tedy církve proti komunistům). To se projevovalo tím, že své cíle často prosazovala kontroverzními způsoby.

---

<sup>159</sup> GILAREK, K. (1999). Coping with the Challenges of Modernity. The Church of England in Great Britain and the Catholic Church in Poland. In BOROWNIK, J. (eds.). *Church-State Relations in Central and Eastern Europe*, Krakow: Nomos, s. 191.

<sup>160</sup> VELIKONJA M. (2003). Slovenian and Polish Religio-National Mythologies: A Comparative Analysis. *Religion, State and Society*, Vol. 31, No. 3. s. 244.

Podle Tadeusze Doktora si mohla církev vybrat, jestli chce „vstoupit do pluralistické soutěže s ostatními náboženstvími nebo se odmítne přizpůsobit a obklopí se sociálně-náboženskými strukturami, které vytvoří a bude udržovat, a bude dál dělat, že se nic nestalo.“<sup>161</sup> Církev si vybrala druhou možnost.

Církev tedy zůstala u opoziční taktiky a tu uplatňovala i v politickém životě. Mezi jejími prvními politickými cíli se rázem ocitla úprava potratového zákona a výuka náboženství ve školách. Kontroverze vzbudilo i angažmá církve ve volebních kampaních, kdy podporovala určité kandidáty nebo koalice. Církev se také snažila ovlivňovat polskou mediální scénu.

## 7. 2 Církev a její vliv na politiku

Z hlediska této diplomové práce je důležitá role církví ve volebních kampaních a její vstup do zásadních politických debat země. Církev jasně prezentovala své názory už během prvních polosvobodných voleb v červnu 1989. „Lidé, kteří navštěvovali kostely, dostávali instrukce, koho volit a proč. Kněží se vlastně stávali mluvčími jednotlivých kandidátů.“<sup>162</sup> V těchto volbách církev podporovala výhradně kandidáty Solidarity. Zasahování církve do prvních polosvobodných voleb společnost přijala. „Volby byly považovány za referendum o totalitním režimu. Účast církve pak byla hodnocena spíše v morálních než politických kategoriích.“<sup>163</sup>

### 7. 2. 1 Prezidentské volby 1990

V prezidentských volbách v roce 1990, kdy proti sobě kandidoval Lech Walesa a Tadeusz Mazowiecki, zůstala církev oficiálně neutrální a nedoporučila věřícím volit ani jednoho z kandidátů. Mazowiecki ale v těchto volbách reprezentoval liberálnější verzi katolicismu než Walesa, a tak kněží individuálně podporovali a doporučovali Walesu.

---

<sup>161</sup> DOKTOR T. (1999) State Church and New Religious Movements in Poland. In BOROWNIK, J. (eds.). *Church-State Relations in Central and Eastern Europe*, Krakow: Nomos, s. 178.

<sup>162</sup> EBERTS W. M. (1998). The Roman Catholic Church a Democracy in Poland. *Europe-Asia studies*, Vol. 50, No. 5. s. 826.

<sup>163</sup> EBERTS W. M. (1998). The Roman Catholic Church a Democracy in Poland. *Europe-Asia studies*, Vol. 50, No. 5. s. 826.

## 7. 2. 2 Parlamentní volby 1991

Angažovanost církve významně vzrostla v parlamentních volbách v roce 1991. Už před volbami dávali kněží pravicovým uskupením morální podporu a církev podporovala strany a koalice, které reprezentovaly její hodnoty a zájmy. I přesto ale episkopát vydal před volbami oficiální prohlášení, ve kterém deklaruje politickou neutralitu církve. Už ze samotného prohlášení bylo patrné, že biskupové podporují kandidáty, kteří sdílejí křesťanské hodnoty.

V realitě se ale o neutralitě nedá hovořit vůbec. Hlavním tématem předvolební kampaně se staly potraty, tedy stěžejní téma pro katolickou církev a biskupové vyzvali voliče, aby kandidáty hodnotili podle postoje k této otázce. Pár dní před volbami vydal episkopát komuniké, ve kterém říká, že jen ta politická uskupení, která chtějí chránit život, právo na rodinu a respektují polskou katolickou tradici, mohou získat přízeň věřících. „Přílohou prohlášení byl neoficiální a nepodepsaný list politických stran, které mají podporu církve. Kopie dokumentu pak byly rozeslány do celého Polska a místní kněží ho pak používali jako oficiální návod pro věřící, jak by měli volit.<sup>164</sup> Jsou známy případy, kdy dokonce i v den voleb během nedělních bohoslužeb kněží orodovali za určitá uskupení. To je v rozporu s polským volebním zákonem.

Po masivní volební kampani musely být výsledky pro katolickou církev nepřijemným překvapením. Z hojně podporované Volební katolické akce se do extrémně fragmentovaného Sejmu dostalo jen 49 kandidátů. Naproti tomu Demokratická unie, která čelila útokům církve (bylo v ní mnoho katolíků, kteří nerespektovali doporučení vedení církve), získala v Sejmu 62 křesel. Výsledkem politické angažovanosti církve ve volbách bylo oslabení její morální autority. „Průzkum veřejného mínění agentury CBOS z listopadu 1992 ukázal, že si většina Poláků, 81,3 % respondentů, nepřeje přímé zapojení církve do politického života.“<sup>165</sup>

## 7. 2. 3 Parlamentní volby 1993

Po debaklu v roce 1991 byla církev ve volbách v roce 1993 opatrnější. Opět vydala prohlášení, v němž deklarovala, že se neztotožňuje s žádnou politickou stranou. Navíc prohlásila, že se biskupové a kněží nebudou účastnit politických debat a volební kampaně.

---

<sup>164</sup> EBERTS W. M. (1998). The Roman Catholic Church a Democracy in Poland. *Europe-Asia studies*, Vol. 50, No. 5. s. 827.

<sup>165</sup> EBERTS W. M. (1998). The Roman Catholic Church a Democracy in Poland. *Europe-Asia studies*, Vol. 50, No. 5. s. 828.

Církev ale naznačila, že by lidé neměli volit strany, které nepodporují křesťanskou morálku. V reakci na možnost zvolení postkomunistů nepřímo naznačili, že by lidé neměli zapomenout na bolestnou zkušenost z nedávné minulosti. Upozornění episkopátu opět nepřineslo kýžený výsledek a ve volbách vyhráli postkomunisté. Volby tak byly interpretovány jako morální a politická prohra církve samotné. Biskupové sami nebrali výsledek voleb jako neúspěch, protože církev oficiálně nepodporovala žádné kandidáty. Z církevních kruhů se ale hlasitě ozývalo, že za neúspěch procírkevních stran mohou právě biskupové, kteří se nepostavili za kandidáty chránící zájmy katolíků.

#### 7. 2. 4 Prezidentské volby 1995

Během prezidentských voleb v roce 1995 se často v souvislosti s podporou církve skloňovala tři jména - Lech Walesa, Hanna Gronkiewicz-Waltzová nebo Jan Olszewski. Oficiálně církev opět žádného z kandidátů nedoporučovala. „Episkopát nabádal věřící, aby na prezidentský post nevolili nikoho, kdo se v období totalitního režimu podílel na vládnutí na nejvyšší úrovni.“<sup>166</sup> Prohlášení bylo jasně namířené proti bývalému vedoucímu činiteli polských komunistů Kwasniewskému, jehož vítězství se církev obávala. V druhém prohlášení církev přiosťřila a i když nezmínila žádné jméno, tak vyzvala proti zvolení Kwasniewského.

Zatímco církev byla opatrná, jednotliví kněží nestrannost hájili méně důsledně a věřícím doporučovali konkrétní kandidáty. Na nástěnkách farností se očitly volební letáky „vhodných“ kandidátů a jméno toho správného kandidáta si odnášeli děti i z hodin výuky náboženství. Agitace ještě zesílila před druhým kolem voleb, kde už proti sobě stáli jen Kwasniewski s Walesou. „Jednotliví biskupové a kněží otevřeně podporovali Walesu a polský primát nabádal duchovní, aby se na mších modlili za zvolení prezidenta Walesy.“<sup>167</sup>

Snaha církve i v tomto případě vyšla na prázdno. Kwasniewski získal ve volbách 51,72 % a Walesa 48,28 %. Podobně jako vítězství postkomunistů ve volbách v roce 1993 bylo i toto vítězství viděno jako morální a politický debakl pro polskou katolickou církev. I když církev tvrdila, že nemá svého favorita, tak to Poláci viděli jinak. „Podle průzkumu CBOS v září 1995 si dvě třetiny respondentů myslely, že církev prosazovala Lecha

---

<sup>166</sup> EBERTS W. M. (1998). The Roman Catholic Church a Democracy in Poland. *Europe-Asia studies*, Vol. 50, No. 5. s. 828-829.

<sup>167</sup> EBERTS W. M. (1998). The Roman Catholic Church a Democracy in Poland. *Europe-Asia studies*, Vol. 50, No. 5. s. 829.



Walesu.<sup>168</sup> Vítězství Kwasniewského bylo také vykládáno jako výraz oslabující autority církve a odporu lidí k přímé účasti církve v politice. „V roce 1996 podle průzkumu agentury CBOS 85,8 % respondentů uvedlo, že jsou proti přímé účasti církve v politickém životě.“<sup>169</sup>

### **7. 2. 5 Parlamentní volby 1997**

Po předchozích zkušenostech zaujala církev před parlamentními volbami v roce 1997 daleko opatrnější stanovisko. Episkopát pouze vyzval Poláky, ať se parlamentních voleb zúčastní, ale nevyjádřil se pro žádnou politickou sílu v zemi. Biskupové netajili, že se jim nelíbí politika postkomunistické SLD, ale nespécifikovali, jaké strany by si v parlamentu přáli. Tento přístup se vyplatil a církvi nakloněná AWS vyhrála volby se ziskem 33,83 % hlasů a získala 201 křesel v Sejmu. Postkomunistická SLD sice získala více hlasů (27,13 %) než v roce 1993, ale zajistila si jen 164 míst v Sejmu. AWS nakonec šla do koalice s Uníí svobody, která vždy nereprezentovala názory církve, ale duchovní byli s výsledkem voleb spokojeni. „Biskup Pieronek vyjádřil přesvědčení, že politici AWS budou pomáhat chránit zájmy církve v novém Sejmu.“<sup>170</sup>

### **7. 2. 6 Parlamentní volby 2001**

V následujících volbách v roce 2001 se k moci v Polsku opět dostala levice, a tak byl vliv církve na politiku do jisté míry omezený. Na druhou stranu krátce před volbami vznikla strana Liga polských rodin, která měla k církvi velmi blízko. Zpočátku zastávala nová strana extrémní názory a kromě konzervatismu ji charakterizoval i populismus nebo nacionalismus. Její čas ale měl teprve přijít.

### **7. 2. 7 Parlamentní volby 2005**

V roce 2005 vyhrává volby strana Právo a spravedlnost bratrů Kaczyńských, a to i díky silné podpoře katolických médií z impéria Tadeusze Rydzka. Složitě povolební vyjednávání nakonec vyvrcholilo menšinovou vládou s podporou Ligy polských rodin a

---

<sup>168</sup> EBERTS W. M. (1998). The Roman Catholic Church a Democracy in Poland. *Europe-Asia studies*, Vol. 50, No. 5. s. 830.

<sup>169</sup> EBERTS W. M. (1998). The Roman Catholic Church a Democracy in Poland. *Europe-Asia studies*, Vol. 50, No. 5. s. 830.

<sup>170</sup> EBERTS W. M. (1998). The Roman Catholic Church a Democracy in Poland. *Europe-Asia studies*, Vol. 50, No. 5. s. 830.

Sebeobraný. Po půl roce obě tyto extrémistické strany vstoupily do vlády. Právo a spravedlnost do té doby vlažná k extrémně konzervativním kruhům k církvi si uvědomovala mocnou podporu uskupení kolem Rádía Maryja a začala prosazovat silně konzervativní politiku s důrazem na klasičtější rodinu a boj proti homosexuálům.

Změna ve vztahu ke katolické církvi se nevyhnula ani koaličním partnerům. Liga polských rodin díky získání postu ministra školství v Kaczynského vládě zatvrzele prosazovala své radikální návrhy, které proměnila ve snahu o konzervativní reformy ve školství. Zpočátku tehdejší předseda strany a zároveň ministr školství začal prosazovat opatření, která se konzervativním kruhům v polské katolické církvi nemohla nelíbit. „Giertych tak například rozhodl, že polští školáci nesmějí povinně číst Goetheho, Kafku či Dostojevského, protože škodí mravnímu vývoji mládeže. Vyškrtnut tak byl například i polský autor, jež byl homosexuál. Zavedl také seznam, který doporučoval číst zejména díla vztahující se k polské historii, například Sienkiewiczze a díla popisující život Jana Pavla II. Giertych také zakázal na školách propagovat homosexualitu a učitelům, jež by to udělali, hrozilo až propuštění.<sup>171</sup> LPR krajně konzervativními návrhy nešetřila a z její dílny pocházel i návrh na úplné zrušení potratů. Podle něj nesměly umělé přerušování těhotenství absolvovat ani znásilněné nebo těžce nemocné ženy. V tomto období měly názory polské katolické církve ve vládě silné zastoupení.

### **7. 2. 8 Situace v církvi po parlamentních volbách v roce 2007**

Polská společnost katolickou církev stále vidí jako morální autoritu. Tento vztah ale dostal velkou ránu na začátku roku 2007. Novým arcibiskupem ve Varšavě měl být jmenován Stanislaw Wielgus. Tisk ale odhalil jeho vědomou spolupráci s komunistickou Státní bezpečností. Wielgus zpočátku spolupráci popíral. Nakonec sám požádal Vatikán, aby přijal jeho rezignaci na arcibiskupský post a papež tak učinil. Ne příliš šťastné období pro katolickou církev vyvrcholilo po předčasných volbách v roce 2007. Volby vyhrála Občanská platforma Donalda Tuska a bratrům Kaczynským nepomohla ani podpora Rydzykových médií. Do Sejmu se nedostala ani církev nakloněná Liga polských rodin a její předseda Giertych krátce po volbách rezignoval.

Upadající vliv církve na současnou politiku dobře charakterizuje postoj vládní Občanské platformy. „Ta jakoby lavírovala někde mezi levicovým názorem o plné

---

<sup>171</sup> KLUSÁK M. (2009). Vliv náboženství na politiku v Polsku. *E-polis.cz*. 24. 2. 2009. <http://www.e-polis.cz/nezarazene-clanky/356-vliv-nabozenstvi-na-politiku-v-polsku.html> staženo 21. 9. 2009

sekularizaci státu a mezi názorem, že církev je pro Polsko důležitá. Nechce se příliš orientovat ani na jednu stranu, ale její voliči jsou zejména moderně smýšlející mladí lidé z měst a v případě střetu by se zřejmě musela přiklonit k levicovému názoru.<sup>172</sup>

Závěrem lze říci, že přestože je Polsko katolickou zemí, vliv katolické církve na politické chování je minimální. „Analýzy volebního chování ukazují, že polští voliči se v žádném případě neřídí doporučeními církve a volí na základě jiných faktorů.“<sup>173</sup> Jinými slovy Poláci katolické církvi důvěřují a přijímají i její společenskou roli, ale odmítají její politické ambice. Katolická církev přesto zřejmě zůstane aktivním hráčem, a to i na politickém poli. K oslabení religiozity polské společnosti totiž podle průzkumů nedochází.

Ve volebních výsledcích vzhledem ke katolické církvi sehrává roli i schopnost stran zapojit do demokratizačního procesu všechny věkové a sociální skupiny. V parlamentních volbách 2001 i prezidentských v roce 2005 totiž pravicové strany (které církev podporovala) získaly hlasy především od starých lidí, kteří se nepřizpůsobili novým společenským podmínkám po pádu komunismu, a také od mladých lidí s nižším vzděláním, kteří v nové společnosti nevidí příležitosti. „Jestli toto bude hrát roli i v dalších volbách bude záležet na socio-ekonomickém vývoji polské společnosti a jestli bude transformující společnost schopná zapojit do vývoje všechny Poláky.“<sup>174</sup>

### 7. 3 Polská debata o potratech

Jednou z nejdůležitějších otázek, na které se v Polsku střetává politická a církevní moc, je umělé přerušení těhotenství. Debata o něm spoludefinovala vztah státu a církve od pádu komunistického režimu a významně zasáhla do transformačního procesu. Až do roku 1932 bylo umělé přerušení těhotenství v Polsku zakázané bez výjimky. Ten rok ale Poláci schválili nový trestní zákoník, který potrat umožňuje ze zdravotních důvodů nebo když těhotenství souvisí s kriminálním činem. S výjimkou druhé světové války platil tento zákon až do roku 1956.

Sejm ten rok schválil měkčí verzi potratového zákona, kdy žena mohla o interrupci požádat i v případě, že měla „obtížné životní podmínky“. Interpretace tohoto pravidla

---

<sup>172</sup> KLUSÁK M. (2009). Vliv náboženství na politiku v Polsku. *E-polis.cz*. 24. 2. 2009. <http://www.e-polis.cz/nezarazene-clanky/356-vliv-nabozenstvi-na-politiku-v-polsku.html> staženo 21. 9. 2009

<sup>173</sup> Kubát M. (2005). *Demokracie v Polsku*. Praha: Slon, s. 144.

<sup>174</sup> ZAAL J. (2007) *Church-State Relation in Poland: The Changing Role of the Catholic Church in Poland since 1989*. Krakow: Uniwersytet Jagiellonski, s. 12 [http://www.euroculturemaster.org/pdf/groep9\\_2/Zaal.pdf](http://www.euroculturemaster.org/pdf/groep9_2/Zaal.pdf) staženo 21. 9. 2009

variovala od přísného výkladu v padesátých letech až po situaci v letech šedesátých a sedmdesátých, kdy se těhotenství přerušovalo v podstatě na požádání.

Se změnou režimu přišly i první snahy církve o změnu benevolentního zákona. První návrh podali poslanci spříznění s církví ještě před polosvobodnými volbami v roce 1989, volali po zákazu potratů bez výjimek. Debata o návrhu byla odložena a znovu se o potratech začalo hovořit až v srpnu 1990, kdy na příslušné legislativě začal pracovat Senát.

Mezitím už církev spustila „protipotratovou“ kampaň a sepsala i vlastní návrh zákona, který umělé přerušování těhotenství zakazoval bez výjimek. Polskem kolovala i petice proti "zabíjení nevinných dětí". Když se však v roce 1991 objevil návrh na konání referenda k této otázce, byla církev ostře proti a odůvodňovala to tím, že lidé nesmí posuzovat právo na život. Ve skutečnosti ale tušila, že by úplný zákaz potratů nemusel projít. Alespoň to ukazovaly veřejné průzkumy.

Po třech letech vzrušených debat sejm 7. ledna 1993 protipotratový zákon schválil. Místo úplného zákazu potratů ale určoval hned několik výjimek. Zákrok se tak může provést za třech okolností:

- 1) když je vážně ohrožené zdraví nebo život ženy**
- 2) když je vážně poškozený plod**
- 3) když těhotenství vzniklo po znásilnění nebo incestu**

Právní úprava také určuje až dvouletý trest pro toho, kdo by potrat provedl ilegálně, ale netrestá ženu, která by zákrok podstoupila.

Jeden z nejpřísnějších protipotratových zákonů v Evropě je liberálnější než církev požadovala, a tak se u ní setkal jen s vlažným přijetím. Polský kardinál Jozef Glemp poznamenal, že je to „krok správným směrem“ a episkopát se rozhodl už na přísnější normu netlačit. Částečně to také mohlo být kvůli výsledkům veřejného mínění. „Podle průzkumu CBOS z února 1993 58,2 % respondentů nesouhlasilo s názorem církve na potraty a jen 33,2 % ho podporovalo.“<sup>175</sup>

Od té doby proběhly v Polsku dva pokusy o zmírnění zákona. Ten první už v létě 1994. Levicová SLD a také Unie práce splnily své sliby z voleb v roce 1993 a už o rok později v Sejmu prosadily návrh, který umožňoval ženě přerušit těhotenství i v případě „obtížných životních podmínek nebo obtížné osobní situace“. Zákon ale vetoval prezident

---

<sup>175</sup> EBERTS W. M. (1998). The Roman Catholic Church a Democracy in Poland. *Europe-Asia studies*, Vol. 50, No. 5. s. 825.

Lech Walesa s tím, že ekonomické podmínky nemohou omluvit ukončení lidského života. Vadilo mu i to, že špatná osobní situace může být jen obtížně měřitelná.

O liberalizaci zákona se v srpnu 1996 opět pokusil Sejm. Tentokrát ale novela došla až na konec legislativního procesu a 20. listopadu 1996 ji podepsal prezident Aleksander Kwasniewski. Podle nového zákona ženy, které měly obtížné životní podmínky nebo prožívaly osobní problémy, mohly do 12. týdne těhotenství podstoupit potrat. K tomu ale musely mít písemný souhlas a projít poradnou. Víceméně šlo o to posílit prevenci potratů a neřešit až následek. I to ale narušuje koncept polské katolické církve, která považuje mateřství za hlavní úkol polské ženy.

V prosinci 1996 skupina senátorů dala zákon k posouzení ústavnímu soudu. Ten na konci května 1997 označil pět článků zákona za protiústavní včetně ustanovení o potratu na základě materiální nebo osobní nouze. Odůvodnil to tím, že v demokratickém státě je lidský život základní hodnotou a měl by být chráněn právem. V prosinci 1997 nově zvolený Sejm rozhodnutí soudu přijal a znovu byly zavedeny restrikce zákona z roku 1993.

V nekonečné polské debatě o potratech vykrystalizovaly i nápady na zpřísnění zákona. V roce 2005 přišla například Liga polských rodin i prezident Lech Kaczyński s návrhy, které by vedly k úplnému zákazu interrupcí. Poslanci však navrhovanou úpravu odmítli.

## **7. 4 Oficiální statut církve v Polsku**

Historický diskurz vztahu státu a církve jsme zakončili uzavřením takzvaných májových dohod, které určily status církví, respektive katolické církve v novém demokratickém státě. Ty s představiteli církve uzavřel ještě starý režim a definovaly mimo jiné oddělení státu a církve a potom některé finanční výhody pro církve. Postavení církve v nové demokracii určily ale ještě dva další dokumenty, a to konkordát a ústava.

Nový konkordát, který měl nahradit dohody mezi státem a církví z roku 1989, podepsala už vláda Suchocké v roce 1993. Na své schválení parlamentem si ale musel počkat dalších pět let. Stalo se tak až v lednu 1998. Vášnivé debaty provázely i přijetí polské ústavy. Ta byla schválena až v dubnu 1997 a o měsíc později ji v referendu přijali i občané. Oba dokumenty jsou stěžejní pro vzájemný vztah státu a církve, a proto jsou důležité i okolnosti jejich vzniku. Už to, že téměř deset let neexistovala žádná definice vztahu státu a církve, naznačuje, jak obtížné bylo zapojování církve do transformující se polské společnosti.

#### 7. 4. 1 Cesta ke konkordátu

S pádem komunistického režimu začala katolická církev tlačit na představitele státu, aby narovnali vztah státu a církve a znovu obnovili oficiální styky s Vatikánem. „Prvním významným krokem v této snaze bylo obnovení plných diplomatických styků mezi Svatým stolcem a Polskem 17. července 1989.“<sup>176</sup> Tlak církve na vládu se ale tímto krokem nezmenšil a katoličtí duchovní volali po rychlé úpravě vztahu státu a církve uvnitř státu. Rozhovory o novém konkordátu tak byly urychleny a konečný dokument byl rychle podepsán vládou Suchocké 28. července 1993. Konkordát se ale velice rychle stal předmětem politických tahanic v parlamentu a vyvolal vášnivé debaty, a to především kvůli tomu, že návrh neprošel předchozí politickou diskuzí. Za to byla kritizována Suchocká, ale i představitelé církve. „Církev zase jednou ignorovala potřebu informovat a přesvědčovat veřejnost o správnosti svých návrhů.“<sup>177</sup>

Pak tedy trvalo ještě čtyři roky než dokument schválil parlament a prezident Kwasniewski. Proti schválení dokumentu byla především postkomunistická SLD, která vedla vládnoucí koalici v letech 1993-1997. „V roce 1996 místopředseda strany Tadeusz Iwinski prohlásil, že SLD není proti konkordátu jako takovému, ale je proti této specifické verzi.“<sup>178</sup> Strana pak prohlašovala, že konkordát schválí, až bude schválena ústava. Nakonec se kvůli průtahům v parlamentu schválení nestihlo před zářím 1997, kdy se uskutečnily řádné parlamentní volby.

Ratifikace konkordátu se stala pro novou vládu AWS-UW prioritou. Ostatně lídr AWS Marian Krzaklewski byl příznivcem církve a dohodu podporoval. „Polsko potřebuje konkordát a průzkumy veřejného mínění ukazují, že většina Poláků dohodu podporuje. Není důvod tuto otázku prodlužovat,“ prohlásil budoucí polský premiér.<sup>179</sup> Obě komory polského parlamentu konkordát schválily v lednu 1998 a krátce poté jej podepsal prezident Kwasniewski.

---

<sup>176</sup> EBERTS W. M. (1998). The Roman Catholic Church a Democracy in Poland. *Europe-Asia studies*, Vol. 50, No. 5. s. 832.

<sup>177</sup> EBERTS W. M. (1998). The Roman Catholic Church a Democracy in Poland. *Europe-Asia studies*, Vol. 50, No. 5. s. 832.

<sup>178</sup> EBERTS W. M. (1998). The Roman Catholic Church a Democracy in Poland. *Europe-Asia studies*, Vol. 50, No. 5. s. 832.

<sup>179</sup> EBERTS W. M. (1998). The Roman Catholic Church a Democracy in Poland. *Europe-Asia studies*, Vol. 50, No. 5. s. 832.

#### 7. 4. 1. 1 Hlavní body konkordátu

Dohoda definitivně upravila vztah státu a církve v Polsku. První článek konkordátu říká, že stát a katolická církev jsou nezávislé a autonomní jednotky, ale nezmiňuje slovo oddělené. „Tato opatrná definice naznačuje, že církev bude vždy mít v polské společnosti výsadní postavení.“<sup>180</sup>

Konkordát také obsahuje záruky, že veřejné školy budou zajišťovat náboženské vzdělání, které bude součástí povinných osnov. Zároveň ale učebnice používané v hodinách náboženství určuje církev bez konzultace s vládou. Církev navíc určuje i učitele, kteří vedou výuku náboženství. Ti se zodpovídají výhradně církvi a hodiny mohou vést je po dobu, kdy mají povolení od příslušného biskupa. Stát se také zavazuje, že bude dotovat církevní vzdělávací instituce a bude přispívat na údržbu uměleckých děl a budov vlastněných církví.

Tato a podobná další ustanovení posilují privilegované postavení církve v Polsku a porušují důsledné oddělení státu a církve. Někteří se dokonce domnívají, že dokonce porušuje existující polské zákony. „Konkordát nejen posiluje pozici katolické církve, ale také naznačuje vzrůstající vměšování křesťanských hodnot do měnícího se právního systému,“<sup>181</sup> Na druhou stranu by úloha konkordátu neměla být přeceňována, protože církev ve výsledku může působit „jen“ svou morální silou a skutečné mantinely jejího působení vymezí vůle státu.

#### 7. 4. 2 Debata o znění ústavy

Základní zákon státu určuje spolu s konkordátem postavení církve v polské společnosti. Poláci pracovali na své ústavě od roku 1989 a návrh, který parlament schválil 2. dubna 1997, byl výsledkem širokého kompromisu. Dokument se zmiňuje o Bohu a církvi, ale volí jen velmi opatrné formulace. Poláci základní zákon státu schválil 25. května 1997 v referendu, kam dorazilo skoro 43 % obyvatel země. Pro hlasovalo 52,71 % Poláků a 45,89 % jich bylo proti. Nová ústava pak začala platit 17. října 1997.

Církev se na vzniku ústavy aktivně podílela a duchovní od počátku věděli, co v ní chtějí číst a v tomto případě zdaleka nešlo jen o odkaz na národní tradici a křesťanské

---

<sup>180</sup> EBERTS W. M. (1998). The Roman Catholic Church a Democracy in Poland. *Europe-Asia studies*, Vol. 50, No. 5. s. 833.

<sup>181</sup> DANIEL K. (1995) The Church-State Situation in Poland After the Collapse of Communism. *Brigham Young University Law Review*, Vol. 1995, č. 2. s. 410. [http://www.religlaw.org/docs/religlaw\\_1254.pdf](http://www.religlaw.org/docs/religlaw_1254.pdf) staženo 20. 10. 2009

hodnoty. V únoru 1997 vydal episkopát prohlášení k připravované ústavě. „Biskupové zaprvé požadují odkaz k Bohu v preambuli ústavy. Zadruhé požadovali, aby ústava zaručovala ochranu života od početí až do smrti. Zatřetí duchovní požadovali, aby ústava nenechala žádné pochybnosti o tom, že manželství může být uzavřené pouze mezi mužem a ženou.“<sup>182</sup> Církev nepožadovala odkaz na křesťanské kořeny státu, více jí záleželo, aby respektovala křesťanské hodnoty jak je definuje církev.

Ústavodárci nakonec mnoho požadavků církve do základního zákona státu zapracovali, ale zvolili opatrné formulace. Preambule zmiňuje Boha jako zdroj pravdy, spravedlnosti, dobroty a krásy, ale také hovoří o nevěřících, kteří mohou tyto hodnoty získat jinde. „My, občané Polska – ti, kteří věří v Boha jako zdroj pravdy, spravedlnosti, dobroty i krásy i ti, kteří tuto víru nesdílejí a čerpají tyto hodnoty odjinud – máme rovná práva i povinnosti pro společné dobro Polska ... ustavujeme ústavu republiky...“<sup>183</sup> Formulace preambule tak uspokojí všechny obyvatele. Zmiňuje totiž ty, kteří věří v Boha, i ty, kteří víru nesdílejí. Zmiňuje se o křesťanských hodnotách i o hodnotách univerzálních. Hovoří také o zodpovědnosti k Bohu i ke svému vlastnímu svědomí.

Podle článku 25 ústavy je Polsko nábožensky a ideologicky neutrální stát a vztah státu a církve je založený na autonomii a nezávislosti. Podobně jako v konkordátu se nezmiňuje slovo oddělený. Článek 53 garantuje každému svobodu vyznání a povoluje náboženskou výuku ve školách s tím, že to nesmí ohrozit svobodu jeho vyznání. K praktikování nebo neproaktikování náboženství nesmí být podle ústavy nikdo nucen. Ústava také na žádost církve jasně říká, že manželství je spojení mezi mužem a ženou.

Církvi se ale do základního zákona nepodařilo prosadit ustanovení o ochraně lidského života od početí do smrti. Stojí v ní pouze, že Polsko garantuje každému právní ochranu života. To se církvi nelíbilo. Přesto se před hlasováním o dokumentu zaujala neutrální postoj a vyzvala polské obyvatele, aby přišli k referendu. Před referendem se i tak objevili v některých kostelech letáky, které vyzývaly věřící, aby ústavu odmítli. Církev odpovědnost za letáky odmítla. To samé učinily i strany AWS a ROP, které byly proti přijetí ústavy.

---

<sup>182</sup> EBERTS W. M. (1998). The Roman Catholic Church a Democracy in Poland. *Europe-Asia studies*, Vol. 50, No. 5. s. 834.

<sup>183</sup> BURDZIEJ S. (2005). Religion and Politics: Religious Values in the Polish Public Square since 1989. *Religion, State and Society*, Vol. 33, No. 2. s. 172.



## 7. 5 Postavení církve v demokratickém Polsku

Polská katolická církev v historii vždy hrála významnou roli v politice i ve společnosti, a tak by asi nikoho nemělo překvapit, že si ji chtěla udržet i po pádu komunismu. Hlavním problémem v postkomunistickém období se ale stalo, že se církev pokusila implementovat svůj vlastní systém hodnot na celou polskou společnost. Výsledkem tlaku na vládu byly například změny v oblasti výuky náboženství. Na některé otázky ale mají obyčejní Poláci s církví rozdílný pohled. Zdaleka ne jednoznačnou podporu má církev v otázce rozvodů, potratů, kontroly porodnosti nebo předmanželského sexu. Občas to tak budí dojem, že co církev nebyla schopná prosadit změnou veřejného mínění, to prosadila silou skrze zákony.

I přes svoji vedoucí roli v boji proti komunistickému režimu nebyli duchovní připraveni na politickou a sociální realitu demokratického systému. Církví především na začátku devadesátých let trvalo než pochopila, že v demokratické diskuzi není potřeba, aby byla oficiální opozicí a hrála roli zprostředkovatele jako tomu bylo v osmdesátých letech.

### 7. 5. 1 Obtížný přechod církve k demokracii

Polská katolická církev se dostala do situace, které v postmoderním světě čelí všechny světové církve. Ve společnosti už totiž není poptávka po jejich symbolickém morálním monopolu a více lidí vnímá alternativní náhledy na svět, ze kterých si mohou vybrat při různých situacích a v různých obdobích života.

Případ polských katolíků ukázal, že církev jen obtížně funguje v sociálním systému, kterému dominuje svoboda a skepse ke komukoli, kdo hlásá svojí absolutní pravdu. „Uzavřena ve svém starém polarizovaném vidění světa se snažila spojit ateismus s komunismem a liberalismem. Jako za komunismu ti kteří nejsou s námi, jsou proti nám, a ti, kteří jsou proti nám, jsou nepřátelé. Tyto metody fungovaly v období komunistického režimu, ale neslučují se s požadavky otevřené společnosti.“<sup>184</sup> Problémem církve po pádu komunistického režimu bylo, že se svoji autoritu stále snažila prosadit starým jazykem. A tak namísto soutěže volila střet.

Mnoho představitelů církve, a to i na nejvyšších místech například otevřeně argumentovalo proti přechodu země k tržní ekonomice. To ale často nemělo vznešené

---

<sup>184</sup> MACH Z. (2000). *The Roman catholic church in Poland and the dynamics of social identity in polish society*. Krakow: Jagiellonian University. s. 9 <http://www.ces.uj.edu.pl/mach/church.doc> staženo 22. 10. 2009

ideologické důvody. Věřícím se prostě otevřely nové možnosti konzumní společnosti a začali více utrácet za věci denní spotřeby a méně přispívali církvi. To v duchovních vyvolalo pocit, že ztrácejí kontrolu nad společností.

Na druhou stranu uměla církev výhody nového tržního systému skvěle využít. Už za komunismu byla církev vlastníkem mnoha nemovitostí, ale stejně jako ostatní soukromí vlastníci nesměla mít z vlastnictví žádné finanční výhody. Po roce 1989 se ale situace změnila a církev jako vlastník začala účtovat vysoké nájemy za byty i komerční prostory, které pronajímá. Kromě rekonstrukcí starých budov se také staví nové a církev tak obnovuje svoji symbolickou přítomnost na veřejných místech. Stát zároveň církvi zaručuje daňové úlevy ve finančních aktivitách. Poláci ekonomické aktivity církve často kritizují, domnívají se totiž, že by církev měla zůstat chudá a orientovat se na charitu.

Podobně dvousečný vztah jako k tržnímu hospodářství má církev také k některým základním nástrojům demokracie. „V otázce umělého přerušení těhotenství církev striktně odmítala referendum o tomto tématu, ale když rozhodnutí proti úplnému zákazu umělého přerušení těhotenství schválil Sejm, neměla s tím problém.“<sup>185</sup> Pravdou ale zůstává, že právní úprava potratů je jedna z nejpřísnějších v Evropě.

## **7. 5. 2 Církev v souboji s alternativním viděním světa**

Podle církve by tedy stát měl mít demokratickou formu, ale křesťanský obsah. Demokracie je ale založená na pluralismu a vývoj nelze dopředu předpovídat. Církev brzy pochopila, že demokratický systém úplně nevyhovuje jejím záměrům a začala proti němu svým způsobem bojovat. „Výsledkem bylo, že v církevních kruzích vzrostl antagonismus vůči demokracii a tendence bojovat proti principům přirozeného práva.“<sup>186</sup>

Kořeny této nenávisti leží už někde v období komunismu, kdy si církev užívala své pozice jediného alternativního názoru ke komunistické ideologii. Ve skutečnosti neměli tehdy duchovní ve společnosti žádnou formální moc. Jejich síla ale spočívala v neformálním vlivu na Poláky. Po roce 1989 začala církev uplatňovat i svoji formální moc v politice, a to vedlo ke ztrátě formální moci, která byla zdrojem její popularity. Přesvědčená o svém vlivu na společnost obrátila církev svoji pozornost od politiky k morálce a rodinnému životu. Myslela

---

<sup>185</sup> EBERTS W. M. (1998). The Roman Catholic Church a Democracy in Poland. *Europe-Asia studies*, Vol. 50, No. 5. s. 836.

<sup>186</sup> EBERTS W. M. (1998). The Roman Catholic Church a Democracy in Poland. *Europe-Asia studies*, Vol. 50, No. 5. s. 836.

si, že tím ještě zachrání svoji morální autoritu. Výsledkem ale je, že autorita klesá i v této oblasti.

Nepřátelství církve k moderní, pluralitní a liberální koncepci státu má hluboké filozofické i věroučné kořeny. Lze jí ale vysvětlit i tím, že část, ne-li většina duchovních, snila o meziválečném typu demokracie. Návrat k tomuto období by z hlediska církve znamenal návrat k nacionalistickému a netolerantnímu katolicismu, kde bude dominovat identifikace Polák-katolík a církev bude ve společnosti zastávat vedoucí úlohu.

Episkopát oficiálně odmítl meziválečné vidění církve, ale někteří duchovní to ignorovali a jejich proslovy byly i nadále plné nacionalismu a nenávisti. K příkladu nenávistných kněží patří otec Henryk Jankowski. V roce 1996 se polský premiér omluvil za pogrom na židy v Kielce v roce 1946. „Jankowski poznamenal, že omluva Židům je políček do tváře polského národa.“<sup>187</sup> Podobné výpady katolicismu a intolerance nebyly výjimečné a naznačily, kudy by se církev ubírala v případě následování meziválečného modelu.

Polská církev ale není monolit a uvnitř ní existují různé proudy. Ten liberální v době po schválení ústavy představoval například otec Jozef Tischner. Duchovní rezignoval na budování katolického státu a vyzýval církev, ať přijme novou polskou demokracii i když její obsah není natolik křesťanský, jak by si církev přála. Tento liberální duchovní se také obával toho, aby církev nezastávala dřívější roli komunistů. Sám tehdy uvedl příklad toho, jak nebezpečné je pro církev, když má přednostní přístup do politiky podobně jako kdysi stranické sekretariáty. „Před nějakým časem sesadili noví zástupci Solidarity v mém regionu ředitele nemocnice. Ten muž za mnou přišel a ptal se mě, jestli bych se za něj mohl přimluvit. Zeptal se mě úplně stejným stejným tónem jako když lidé chodili na stranické sekretariáty komunistů. Takových příkladů je hodně,“ řekl duchovní.<sup>188</sup>

### 7. 5. 3 Vývoj vztahu státu a církve v budoucnu

Ve vztahu státu a církve mohou v budoucnu v Polsku nastat tři scénáře. Poláci se mohou vydat stejnou cestou jako Spojené státy a striktně dodržovat oddělení státu a církve. To s sebou nutně nemusí nést umenšení vlivu církve na společnost a politiku. I přes odluku státu a církve má jen v málokteré zemi církev tak velký vliv na politiku jako právě v USA. Naopak odluka může církvi prospět, protože lidé nevnímají náboženství jako vynucovanou

---

<sup>187</sup> EBERTS W. M. (1998). The Roman Catholic Church a Democracy in Poland. *Europe-Asia studies*, Vol. 50, No. 5. s. 837.

<sup>188</sup> EBERTS W. M. (1998). The Roman Catholic Church a Democracy in Poland. *Europe-Asia studies*, Vol. 50, No. 5. s. 837.

věc a navíc svůj odpor ke státu nepřenáší na církevní kruhy. Tento vývoj by však s sebou nesl privatizaci části církevního majetku. To by se jistě neobešlo bez sporů s konzervativními kruhy uvnitř církve.

Mohl by ale nastat i opačný model, kdy se z Polska stane náboženský stát s dominantní rolí církve ve společnosti. Existuje i střední cesta, kterou se vydalo například Španělsko. Jde o takzvané přátelské soužití církve a státu, které duchovním zajišťuje výsadní postavení ve společnosti.

Touto cestou se zřejmě vydalo i Polsko. Oficiálně jsou na sobě stát a církev nezávislí, ale spolupracují spolu v mnoha oblastech. V tomto soužití se církev stává postupem času méně agresivní a postupně si nachází ve společnosti místo. Od polské církve se vzhledem k historickému vývoji nedá očekávat, že by někdy byla úplně apolitická. Jejím cílem by ale mělo být, že bude nestranická. Problémem je, že se vždy snaží společnost tvarovat podle svých vizí. „Pokud lidé chtějí mít takový nebo jiný typ ekonomického a politického systému, tak s tím souhlasíme. Respektujeme to, ale to neznamená, že zůstaneme zticha,“ vyjadřuje názor církve biskup Pieronek.<sup>189</sup> V takovém případě lze jen doufat, že hlas církve nebude tak silný, aby překřičel nebo utišil ty, kteří s ní nesdílejí stejný názor na to, kam by se mělo demokratické Polsko ubírat.

---

<sup>189</sup> EBERTS W. M. (1998). The Roman Catholic Church a Democracy in Poland. *Europe-Asia studies*, Vol. 50, No. 5, s. 838.

## ZÁVĚR

Situace na polské politické scéně zdaleka není stabilizovaná a na základě zkušeností z minulých let ještě může dojít k překotnému vývoji. Tato diplomová práce však naznačuje, že si Rádio Maryja se svým charismatickým a především pragmatickým ředitelem Tadeuszem Rydzykem v čele vždy najde cestu ke svému vlivu na politiku.

V minulosti to dokázalo několikrát. Diplomová práce přináší důkazy o spojení s Volební akcí Solidarita i o pozdějším pragmatickém přátelství s Ligou polských rodin, u jejíhož zrodu dokonce konzervativní kruhy kolem Rádía Maryja stály. Toruňská stanice pak svými agitacemi straně dopomohla k překonání klauzule pro vstup do parlamentu a udělala z ní největší překvapení parlamentních voleb v roce 2001. Zároveň tak zasáhla do polských konfliktních linií, protože se náhle objevil parlamentní zástupce, který posiloval konflikt na ose stát-církev.

Diplomová práce také dokazuje, že se před parlamentními i prezidentskými volbami v roce 2005 rádio odklonilo od Ligy polských rodin a začaly vzájemné námluvy stanice se stranou Právo a spravedlnost. Důvody pragmatického spojení jsou jasné. Rádiu Maryja spojení s vítězem voleb zajišťovalo vliv, přednostní přístup k premiérovi a prezidentovi pro Rydzykova média a také finanční příjmy ze státních firem. Pro Právo a spravedlnost znamenalo spojení výsadní postavení v médiích, která denně oslovují miliony lidí na venkově, a tudíž i přístup k důležité skupině disciplinovaných voličů. Stanice také straně pomohla přetáhnout na její stranu elektorát Ligy polských rodin i Sebeobranu.

V roce 2005 bylo spojení se stranou bratrů Kaczyńských teprve na počátku, ale v roce 2007 zaznívala v éteru agitace za Právo a spravedlnost zcela jasně. Otázkou tak zůstává, zda by pragmatické spojení mohlo něco narušit. Občasné excesy otce ředitele už si bratři Kaczyńští vyzkoušeli a vždy je se skřípějícími zuby přetrpěli. Roztržku podobnou té, kterou stanice zažila s Ligou polských rodin (dnes už není v parlamentu), si Právo a spravedlnost nemůže dovolit. Znelíbit by se snad rádiu mohly některé konkrétní politické kroky strany. Nového spojence, který by navíc měl reálnou šanci řídit v brzké době zemi, by však hledalo jen obtížně. Otázkou pak zůstává, co by se stalo, kdyby z čela konzervativního katolického impéria odešel (kvůli nemoci nebo smrti) Tadeusz Rydzyk, na jehož osobě směřování stanice stojí.

V diplomové práci se podařilo prokázat, že rádio před volbami apeluje na voliče a hlasitě jim doporučuje, koho volit. Vliv této agitace na výsledek voleb ale lze prokázat jen

částečně. Průzkumy ukazují, že by posluchači Rádía Maryja měli stejné nebo podobné voličské preference i kdyby neposlouchali toruňskou stanicí. Vysílání má rozhodující vliv na politické názory jen u části z nich.

Největší síla stanice tak jednoznačně spočívá v tom, že dokáže posluchače (voliče) před volbami efektivně zmobilizovat (zastrašováním, agitací, propagandou) a ti pak v hojném počtu dorazí k volebním urnám, kam by se normálně možná ani nevydali. Vzhledem k malé účasti u voleb a malým rozdílům mezi stranami může tato efektivní mobilizace rozhodnout. Síla stanice se projevuje ještě jinak. V současnosti o podobné voliče a zároveň volební vítězství usilují dvě pravicová uskupení Právo a spravedlnost i Občanská platforma. Obě skupiny, i když příznivci Občanské platformy daleko méně, ladí Rádio Maryja. Od otce Rydzyka tam slyší jasná doporučení, koho volit. Ve výsledku tak Rádio Maryja může ubírat voliče Občanské platformě a přidávat je straně bratrů Kaczynských.

Po popisu vývoje vztahu státu a církve v období transformace a některých specifikách, které polský národní katolicismus přináší do společenského diskurzu, dochází tato práce k tomu, že se Polsko vydalo takzvanou španělskou cestou soužití státu a církve. To znamená, že oficiálně jsou na sobě stát a církve nezávislé, ale spolupracují spolu v mnoha oblastech. V tomto soužití se církve stává postupem času méně ofenzivní a nachází si ve společnosti své místo. Ve specifickém polském případě to sice neznamena, že by se církve vzdala zásahů do politiky úplně, ale snaha ovlivňovat rozhodování politiků a volební proces už by neměla být tak velká jako v devadesátých letech.

## **Hypotézy**

1. Předložená diplomová práce dokázala na několika případech, že Rádio Maryja v publicistických pořadech od poloviny devadesátých let často agitovalo za názorově blízké politické kandidáty. Přízeň vždy závisela na osobních sympatiích i antipatiích ředitele rádia Tadeusze Rydzyka a měla různou formu. Od očerňování protikandidátů až po vyjmenování výhod volby určité politické strany. Tato (ne)přízeň se v průběhu času mění a závisí na pragmatickém rozhodování Tadeusze Rydzyka, který nepsaná spojení s politiky uzavírá.

2. Přímý vliv Rádía Maryja na voličské chování posluchačů se nepodařil prokázat. Voliči mají své preference a stanice je může maximálně utvrdit v jejich volbě, protože jim předestře svět, jaký chtějí vidět. Přesto může zprostředkovaně agitace v éteru volby ovlivnit. Průzkumy

totiž dokazují, že má stanice mimořádnou schopnost své voliče mobilizovat. Vhodnou (časově i tématicky) agitací dokáže docílit toho, že většina posluchačů vyrazí k volbám, i když by tak bez existence rádia nejspíš neučinili (vyplývá ze srovnání s volební účastí ostatních voličských skupin). Při tradičně malé polské volební účasti a malým rozdílům mezi volebními rivaly může mít tato schopnost mobilizace vliv na výsledek voleb.

## **Summary**

There has been a lot of changes on the Polish political scene and it is still quite busy. But one thing will probably remain – Radio Maryja and his pragmatic director will always find the way, how to influence politics. He proved his ability to do that in the pragmatic friendship with League of Polish families, which he helped to establish. This thesis also proves, that before the presidential and parliamentary elections in 2005 he turned his interest from League of Polish families to Law and Justice. There are a lot of reasons for this pragmatic friendship. For the radio station it meant the good approach to the prime minister and president, influence and also finance income from the state companies. For the party it means the exclusivity of the open doors to the media, which has millions of listeners. The radio station also helped Law and Justice to achieve the voters of League of Polish families and Somoobrana.

In the thesis is proved, that Radio Maryja before the election appeals on the voters to vote particular political parties. It is not possible to prove the influence of this tactic fully. The surveys show, that the broadcasting has the pivotal influence only on part of them and the listeners have similar preferences even if they do not listen to the radio station.

The biggest impact of Radio Maryja is in its ability to mobilize the listeners (voters). After the threatening, agitation or propaganda they rather come to the polling stations. Considering the small voter turnout in Poland and the small differences between the rivals this can influence the elections.

In the relation between the state and the church Poland has elected the Spanish way of this relation. It means that the state and the church are separated and independent, but they cooperate in a wide range of activities. In this type of relation the church seems to become less offensive and looks for its place in Polish society.

*Vlastní text práce má rozsah 37 719 slov, 215 957 znaků a 252 711 znaků (s mezerami)*

## PRAMENY A LITERATURA

### Prameny:

DZIOMDZIORA, Krzysztof. *Teoria i praktyka propagandy na przykładzie audycji Radia Maryja*. Warszawa: Uniwersytet Warszawski. Instytut Stosowanych Nauk Społecznych. 2008. 111 s. Vedoucí diplomové práce dr Marek Kłosiński (**diplomová práce**)

EBERTS W. Mirella. The Roman Catholic Church a Democracy in Poland. *Europe-Asia studies*, Vol. 50, No. 5. str. 817-842. (**studie**)

GRABOWSKA Mirosława. Radio Maryja – polska prawica religijna, *Znak*, roč. 42, č. 640, s.10-16. (**článek**)

Poslech Rádía Maryja na internetu (<http://www.radiomaryja.pl>)

### Ostatní zdroje:

#### Literatura:

BRADOVÁ, Eva. *Od lokálních mítinků k politickému marketingu: teorie a vývoj politické komunikace a volebních kampaní*. Vyd. 1. Brno: Masarykova univerzita – Mezinárodní politologický ústav, 2005. 106 s. ISBN 80-210-3800-4.

BURTON, Graeme; JIRÁK Jan. *Úvod do studia médií*. Vyd. 1. Brno: Barrister & Principal, 2001. 391 s. ISBN 80-85947-67-6.

FIALA, Petr. *Katolicismus a politika: o politické dimenzi katolicismu v postmoderní době*. Vyd. 1. Brno: Centrum pro studium demokracie a kultury, 1995. 349 s. ISBN 80-85959-01-1

FIALA, Petr; RYSZARD, Herbut a kol. *Středoevropské systémy politických stran: Česká republika, Maďarsko, Polsko a Slovensko*. Vyd. 1. Brno: Masarykova univerzita - Mezinárodní politologický ústav, 2003. 255 s. ISBN 80-210-3091-7.

FRELICHOWSKA, Dorota. *Ojcowie Redemptoryści i ich Radio Maryja*. Vyd. 1. Toruń: Marszałek, 1999. 112 s. ISBN 83-7174-441-2

HLOUŠEK, Vít; Kopeček, Lubomír. *Konfliktní demokracie: moderní masová politika ve střední Evropě*. Vyd. 1. Brno: Masarykova univerzita - Mezinárodní politologický ústav, 2004. 224 s. ISBN 80-210-3449-1.

JABLONSKI, Andrzej. *Politický marketing: úvod do teorie a praxe*. Vyd. 1. Brno: Barrister & Principal, 2006. 203 s. ISBN 80-7364-011-2.

JIRÁK, Jan; KÖPPLOVÁ Barbara. *Média a společnost: stručný úvod do studia médií a mediální komunikace*. Vyd. 1. Praha: Portál, 2003. 208 s. ISBN 80-7178-697-7.

JIRÁK, Jan; ŘÍCHOVÁ Blanka. *Politická komunikace a média*. Vyd. 1. Praha: Karolinum, 2000. 163 s. ISBN 80-246-0182-6



KUBÁT, Michal. *Demokracie v Polsku: politický systém Polské republiky (1989-2005)*. Vyd. 1. Praha: Slon, 2005. 181 s. ISBN 80-86429-46-6.

KUBÁT, Michal. *Politika v Polsku po roce 1989: volby, volební systémy a jejich politické konsekvence*. Vyd. 1. Praha: Karolinum, 2000. 149 s. ISBN 80-246-0133-8

KUBÁT, Michal. *Postkomunismus a demokracie: politika ve středovýchodní Evropě*. Vyd. 1. Praha: Dokořán, 2003. 125 s. ISBN 80-86569-47-0

NOVÁK, Miroslav. *Systémy politických stran: úvod do jejich srovnávacího studia*. Vyd. 1. Praha: Sociologické nakladatelství, 1997. 275 s. ISBN 80-85850-22-2.

PASZKIEWICZ K. A. *Partie i koalicie polityczne III Rzeczypospolitej*. Wrocław: Wydawnictwo Uniwersytetu Wrocławskiego, 2000. 269 s.

TÁBORSKÝ, Jan. *Transformace české a polské postkomunistické společnosti*. Vyd. 1. Olomouc: Univerzita Palackého, 2001. 146 s. ISBN 80-244-0234-3

ZALEWSKI, Dariusz. *Radio Maryja w ogniu propagandy*. Vyd. 1. Kielce: Scutum, 2001. s. 111. ISBN 83-915858-0-8.

#### **Dokumenty:**

European Commission against Racism and Intolerance. *Third report on Poland*. Strasbourg: Council of Europe. On-line verze: [http://hudoc.ecri.coe.int/XMLEcri/ENGLISH/Cycle\\_03/03\\_CbC\\_eng/POL-CbC-III-2005-25-ENG.pdf](http://hudoc.ecri.coe.int/XMLEcri/ENGLISH/Cycle_03/03_CbC_eng/POL-CbC-III-2005-25-ENG.pdf) staženo 21. 9. 2008

Institut Stephana Rotha. *Antisemitism and racism, Poland 1999 – 2000*. Tel Aviv: Tel Aviv University. On-line verze: <http://www.tau.ac.il/Anti-Semitism/asw99-2000/poland.htm> staženo 25. 9. 2008

Office for Democratic Institutions and Human Rights (OSCE). *Republic of Poland pre-term parliamentary elections*. Warsaw: OSCE/ODIHR. 9. 10. 2007

#### **Studie:**

CICHOSZ, Marzena; KOPEČEK, Lubomír. Církevní fond v Polsku a jeho kontroverzní historie a současnost. Příspěvek ke zprostředkování zájmů ve vztahu státu a církve v postkomunistickém prostoru. *Středoevropské politické studie*. 2007. Vol. 9. No. 2-3, s. 151-161. ISSN 1212-7817.

DANIEL Krystyna. The Church-State Situation in Poland After the Collapse of Communism. *Brigham Young University Law Review*, Vol. 1995, No. 2. s. 401-419. Internetová verze na: [http://www.religlaw.org/docs/religlaw\\_1254.pdf](http://www.religlaw.org/docs/religlaw_1254.pdf) staženo 20. 10. 2009

DOKTOR, Tadeusz. State Church and New Religious Movements in Poland. In BOROWNIK, J. (eds.). *Church-State Relations in Central and Eastern Europe*, Krakow: Nomos, s. 178-188.

FRANKOWSKI, Edward. Radio Maryja w służbie Narodu, in SUSKI, Andrzej; DYDYCZ, Antoni; MEJDANSKI, Kazimierz (eds.). *Odważny głos prawdy*. 1. vyd. Warszawa: Wydawnictwo Sióstr Loretanek, 2002, s. 105-116. ISBN 83-7257-073-6.

FRAS, Janina. *Mass media, religion and politics in contermporary Poland*. Paper prepared for presentation at the International Association for Mass Communication Research, Legnica: Witelon University, 2006.

GILAREK, Katarzyna. Coping with the Challenges of Modernity. The Church of England in Great Britain and the Catholic Church in Poland. In BOROWNIK, J. (eds.). *Church-State Relations in Central and Eastern Europe*, 1. vyd. Krakow: Nomos, 1999. s. 189-203.

KAWECKI, Janusz. Rozpraszać chmury nad Radiem Maryja, in SUSKI, Andrzej; DYDYCZ, Antoni; MEJDANSKI, Kazimierz (eds.). *Odważny głos prawdy*. 1. vyd. Warszawa: Wydawnictwo Sióstr Loretanek, 2002, s. 39-61. ISBN 83-7257-073-6.

KOUBEK, Jiří. Analýza polských parlamentních voleb 2007 a jejich konsekvencí pro stranický systém. *ČLOVĚK – Časopis pro humanitní a společenské vědy*. 15. 12. 2007, roč. 2. č. 9, [http://clovek.ff.cuni.cz/pdf/koubek\\_studie\\_9.pdf](http://clovek.ff.cuni.cz/pdf/koubek_studie_9.pdf) staženo 21. 9. 2008

MACH, Zdislaw. The Roman catholic church in Poland and the dynamics of social identity in polish society, Centre for European Studies, 2000. Krakow: Jagielonian University. 16 s. Internetová verze na <http://www.ces.uj.edu.pl/mach/church.doc> staženo 22. 10. 2009

MILLARD Frances. *Elections in Poland 2001: Party Chaos and Electoral Manipulation* - Paper prepared for the BASEES Annual Conference Cambridge. Coelchester: University of Essex. 04/2002, 17 s.

MLEJNEK, Josef. Liga polských rodin – reprezentantka poražených v transformačním procesu? in: NĚMEC, Jan; ŠUSTKOVÁ, Markéta (eds.). *III. Kongres českých politologů, Olomouc 8. – 10. 9. 2006*, 1. vyd. Praha, Olomouc: Česká společnost pro politické vědy, 2002, s. 364-376.

SCZERBIAK, Aleks. Old and New Divisions in Polish Politics: Polish Parties' Electoral Strategies and Bases of Support. *Europe-Asia Studies*, 2003. Vol. 55, No. 5. s. 729-746.

SCHNEIDER, Frederic. *Radio Maryja as an example of abuse of the authority of the catholic Church in Poland*. Final paper for the seminar: Religion in Europe and middle east culture. (summer semestr) <http://fredericschneider.free.fr/Radio%20Maryja.doc> staženo 20. 4. 2008

SZERBIAK Aleks. *The Polish centre-right's (last?) best hope: The rise and fall of Solidarity electoral*. Brighton: University of Sussex – European Institute, 09/2004, 24 s. Internetová verze na: <http://www.essex.ac.uk/ECPR/events/generalconference/marburg/papers/16/5/Szczerbiak.pdf> staženo 20. 8. 2009

SZERBIAK Aleks. *Why is there no Christian Democracy in Poland (and why does this matter)?* Brighton: University of Sussex – European Institute, 12/2006, 54 s.

VELIKONJA Mitja. Slovenian and Polish Religio-National Mythologies: A Comparative Analysis. *Religion, State and Society*, Vol. 31, No. 3, s. 233 – 260.

ZAAL Janneke. *Church-State Relation in Poland: The Changing Role of the Catholic Church in Poland since 1989*. Krakow: Uniwersytet Jagiellonski. 2007. 19 s. Internetová verze na: [http://www.euroculturemaster.org/pdf/groep9\\_2/Zaal.pdf](http://www.euroculturemaster.org/pdf/groep9_2/Zaal.pdf) staženo 21. 9. 2009

ZARYCKI, Tomasz. Politics in the Periphery: Political Cleavages in Poland Interpreted in Their Historical and International Context. *Europe-Asia Studies*. 2000, Vol. 52, No. 5, s. 851-873.

### Články:

BURDZIEJ Stanislaw. Religion and Politics: Religious Values in the Polish Public Square since 1989. *Religion, State and Society*, 2005. Vol. 33, No. 2. s. 165-174.

ČERNÝ, Adam. Panenský rozhlas, pochod na východ, občan Berlusconi. *Hospodářské noviny*, 7. 6. 2004, roč. 14, č. 105, str. 8.

ČTK (msk, sd, jka). Przekrój: Páter, který dosazuje premiéry a prezidenty. Česká média (on-line). 2006. [www.ceska-media.cz](http://www.ceska-media.cz), staženo 5.12.2006

ČTK, Vlivný polský kněz urazil prezidentský pár. *Hospodářské noviny*, 10. 7. 2007, roč. 17, č. 134, s. 7.

DĚKAN, Daniel. Výzva k zabití v katolickém Radiu Maryja, *Radio TV* (on-line), 16. 6. 2008, [http://www.radiotv.cz/p\\_radio/r\\_obecne/vzva-k-zabit-v-katolickm-radiu-maryja/](http://www.radiotv.cz/p_radio/r_obecne/vzva-k-zabit-v-katolickm-radiu-maryja/) staženo 20. 9. 2008

DORAZÍN, Martin. Polští biskupové nešetřili kritikou katolického rádia. *Český rozhlas - Izurnal.cz* (on-line), 21. 9. 2007 [http://www.rozhlas.cz/zpravy/zahranici/\\_zprava/382417](http://www.rozhlas.cz/zpravy/zahranici/_zprava/382417) staženo 21. 10. 2008

GRABOWSKA W. Mirella. Kościół i polityka. *Tygodnik powszechny* (on-line), 6. 2. 2006 <http://tygodnik2003-2007.onet.pl/1547,1311109,0,dzial.html> staženo 8. 10. 2009

GREGOROVÁ, Bára. Velitel mohérových baretů nebo-li Velkokníže Toruňský zemí polských. *Babylon*. 2007, roč. 17, č. 2, s. 4. ISSN

HOLUB, Jacek. Jak bracia Kaczynscy podziekuj Radiu Maryja? *Gazeta Wyborcza* (on-line). 24. 10. 2005. <http://wyborcza.pl/1,75478,2983870.html> staženo 7. 10. 2009

HOLUB, Jacek. O. Rydzyk znów krytykuje LPR, *Gazeta Wyborcza* (on-line), 2. 10. 2007. <http://serwisy.gazeta.pl/wybory2007/1,85061,4541575.html> staženo 8. 10. 2009

KLIMCZAK, Dariusz. Fenomén Radia Maryja. *Lidové noviny*, 1998, roč. 9, č. 52, str. 30. ISSN 1213-1385.

KLUSÁK, Michal. Vliv náboženství na politiku v Polsku. *E-polis.cz* (on-line), 24. 2. 2009. ISSN 1801-1438. <http://www.e-polis.cz/nezarazene-clanky/356-vliv-nabozenstvi-na-politiku-v-polsku.html> staženo 16. 7. 2009

KOHN, Marek. The mohair berets are on the march. *New Statement* (on-line), 19. 12. 2005 <http://www.newstatesman.com/200512190006> staženo 26. 8. 2008

KOPEČEK, Lubomír. Reflexe parlamentních voleb v Polsku (2001), *Středoevropské politické studie*, 2001, roč. 3, č. 4, Internetová verze na: <http://www.cepsr.com/clanek.php?ID=64> staženo 28. 9. 2009

KOPEČEK, Vladimír. Liga polských rodin a Sebeobrana – Proč nevstupovat do Evropské unie, *Středoevropské politické studie*, 2002, roč. 4. č. 1. ISSN 1212-7817 Internetová verze na: <http://www.cepsr.com/clanek.php?ID=56> staženo 25. 8. 2009

KUBÁT, Michal. „Supervolební“ podzim 2005 v Polsku: parlamentní a prezidentské volby. *Mezinárodní politika*, 2005, roč. 29, č. 12, s. 18-21. ISSN 0543-7962.

LIZUT, Mikołaj. Czy Radio Maryja nadaje reklamy? *Gazeta Wyborcza* (on-line). 21. 12. 2003. <http://serwisy.gazeta.pl/kraj/1,63546,1836176.html> staženo 21. 8. 2008

MÁŠA, Pavel. Papež umravňuje Poláky. *Lidové noviny* (on-line), 19. 4. 2005. <http://archiv.newton.cz/ln/2006/04/19/60385eabe725ddedf403f4d286e1c32e.asp> staženo 20. 10. 2008

MLEJNEK J. (2005). IV. Republika nebo diumvirát „kačerů“? *Revue Politika*. 09/2005, roč. 3, č. 9, s. 17.

PIETNICZKA, Michal. Slowik IV RP. *Gazeta Wyborcza* (on-line). 21. 3. 2006 <http://wiadomosci.gazeta.pl/wiadomosci/1,55670,3226296.html> staženo 26. 8. 2008

RED ZAH, BBC, ČTK. Polské Radio Maryja je terčem Vatikánu, *Aktuálně.cz* (on-line), 7. 4. 2006 <http://aktualne.centrum.cz/zahranici/evropa/clanek.phtml?id=122842> staženo 18. 4. 2008

STASZKIEWICZ, Maria. Získá nová polská strana požehnání Radia Maryja? *Hospodářské noviny* (on-line), 18. 7. 2007 <http://zahranicni.ihned.cz/c1-21638760-maria-staszkievicz-ziska-nova-polska-strana-pozehnani-radia-maryja> staženo 8. 10. 2009

SZOTKIEWICZ, Adam. Poland's past and future pope. *Open democracy* (on-line). 12. 4. 2006 [http://www.opendemocracy.net/faith-catholicchurch/catholicmedia\\_3450.jsp](http://www.opendemocracy.net/faith-catholicchurch/catholicmedia_3450.jsp) staženo 27. 8. 2008

ŠMÍD, Milan. Polský mediální zákon – nejen o poplatku. *Blog Mediální krajina Milana Šmída na internetových stránkách televize ČT24*. 3. 6. 2009 <http://www.ct24.cz/blogy/medialni-krajina-milana-smida/56637-polsky-medialni-zakon-nejen-o-poplatku/> staženo 5. 6. 2009

TOLČINSKÝ Alexandr. Polský „Pakt stability“, *Český rozhlas 6*, 6. 2. 2006. (komentáře)

WISNIEWSKA, Katarzyna. Lech Kaczyński wysłał proboszczom list. *Gazeta Wyborcza* (on-line). 1. 10. 2005. <http://wiadomosci.gazeta.pl/wybory2005/2029020,67805,2946118.html> staženo 6. 10. 2009

ZAJAC, Marek. Fakty i mity, *Tygodnik Powszechny*, 14. 5. 2006, roč. 17, č. 95, s. 1.

### **Internetové zdroje:**

BBC News, Country profile: Poland,  
[http://news.bbc.co.uk/2/hi/europe/country\\_profiles/1054681.stm#media](http://news.bbc.co.uk/2/hi/europe/country_profiles/1054681.stm#media) staženo 3. 9.2008

Radiomaryja.pl.eu.org., internetová stránka o Rádiu Maryja,  
[www.radiomaryja.pl.eu.org/teksty/linia-opozniajaca.html](http://www.radiomaryja.pl.eu.org/teksty/linia-opozniajaca.html) staženo 18. 10. 2009

Wikipedia, the free encyclopedia, heslo Radio Maryja v polské verzi  
[http://pl.wikipedia.org/wiki/Radio\\_Maryja#S.C5.82uchacze\\_Radia\\_Maryja](http://pl.wikipedia.org/wiki/Radio_Maryja#S.C5.82uchacze_Radia_Maryja) staženo 22. 8. 2008

### *Agentury pro výzkum veřejného mínění:*

CBOS (<http://www.cbos.pl>)

GfK Polonia (<http://www.gfk.pl>)

OBOP (<http://www.tns-global.pl>)

PBS (<http://www.pbsdga.pl>)

### *Státní instituce:*

Sejm Polské republiky (<http://www.sejm.gov.pl>)

Státní volební komise (<http://www.pkw.gov.pl>)

## SEZNAM POUŽITÝCH ZKRATEK

### *Politické strany a hnutí:*

**AWS** – Volební akce solidarita

**AWSP** – Volební akce solidarita – pravice

**LiD** – Levice a demokraté

**PC** – Dohoda středu

**PiS** – Právo a spravedlnost

**PO** – Občanská platforma

**PSL** – Polská lidová strana

**ROP** – Hnutí obnovy Polska

**SLD** – Svaz demokratické levice

**UP** – Unie práce

**UW** – Unie svobody

**ZChN** – Křesťansko-národní sjednocení

### *Ostatní:*

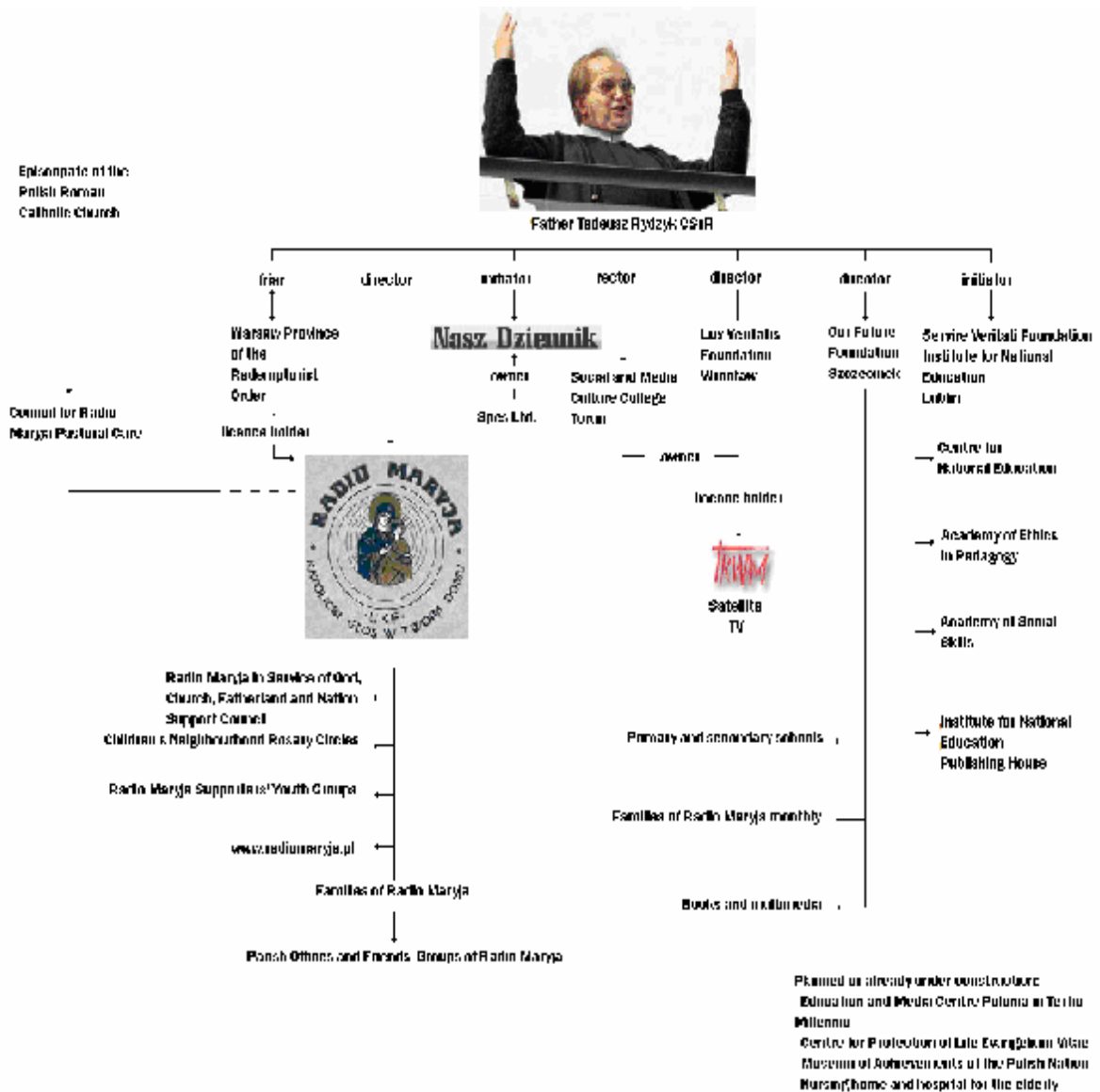
**KRRiT** – Národní rada pro rozhlas a televizi

# SEZNAM PŘÍLOH

Příloha 1: Struktura mediálního domu Tadeusze Rydzky (obrázek)

## Přílohy

Příloha 1: Struktura mediálního domu Tadeusze Rydzky (obrázek)



Zdroj: [www.radiomaryja.pl.eu.org/](http://www.radiomaryja.pl.eu.org/)