

PRÍSTUP KATOLÍCKYCH NOVÍN K POLITICKÉMU DIANIU. Postoj a podnety angažovaných čitateľov

POLITICAL AFFAIRS IN THE CATHOLIC NEWS.
ATTITUDES AND IMPULSES OF ACTIVE READERS

Terézia RONČÁKOVÁ

ABSTRACT:

The article continues in the research of presidential elections 2014 in the Church media. The author is asking, how the identified state is perceived by readers of the weekly Catholic news. This research problem is solved by the quantitative-qualitative questionnaire method oriented on active readers. The author analyses the results at two levels: firstly, the readers were asked to evaluate the election supplement; secondly, they evaluated general doing of the newspaper in connection with all election forms. She offers her conclusions related to attitudes of the readers dependent of their age, education, readers' and electors' activity. She also notes that the active readers who are more unsatisfied with the present state (concretely with the supplement and specifically with the approach to the elections) are mostly men, younger and more educated people, and city dwellers. These are calling for competent opinion genres (analyses and columns, including columns written by Church authorities) and for bigger courage, openness and directness of the editorial team. In the context of previous foreign and domestic researches, the author points out the existence of space for an opinion-making, socially active Church medium that is able to fully accept the concrete and unequivocal character of journalistic style of expression in order to attract the attention of younger members of potential audiences.

KEY WORDS:

media, Church, society, elections, Catholic news, social activity

Náčrt problematiky

Cirkevné médiá predstavujú špecifický segment prostriedkov masovej komunikácie. Viaceré doterajšie práce konštatovali, že špecifické je aj ich poňatie spoločenských úloh a žurnalistiky ako takej. V zahraničnom



doc. Terézia Rončáková, PhD.
Filozofická fakulta
Katolícka univerzita v Ružomberku
Hrabovská cesta 1
034 01 Ružomberok
Slovenská republika
terezia.roncakova@ku.sk

Terézia Rončáková po skončení štúdia žurnalistiky na FF UK v Bratislave (2002) pôsobila ako novinárka v tlačovej agentúre SITA, v Katolíckych novinách a vo Vatikánskom rozhlase v Ríme. Súčasne obhájila dizertačnú prácu na Katolíckej univerzite v Ružomberku (2006). Habilitovala sa na Fakulte masmediálnej komunikácie Univerzity sv. Cyrila a Metoda v Trnave (2012). Vedecký záujem sústreďuje na publicistický a náboženský štýl a na žurnalistickú žánrológiu. Pôsobí na Katedre žurnalistiky Filozofickej fakulty Katolíckej univerzity v Ružomberku. Je o. i. autorkou monografií *Keď chce cirkev hovoriť mediálnym jazykom*, *Ako cirkev hovorí mediálnym jazykom* a *Môže cirkev hovoriť mediálnym jazykom?* a učebnice *Žurnalistické žánre*. Angažuje sa ako členka Spoločenstva Ladislava Hanusa, združenia mladých katolíckych novinárov Network Slovakia a Fóra pre verejné otázky.

kontexte sa napr. D. Arasa¹ venoval (a priebežne venuje) kvalite využívania nových médií v cirkevnom prostredí; D. Contrera² sa cirkevných médií dotýka v rámci všeobecnejších výskumov o postoji cirkvi k žurnalistike a jej špecifikám; N. González Gaitano³ si všima zásadnú otázku mediálnej evanjelizácie – čiže schopnosti médií slúžiť na napĺňanie základného cirkevného poslania šíriť správu o Bohu a o spáse; R. Dluhý⁴ rieši tento problém v špecifickom zameraní sa na televíziu; I. Gazda⁵ analyzuje vzťah cirkvi a nových médií a fungovanie konkrétnych vatikánskych médií. Osobitná pozornosť sa venuje strategickým a pastoračným výzvam, ktoré pred cirkevné médiá kladú zmeny v nastaveniach mediálnych publik. Jeden z najnovších obsiahlych výskumov tohto druhu priniesli D. T. Maier, N. B. O'Neil a J. M. Harden Fritz.⁶ V slovenskom prostredí sa cirkevným médiám systematicky venuje katedra žurnalistiky Filozofickej fakulty Katolíckej univerzity v Ružomberku, kde sa I. Gazda⁷ zaoberal napr. bielymi miestami na „trhu“ kresťanských médií; T. Rončáková⁸ podrobne rozoberala štýlovú a žánrovú kvalitu slovenských cirkevných médií, ich ideové vnútorné nastavenia a argumentačné základy.

V citovaných prácach sa zhodne poukazuje na to, že cirkev sa prostredníctvom médií usiluje byť „in“, čiže držať krok so spoločnosťou a prenikať do nej so svojim poslaním. Cirkevné médiá zároveň slúžia na starostlivosť o veriacich, čiže ako určitý vnútorný komunikačný kanál. Tento charakter prevažuje vo všetkých slovenských cirkevných médiách. Veriaci od nich, prirodzene, očakávajú okrem duchovnej starostlivosti aj orientáciu a usmernenie v aktuálnych spoločenských otázkach.⁹

V súvislosti s tohtoročnými prezidentskými voľbami, ktoré sa konali v dvoch kolách 15. a 29. marca 2014, sme si položili otázku, ako cirkevné médiá túto výnimočnú spoločenskú udalosť spracovali. Akým spôsobom sa pokúsili prispieť k zorientovaniu a rozhodovaniu svojho publika. Tento výskumný problém sme riešili metódou obsahovej analýzy na vzorke všetkých oficiálnych cirkevných médií s celoslovenským záberom, dostatočným pokrytím a aspoň čiastočne spoločenským zameraním (nie prevažne duchovné alebo odborné). Sledovali sme teda päť médií: týždenník Katolíckej noviny, Televíziu Lux, Rádio Lumen, týždenník Evanjelický posol spod Tatier a mesačník Evanjelický východ. Prvé tri sú katolícke, zvyšné dve evanjelické. Získali sme spolu 18 materiálov.

V publikovanom výstupe¹⁰ sme sa pokúsili odpovedať na otázky:

- Aký priestor venovali médiá téme?
- V akom čase sa venovali médiá téme?
- Ktorí kandidáti dostali priestor?
- Kto boli autori jednotlivých materiálov?
- Aký bol charakter materiálov zo žánrového hľadiska?
- Nakolko redakcia vyjadrila svoj postoj?
- Aké boli témy a pointy materiálov?

1 Arasa, D., CANTONI, L., RUIZ, L. (eds.): *Religious Internet Communication. Facts, experiences and trends in the Catholic Church*. Roma: Edusc, 2010; ARASA, D.: *Church Communications Through Diocesan Websites. A Model of Analysis*. Roma: Edusc, 2008.
2 CONTRERAS, D. (ed.): *Chiesa e comunicazione. Metodi, valori, professionalità*. Roma: Libreria Editrice Vaticana, 1998; CONTRERAS, D.: *La Iglesia católica en la prensa. Periodismo, retórica y pragmática*. Pamplona: Eunsa, 2004.
3 GONZÁLEZ GAITANO, N.: *Evangelizzare con i mass media?* In Studi Cattolici, 2001, Vol. 46, No. 484, p. 404-412.
4 DLUHÝ, R.: *Media effects of basic Christian message presented on television*. In Revista română de Jurnalism și Comunicare, 2013, Vol. 8, No. 2-3, p. 69-79; DLUHÝ, R.: *Kerygma in Television Broadcasting*. In Graduate Students' Conference: Conference Proceedings. Ostrihom, Pilscaaba: Pázmány Péter Catholic University, 2013, p. 160-164.
5 GAZDA, I., KULLA, A.: *The Use of New Media in the Catholic Church*. In Informatologia, 2013, Vol. 46, No. 3, p. 232-239; GAZDA, I.: *Tlačové stredisko Svätej stolice*. In Otázky žurnalistiky, 2012, Vol. 55, No. 3-4, s. 88-94; GAZDA, I.: *Vatikánsky denník L' Osservatore romano*. In Otázky žurnalistiky, 2010, Vol. 53, No. 3-4, s. 135-146.
6 MAIER, C. T., O'NEIL, N. B., HARDEN FRITZ, J. M.: *Who Reads Catholic Newspaper? Exploring Readership in a Changing Industry*. In Journal of Media and Religion, 2014, Vol. 13, No. 3, p. 153-169.
7 GAZDA, I.: *Potreba rodinného kresťanského časopisu na Slovensku: dôvody, možnosti, koncepcia*. In RONČÁKOVÁ, T., POVAŽAN, J., IZRAEL, P. (eds.): *Rodina a médiá*. Ružomberok: FF KU v Ružomberku, 2009, s. 226-235.
8 RONČÁKOVÁ, T.: *Prienik náboženského a publicistického štýlu III. Môže cirkev hovoriť mediálnym jazykom?* Praha: Paulínky, 2010; RONČÁKOVÁ, T.: *Prienik náboženského a publicistického štýlu II. Ako cirkev hovorí mediálnym jazykom*. Ružomberok: FF KU v Ružomberku, 2009; RONČÁKOVÁ, T.: *Prienik náboženského a publicistického štýlu I. Keď chce cirkev hovoriť mediálnym jazykom*. Ružomberok: FF KU v Ružomberku, 2009.
9 RONČÁKOVÁ, T.: *Prienik náboženského a publicistického štýlu III. Môže cirkev hovoriť mediálnym jazykom?* Praha: Paulínky, 2010, s. 236-277.
10 RONČÁKOVÁ, T.: *Spracovanie prezidentských volieb 2014 v cirkevných médiách*. In PETRANOVÁ, D., PAVLŮ, D., PRAVDOVÁ, H. (eds.): *Demokratizačná funkcia médií: ideál a realita – Megatrendy a médiá 2014*. Trnava: Fakulta masmediálnej komunikácie UCM v Trnave, 2014, s. 147-166.

V záveroch z výskumu sme rozvinuli tri kľúčové tézy:

- nezaujímam cirkevných médií o prezidentské voľby,
- opatrnosť cirkevných médií pri spracúvaní volebnej látky,
- absenciu angažovanosti, postoja vo výstupoch cirkevných médií.

Opakovať jednotlivé zistenia a argumenty na tomto mieste by bolo redundantné, na ich základe však možno založiť nové skúmanie. O. i. totiž vyvstala pred nami otázka, ako daný stav (nespoločenské zameranie) cirkevných médií vnímajú ich príjemcovia. Rozhodli sme sa preskúmať ju dotazníkovou sondou medzi čitateľov Katolíckych novín. Tie sme si vybrali ako najstaršie, najetablovanejšie a na stabilné publikum bohaté (s nákladom 80 000 výtlačkov sú dlhodobou piatym až šiestym týždenníkom na slovenskom trhu) médium.

Metodológia

Dotazník mal elektronickú formu¹¹ a šírili sme ho niekoľkými spôsobmi: predovšetkým plateným inzerátom¹² uverejneným v prvom čísle Katolíckych novín, ktoré vyšlo po druhom kole prezidentských volieb (tie sa konali v sobotu 29. marca, noviny vyšli v utorok 1. apríla); inzerátmi podobného znenia publikovanými v troch z najväčších slovenských farských časopisov s niekoľkotisícovými nákladmi (Bartolomej v Prievidzi, Pokoj a dobro v Markušovciach, Cesta v Kežmarku); cez e-mail a sociálne siete.

Dotazník mal 26 otázok: štyri sa týkali základných demografických údajov; dve volebnej aktivity (koho respondent volil v prvom a v druhom kole); štyri aktivity smerom ku Katolíckym novinám (do akej miery ich číta, či čítal volebnú prílohu); 12 hodnotenia volebnej prílohy; štyri hodnotenia vzťahu Katolíckych novín k spoločenským témam vo všeobecnosti. Respondenti, ktorí volebnú prílohu nečítali, boli automaticky presmerovaní a 12 hodnotiacich otázok preskočili.

Dotazník bol spustený hneď po druhom kole prezidentských volieb v nedeľu 30. marca 2014 a odpovede pribúdali do 8. mája 2014, keď sa počet respondentov zastavil na čísle 106. Z toho dostatočne vyplnených a použiteľných bolo 102 odpovedí. Nemáme ambíciu narábať s touto vzorkou ako s reprezentatívnou vzorkou všetkých čitateľov Katolíckych novín. Ak by sme základný súbor definovali takto, museli by sme zvoliť úplne inú stratégiu zberu výskumného materiálu; napr. osobné návštevy vidieckych i mestských farností po celom Slovensku, čím by sa výskum stal neporovnateľne náročnejším a nákladnejším. Obmedzili sme sa preto na tých čitateľov Katolíckych novín, ktorí majú dostatočný záujem vyjadriť sa k danej problematike, takže sú ochotní vyvinúť potrebnú aktivitu na vyplnenie online dotazníka. Základný súbor teda môžeme definovať ako „angažovaných čitateľov Katolíckych novín“. Zisk 102 takýchto respondentov vypovedá do určitej miery aj o angažovanosti tých, ktorí Katolíckej noviny čítajú, a teda splňajú základnú podmienku účasti na výskume.

Z hľadiska pohlavia sa respondenti rovnomerne rozdelili medzi mužov a ženy.

Tab. 1: Pohlavie respondentov

MUŽ	ŽENA	SPOLU
48	52	100*

*Pohlavie neuviedli dvaja respondenti.

Z hľadiska veku bola v našej vzorke najpočetnejšia skupina tridsiatnikov (tretina), najmenej respondentov sme získali vo vekovej kategórii päťdesiatnikov (9 %). Štvrtina respondentov mala viac ako 50 rokov.

11 Dostupné na: bit.do/prezident.

12 Znenie: „Výskumná pracovníčka Katolíckej univerzity prosí čitateľov Katolíckych novín o vyplnenie dotazníka o prezidentských voľbách na internetovej stránke: bit.do/prezident.“

Tab. 2: Vek respondentov

18 - 29	30 - 39	40 - 49	50 - 59	60 - 69	SPOLU
16	29	20	8	13	86 *
18,60 %	33,72 %	23,26 %	9,30 %	15,12 %	100 %

*Vek neuviedlo 12 respondentov.

Z hľadiska vzdelania tvorili jednoznačne najpočetnejšiu skupinu absolventi druhého stupňa vysokoškolského vzdelania. Spolu s bakalármi a doktormi bolo vysokoškolákov viac než 80 %.

Tab. 3: Vzdelanie respondentov

SŠ BEZ MATURITY	SŠ S MATURITOU	Bc.	Mgr./Ing.	PhD.	SPOLU
2	16	9	65	10	102
1,96 %	15,69 %	8,82 %	63,73 %	9,80 %	100,00 %

Podľa bydliska sme respondentov rozdelili do ôsmich slovenských krajov. Najpočetnejšie zastúpenie (viac než 40 %) mala Bratislava, najmenšie (2 %) Košice.

Tab. 4: Bydlisko respondentov

BA	ZA	TN	TT	BB	NR	PO	KE	Zahrančie	SPOLU
41	19	8	6	5	5	5	2	3	94*
43,62 %	20,21 %	8,51 %	6,38 %	5,32 %	5,32 %	5,32 %	2,13 %	3,19 %	100,00 %

*Bydlisko neuviedlo 8 respondentov.

Zistenia

V prvom kole prezidentských volieb volila viac než polovica našich respondentov R. Procházku, vysoký zisk zaznamenal v porovnaní so všeobecnými výsledkami aj J. Čarnogurský; veľmi nízky A. Kiska a R. Fico.

Tab. 5: Hlasovanie respondentov v prvom kole prezidentských volieb

PROCHÁZKA	HRUŠOVSKÝ	ČARNOGURSKÝ	KISKA	KŇAŽKO	FICO	NEVOLIL	SPOLU
57	15	14	5	3	3	5	102
55,88 %	14,71 %	13,73 %	4,90 %	2,94 %	2,94 %	4,90 %	100,00 %

J. Čarnogurského volili podstatne viac (takmer trojnásobne) muži, ktorí prevažovali aj medzi nevoličmi a voličmi P. Hrušovského. Ženy výrazne viac volili R. Procházku (63 % oproti 46 % mužov).

V druhom kole volili tri štvrtiny respondentov A. Kisku; stúpol počet voličov R. Fica aj nevoličov.

Tab. 6: Hlasovanie respondentov v druhom kole prezidentských volieb

KISKA	FICO	NEVOLIL	SPOLU
79	10	13	102
77,45 %	9,80 %	12,75 %	100,00 %

V druhom kole dostal R. Fico hlasy iba od voličov P. Hrušovského (20 % z Hrušovského voličov v prvom kole) a R. Procházku (7 % z Procházkových voličov v prvom kole). Najviac nevoličov bolo v druhom kole spomedzi tých, ktorí v prvom kole volili J. Čarnogurského (21 % z Čarnogurského voličov v prvom kole). A. Kisku stopercentne podporili okrem jeho vlastných voličov voliči M. Kňažka, druhú najväčšiu podporu mal medzi voličmi R. Procházku.

Tab. 7: Vzťah medzi hlasovaním respondentov v prvom a druhom kole volieb

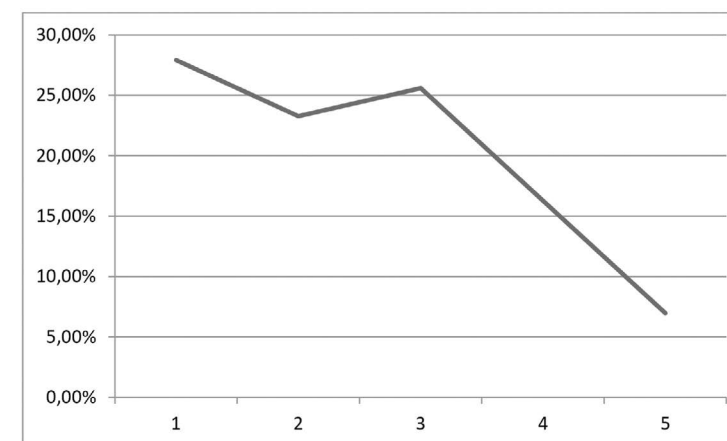
	KISKA	NEVOLIL	FICO	SPOLU
Kiska	100,00 %	0,00 %	0,00 %	100,00 %
Čarnogurský	78,57 %	21,43 %	0,00 %	100,00 %
Kňažko	100,00 %	0,00 %	0,00 %	100,00 %
Nevolil	40,00 %	60,00 %	0,00 %	100,00 %
Hrušovský	66,67 %	13,33 %	20,00 %	100,00 %
Procházka	84,21 %	8,77 %	7,02 %	100,00 %
Fico	0,00 %	0,00 %	100,00 %	100,00 %
Spolu	77,45 %	12,75 %	9,80 %	100,00 %

Aktivitu respondentov voči Katolíckym novinám sme skúmali na škále od 1 (čítam veľmi zriedka a náhodne) do 5 (čítam podrobne každé číslo). Približne po štvrtine respondentov sa zaradilo do prvých troch skupín, posledná štvrtina sa rozdelila do štvrtej a piatej.

Tab. 8/ Graf 1: Aktivita respondentov voči Katolíckym novinám

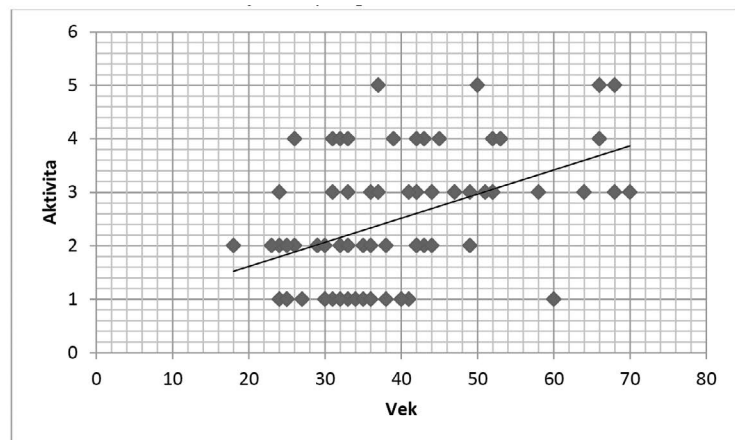
1	2	3	4	5	SPOLU
24	20	22	14	6	86
27,91 %	23,26 %	25,58 %	16,28 %	6,98 %	100,00 %

*K aktivite sa nevyjadrilo 12 respondentov.



V druhostupňovej analýze sa potvrdila korelácia (korelačný koeficient 0,475) medzi aktivitou respondentov a ich vekom, čo znamená, že čitateľská aktivita respondentov rástla s ich vekom. Kým medzi respondentmi do 50 rokov len jeden deklaroval aktivitu na stupni 5, medzi respondentmi nad 50 rokov len jeden deklaroval aktivitu na stupni 1. Najnižší stupeň aktivity dosahoval maximum medzi dvadsiatnikmi a tridsiatnikmi (nad 35 %), najvyšší mal maximum medzi šesťdesiatnikmi (25 %).

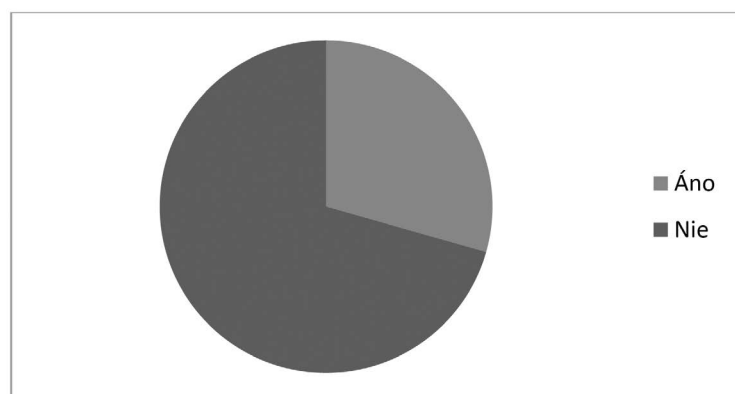
Graf2: Závislosť čitateľskej aktivity respondentov od veku



Vo vzťahu aktivity a pohlavia sa ukázala zaujímavá disproporcija: muži deklarovali podstatne viac aktivity na stupňoch 1, 2 a 5, kým ženy na stupňoch 3 a 4. Ukázalo sa, že medzi najaktívnejšími čitateľmi boli dve tretiny mužov; medzi prostrednými a aktívnejšími zasa takmer tri štvrtiny žien.

Predvolebnú prílohu Katolíckych novín¹³ čítalo 30 % respondentov, pričom podstatne viac čitateľov bolo medzi ženami (dvojnásobok oproti mužom). Podobne ako celková čitateľská aktivita, aj čítanosť prílohy rástla s vekom, pričom najviac čitateľov mala príloha medzi päťdesiatnikmi (63 % päťdesiatnikov) a štyridsiatikmi (50 % štyridsiatikov). Vzhľadom na čitateľskú aktivitu respondentov sa ukázal veľký nepomer medzi tými, ktorí deklarovali slabú aktivitu (stupne 1 a 2) a silnejšiu aktivitu, pretože medzi druhým a tretím stupňom aktivity narástla čítanosť prílohy z 5 % na 55 %. Najväčšiu čítanosť (83 %) mala príloha, prirodzene, medzi najaktívnejšími čitateľmi (stupne 5).

Graf3: Čítanosť predvolebnej prílohy Katolíckych novín



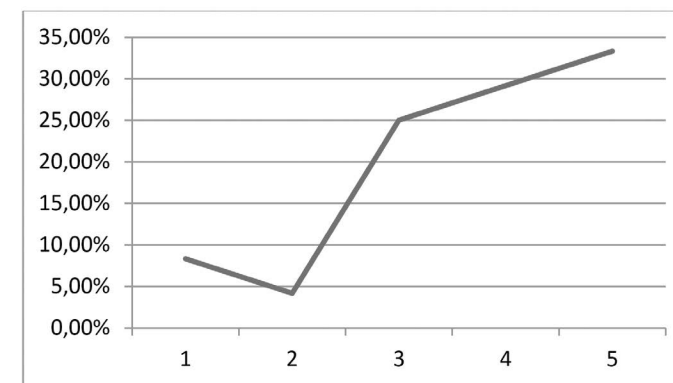
Množstvo prečítaného sme skúmali na škále od 1 (prezrel som ju letmo) do 5 (prečítal som ju podrobne celú). Tretina respondentov sa prihlásila k piatemu stupňu, spolu so štvrtým stupňom tvorili viac než 60 % respondentov.

13 Štvorstranová príloha publikovaná v čísle s dátumom 2. 3. 2014 sa skladala z trojstranovej ankety so všetkými kandidátmi a z jednostranového didaktického textu o právomociach hlavy štátu.

Tab. 9/ Graf4: Intenzita čítania predvolebnej prílohy Katolíckych novín

1	2	3	4	5	SPOLU
2	1	6	7	8	24*
8,33%	4,17%	25,00%	29,17%	33,33%	100,00 %

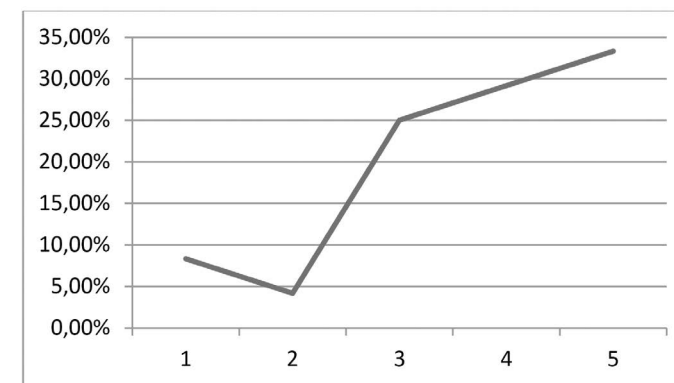
*K podielu prečítaného sa nevyjadřilo šesť respondentov.



Tých, ktorí prílohu nečítali, sme sa pýtali na dôvod. Väčšina z nich noviny s prílohou nemala; z tých, ktorí noviny mali, si ju viac než tretina nevsimla, ostatných buď nezaujímala, alebo nič od nej nečakali.

Tab. 10/ Graf5: Dôvody nečítania prílohy Katolíckych novín

NEMAL PRÍLOHU	NEVŠIMOL SI JU	NEZAUJÍMALO HO TO	NIČ OD TOHO NEČAKAL	INÉ	SPOLU
45	9	6	9	3	72
62,50 %	12,50 %	8,33 %	12,50 %	4,17 %	100,00 %

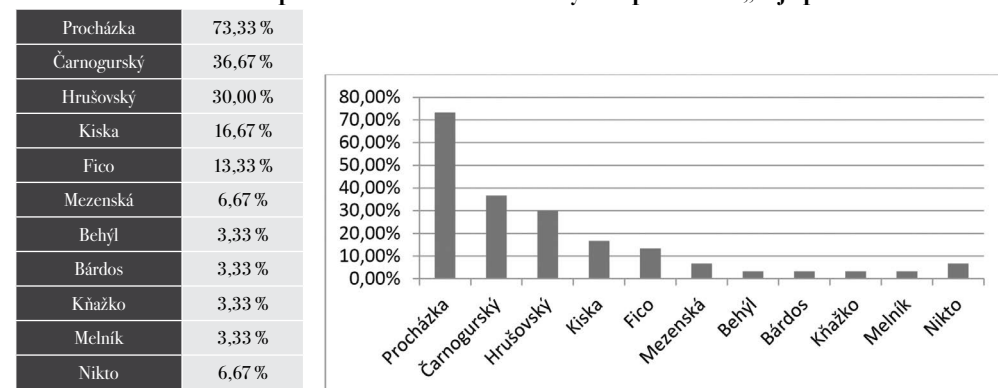


Vo vzťahu k čitateľskej aktivite respondentov sa ukázalo, že tí menej aktívni (stupne 1 a 2) noviny s prílohou väčšinou nemali, tí aktívnejší (stupne 3 a 4) prílohu nečítali, lebo od nej nič nečakali (50 % z tých, ktorí prílohu nečítali a zároveň deklarovali aktivitu na stupni 4) alebo ich nezaujímala (16,67 % na stupni 4). Najaktívnejší respondenti (stupne 5) prílohu čítali.

Tých respondentov, ktorí prílohu čítali, sme sa ďalej pýtali na jej podrobné hodnotenie. Zaujímalo nás, kto z kandidátov odpovedal podľa nich najlepšie, najhoršie a neúprimne. Pri každej odpovedi mohli vybrať najviac troch kandidátov.

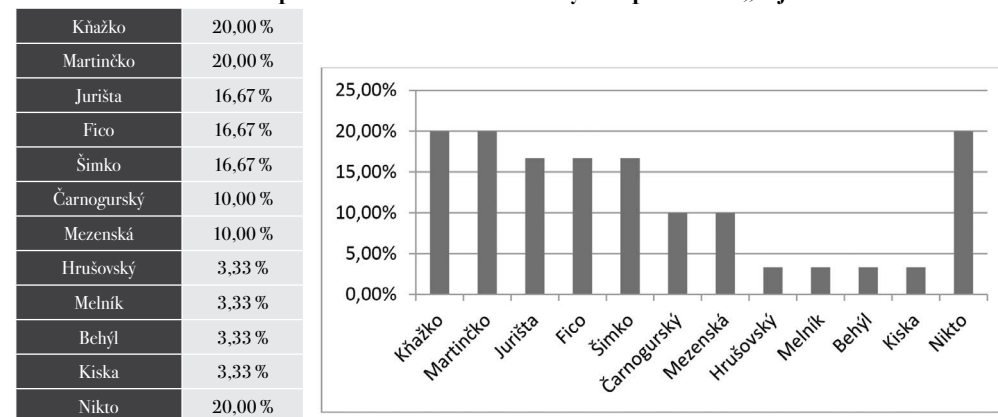
Ako najlepšie respondenti jednoznačne hodnotili odpovede R. Procházku, viac než tretinu hlasov získal aj J. Čarnogurský. Ak sa spýtame, či respondenti preferovali odpovede toho, koho v prvom kole volili, zistíme, že svojho kandidáta chválili najmä voliči R. Fica (67 % z jeho voličov označilo jeho odpovede za najlepšie) a A. Kisku (40 % jeho voličov). Najmenej chválili svojho kandidáta voliči J. Čarnogurského (14 %). Voliči R. Fica pochválili iba odpovede R. Fica, voliči M. Kňažka nepochválili nikoho. Voliči P. Hrušovského pochválili najmä R. Procházku a voliči R. Procházku pochválili vo vysokej miere aj J. Čarnogurského. Tí, ktorým sa páčili odpovede J. Čarnogurského, volili zväčša R. Procházku alebo P. Hrušovského.

Tab. 11/ Graf 6: Kandidáti podľa hodnotenia ich anketových odpovedí ako „najlepších“



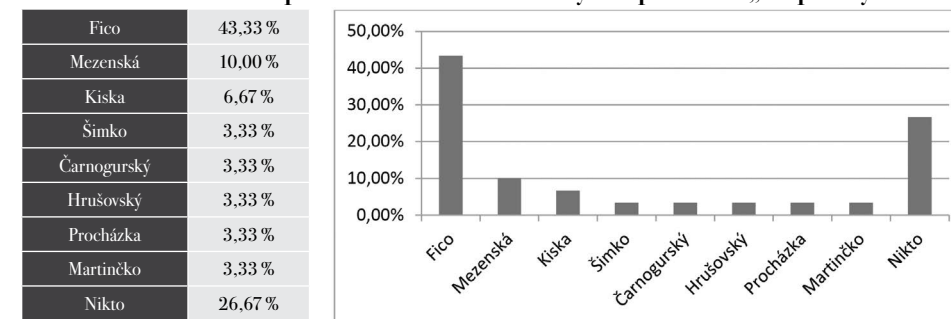
V udeľovaní známky „najhoršia odpoveď“ boli respondenti striednejší. Najhoršie hodnotenie dosiahli M. Kňažko a S. Martinčko, za ktorými nasledovali J. Jurišta, R. Fico a J. Šimko. Voliči M. Kňažka znova neoznačili nikoho. Tí, ktorým sa nepáčili odpovede R. Fica, volili R. Procházku alebo J. Čarnogurského; tí, podľa ktorých zle neodpovedal nikto, volili prevažne P. Hrušovského alebo A. Kisku.

Tab. 12/ Graf 7: Kandidáti podľa hodnotenia ich anketových odpovedí ako „najhorších“



V hodnotení neúprimnosti odpovedí jednoznačne zvíťazil R. Fico s niekoľkonásobným náskokom pred H. Mezenskou. Ficove odpovede považovali za neúprimné najmä voliči R. Procházku, J. Čarnogurského a P. Hrušovského. Medzi voličmi A. Kisku prevažovala odpoveď, že neúprimne neodpovedal nikto. Voliči M. Kňažka sa znova nevyjadrili vôbec.

Tab. 13/ Graf 8: Kandidáti podľa hodnotenia ich anketových odpovedí ako „neúprimných“

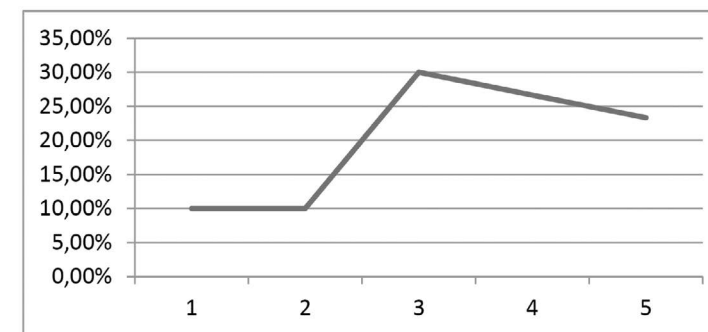


Na päťstupňovej škále sme respondentom dali ohodnotiť prílohu ako celok, znenie jednotlivých troch otázok a didaktický jednostranový materiál redaktora J. Lauka.

Na otázku „Bola pre Vás osobne predvolebná príloha celkovo ‚to pravé orechové‘ k prezidentským voľbám?“ mohli respondenti odpovedať od „určite áno“ po „vôbec nie“. Polovica sa priklonila k negatívnejším odpovediam, tretina ostala neutrálna.

Tab. 14/ Graf 9: Hodnotenie predvolebnej prílohy Katolíckych novín ako celku

1	2	3	4	5	SPOLU
10,00 %	10,00 %	30,00 %	26,67 %	23,33 %	100,00 %



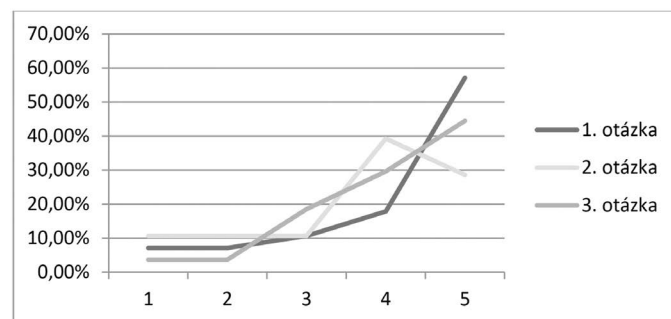
Jednoznačne negatívnejšie hodnotili prílohu muži (40 % z nich zvolilo stupeň 5), ženy boli pozitívnejšie (iba 15 % z nich zvolilo stupeň 5 a rovnaký počet zvolilo stupeň 1). Vzhľadom na vek spokojnosť s prílohou jednoznačne stúpala spolu s vekom – avšak táto tendencia sa zastavila v kategórii nad 50 rokov, kde sa znova objavila pomerne výrazná nespokojnosť. Jednotlivé anketové otázky¹⁴ respondenti hodnotili od „veľmi zlá“ po „veľmi dobrá“. Všetky tri krivky majú v grafe stúpajúcu tendenciu: prvá aj tretia otázka získali trojštvrťinové pozitívne hodnotenie, druhá dvojtretinové. Najpozitívnejšie hodnotili respondenti prvú otázku o manželstvách osôb rovnakého pohlavia. Tretia otázka o úlohe cirkvi v spoločnosti bola hodnotená menej jednoznačne a viac neutrálne. Najviac negatívnych ohlasov si redakcia vyslúžila za formuláciu druhej otázky o najväznejšom spoločenskom probléme na Slovensku.

14 Znenie otázok:

1. Podporili by ste vo funkcii prezidenta legalizáciu manželstiev osôb rovnakého pohlavia?
2. Popri ťažkej ekonomickej situácii čo považujete za najväznejší spoločenský problém na Slovensku?
3. Aká je podľa vás úloha cirkvi v našej spoločnosti?

Tab. 15/ Graf 10: Hodnotenie jednotlivých anketových otázok

	1	2	3	4	5	SPOLU
1. otázka	7,14 %	7,14 %	10,71 %	17,86 %	57,14 %	100,00 %
2. otázka	10,71 %	10,71 %	10,71 %	39,29 %	28,57 %	100,00 %
3. otázka	3,70 %	3,70 %	18,52 %	29,63 %	44,44 %	100,00 %



Kritickejší boli pri hodnotení formulácie otázok mladší respondenti, spokojnejší boli starší. Respondenti do 40 rokov hodnotili negatívnejšie ako ostatní najmä prvú otázku o homosexuálnych manželstvách. Naopak, štyridsiatnici práve túto otázku hodnotili výrazne pozitívne (ani jeden negatívny alebo neutrálny hlas, tretina označila úroveň 4 a dve tretiny úroveň 5). Túto otázku vnímali veľmi pozitívne aj päťdesiatnici (80 % označilo úroveň 5).

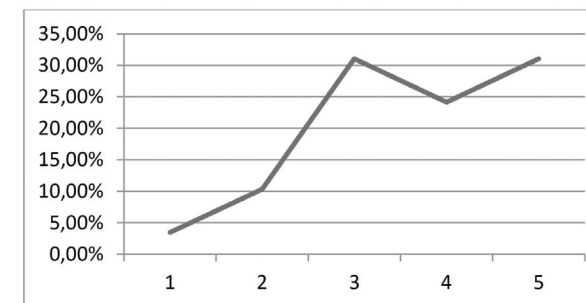
Z hľadiska čitateľskej aktivity vnímali položené otázky najpozitívnejšie tí najaktívnejší čitatelia; okrem prvej otázky o homosexuálnych manželstvách, ktorú síce čitatelia deklarujú aktivitu na stupni 5 hodnotili skôr pozitívne, ale čitatelia s aktivitou na stupni 4 ju oznámkovali nadpriemerne zle. Všetky otázky hodnotili výrazne pozitívnejšie ženy, muži boli neutrálnejší. Najväčšiu spokojnosť vyjadrili ženy s prvou otázkou (až 74 % z nich jej dalo najlepšie hodnotenie). Vzhľadom na vzdelanie sa ukázalo, že všetky tri otázky hodnotili výrazne pozitívnejšie stredoškólači, doktori boli skôr neutrálni a inžinieri a magistri neutrálni, až mierne negatívnejší.

Možnosť navrhnúť vlastnú otázku do ankety využilo 11 respondentov, čiže tretina tých, ktorí prílohu čítali. Päť navrhovaných otázok sa týkalo rodinnej problematiky: čo by kandidát v úlohe prezidenta urobil na podporu alebo obranu rodiny. Do tejto kategórie sme zaradili aj dve otázky o postoji k potratom a jednu otázku o názore na gender ideológiu. Dve navrhované otázky sa týkali názoru na odluku cirkvi od štátu. Ďalšie štyri otázky mali po jednom navrhovateľovi: sociálna otázka (riešenie príliš sa roztvárajúcich sociálnych nožníc), viera (osobný vzťah s Bohom), konkrétne plánované kroky vo funkcii a úprimné dôvody kandidatúry. Je teda zrejmé, že respondenti by radi priviedli kandidátov ku konkrétnym a úprimným, až osobným odpoveďiam; zaujímali by ich skutočné a pravdivé postoje.

Didaktický text o právomociach prezidenta hodnotili respondenti v odpovedi na otázku „Bol pre Vás osobne sprievodný text Jána Lauka o prezidentských právomociach ‚to pravé orechové‘ k prezidentským voľbám?“, pričom škála sa pohybovala od „určite áno“ po „vôbec nie“. Extrémne negatívny posudok vyslovila tretina respondentov, celkovo bola negatívnych hlasov nadpolovičná väčšina. Tretina ostala neutrálna. Úplne bez výhrad text ocenili 3 % čitateľov.

Tab. 16/ Graf 11: Hodnotenie didaktického textu o prezidentských právomociach

	1	2	3	4	5	SPOLU
	3,45 %	10,34 %	31,03 %	24,14 %	31,03 %	100,00 %



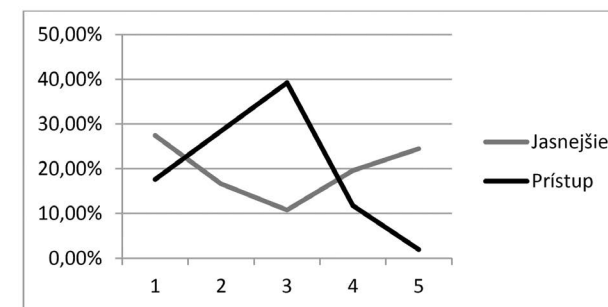
Podstatne kritickejší boli voči J. Laukovi muži (najnegatívnejšie hodnotenie zvolilo 50 % z nich, stupeň 4 zvolilo 30 % z nich), kým ženy boli mierne pozitívnejšie alebo neutrálnejšie. Kritickosť voči jeho textu jednoznačne rástla s čitateľskou aktivitou respondentov: najnegatívnejšie hodnotenie si vyslúžil od tých, ktorí deklarovali aktivitu na stupni 5 (80 % negatívnych hodnotení, 20 % neutrálnych), ale negatívne hodnotenia prevažovali aj u tých, ktorí deklarovali aktivitu na stupni 4 (viac ako 60 % negatívnych hodnotení).

Celkové očakávanie respondentov od správania Katolíckych novín v súvislosti s voľbami sme merali otázkami, či by sa noviny mali pri rôznych typoch volieb jasnejšie prikloniť ku konkrétnemu kandidátovi/kandidátom; a ako respondent hodnotí prístup novín k voľbám rôznych typov vo všeobecnosti. Škála odpovedí na prvú otázku sa pohybovala od „určite nie“ po „určite áno“; škála odpovedí na druhú otázku od „som veľmi nespokojný“ po „som úplne spokojný“. Postoj respondentov k jasnejšiemu príklonu novín ku konkrétnemu kandidátovi sa ukázal ako veľmi vyrovnaný: tábory, ktoré si ho žiadajú a ktoré ho nepripúšťajú, sú približne rovnako silné, pričom veľmi jasne za aj proti sa vyslovilo približne po štvrtine opýtaných. Neutrálny postoj zaujalo 11 % respondentov.

Takmer zrkadlový priebeh má krivka mapujúca celkové hodnotenie prístupu Katolíckych novín k voľbám rôznych typov. Až 40 % respondentov zaujalo neutrálnu pozíciu; ďalších takmer 40 % vyjadrilo nespokojnosť, pričom jednoznačnú nespokojnosť deklarovalo 18 % respondentov – kým jednoznačnú spokojnosť 2 %.

Tab. 17/ Graf 12: Postoj respondentov k potenciálnemu jasnejšiemu príklonu novín ku konkrétnemu kandidátovi a hodnotenie celkového prístupu novín k voľbám rôznych typov

	1	2	3	4	5	SPOLU
Jasnejšie	27,45 %	16,67 %	10,78 %	19,61 %	24,51 %	100,00 %
Prístup	17,65 %	28,43 %	39,22 %	11,76 %	1,96 %	100,00 %



Jasnejší príklon ku konkrétnym kandidátom si mierne viac žiadali muži, ženy zaujímali neutrálnejší postoj. Z hľadiska veku sa k jasnejším vyjadreniam novín prikláňali najmä najmladší a najstarší respondenti, štyridsiatnici boli neutrálnejší, až spokojnejší a päťdesiatnici boli výrazne spokojní. Z hľadiska vzdelania boli mierne nespokojnejší inžinieri a magistri, doktori mierne neutrálnejší, bakalári spokojní. Z hľadiska čitateľskej aktivity menej žiadajú vyhranenejší politický postoj novín aktívnejší čitatelia – až na najaktívnejších (stupeň 5), ktorí boli pomerne roztriešení (tretina zvolila odpoveď „určite nie“ a dve tretiny odpoveď „určite áno“).

Nespokojnosť s prístupom novín k volebným témam prejavili výrazne viac muži (56 % z nich je nespokojných), ženy boli skôr neutrálne alebo spokojnejšie. Z hľadiska veku prejavili najvýraznejšiu nespokojnosť najmladší respondenti do 30 rokov (až 63 % nespokojných, žiadne spokojné), medzi ostatnými sme výraznejšie výkyvy nezaznamenali, až na významnejšiu neutralitu päťdesiatnikov (63 %). Z hľadiska vzdelania výrazne vyššiu neutralitu alebo spokojnosť prejavili stredoškóľáci, nadpriemerne neutrálni boli aj bakalári. S čitateľskou aktivitou stúpala spokojnosť alebo neutralita; najradikálnejšiu nespokojnosť vyjadrili najmenej aktívni respondenti (stupeň 1,63 % nespokojných).

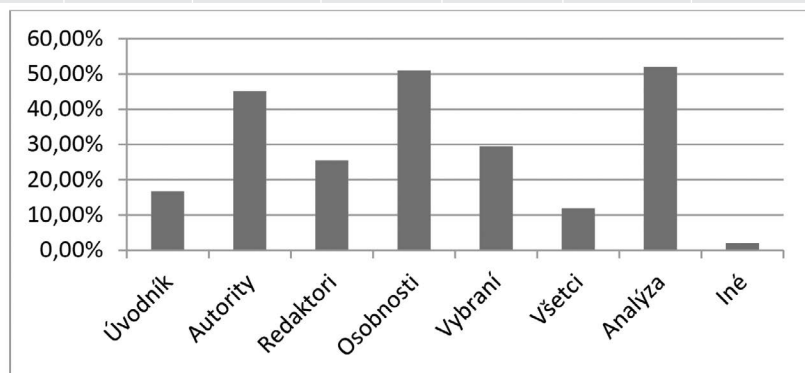
V otázke, aké iné typy textov by čitatelia na tému prezidentských volieb v Katolíckych novinách uvítali, sme respondentom ponúkli sedem možností. Označiť mohli koľkokoľvek z nich. Iné ako ponúknuté si zo 102 respondentov vybrali iba dvaja. Jeden by si rád prečítal radu morálneho teológa o prolífe postojoch kandidátov. Či radšej voliť stopercentne prolífe kandidáta bez šance na zvolenie, alebo deväťdesiatpercente prolífe kandidáta s vysokými šancami na zvolenie. Druhý čitateľ navrhol redakcii zamerať sa na analýzu volebného správania katolíkov.

Z nami ponúknutých žánrov mali najvyššiu podporu komentáre osobností (mimo redakcie a cirkevných autorít) a analýza osobností kandidátov a ich programov. Oba si želá nadpolovičná väčšina respondentov. S miernym odstupom nasledoval dopyt po komentároch cirkevných autorít. Tretina respondentov by uvítala obsiahle rozhovory s vybranými kandidátmi – rozhovory so všetkými kandidátmi by zaujímali len 12 % opýtaných. Štvrtina respondentov by dala priestor komentárom redaktorov a šestina úvodníku šéfredaktora. Ukazuje sa teda, že v žánri komentáre je najväčší dopyt po osobnostiach mimo redakcie a cirkevných autorít a len o niečo menší po názoroch cirkevných autorít. Postoje redaktorov zaujímajú čitateľov podstatne menej, najmäne túžia čítať názor šéfredaktora.

V žánri rozhovory jednoznačne vedie volanie po redakčnom výbere pred objektivistickou snahou dať priestor všetkým.

Tab. 18/ Graf 13: Žánrové preferencie respondentov

ÚVODNÍK ŠÉFREDAKTORA	KOMENTÁRE CIRKEVNÝCH AUTORÍT	KOMENTÁRE REDAKTOROV	KOMENTÁRE INÝCH OSOBNOSTÍ	ROZHOVORY S VYBRANÝMI KANDIDÁTMI	ROZHOVORY SO VŠETKÝMI KANDIDÁTMI	ANALÝZA OSOBNOSTÍ A PROGRAMOV	INÉ
16,67 %	45,10 %	25,49 %	50,98 %	29,41 %	11,76 %	51,96 %	1,96 %



Ženy sa k novým typom textov vyjadrovali striedamejšie, kým muži podstatne viac volali najmä po komentárových žánroch a rozhovoroch s vybranými kandidátmi. Analýzu si žiadajú muži aj ženy rovnako. Ženy si viac než muži žiadali rozhovory so všetkými kandidátmi. Najsilnejšie volanie po iných typoch textov všetkých kategórií sa ozývalo z kategórie najmladších respondentov (do 30 rokov). Tridsiatnici nadpriemerne preferovali rozhovory so všetkými kandidátmi a analýzy. Päťdesiatnici trojnásobne prekročili požiadavku úvodníkov šéfredaktora.

Rozhovory so všetkými kandidátmi si žiadali absolventi stredoškolského a bakalárskeho štúdia, u magistratov a inžinierov bol dopyt po nich výrazne menší, u doktorov nulový. Doktori by dali väčší priestor komentárom redaktorov a rozhovorom s vybranými kandidátmi. Stredoškóľáci si žiadali všetky ponúknuté žánre menej, pričom výrazne menší bol ich dopyt po komentároch cirkevných autorít aj iných osobností a po rozhovoroch s vybranými kandidátmi.

K možným novým žánrom sa najiniciatívnejšie vyjadrovali najaktívnejší čitatelia, čiže pravidelní – tí si žiadajú viac všetkých navrhovaných textov okrem rozhovorov so všetkými kandidátmi. Tie preferujú menej aktívni čitatelia. Z hľadiska postoja k jasnejšiemu príklonu Katolíckych novín k niektorému z kandidátov si respondenti, ktorí to odmietajú, žiadali viac rozhovorov so všetkými kandidátmi a tí, ktorí si to žiadajú, boli jednoznačne početnejší v požiadavke šéfredaktorovho úvodníka, komentárov cirkevných autorít aj rozhovorov s vybranými kandidátmi.

Respondenti nespokojní so správaním Katolíckych novín pri príležitosti volieb jednoznačne viac volali po komentároch cirkevných autorít aj redaktorov a po analýzach. Neutrálni a spokojní respondenti chcu v nadpriemernej miere rozhovory so všetkými kandidátmi. Možnosť adresovať prostredníctvom dotazníka svoj postreh alebo podnet redakcii Katolíckych novín využilo 27 respondentov, čiže viac než štvrtina. Väčšina podnetov by sa dala zhrnúť pod spoločný apel zbaviť sa strachu a nestrácať slanosť. V tomto duchu sa vyjadrilo až 60 % odpovedajúcich. Tomuto názoru do istej miery akoby protirečil jeden respondent, ktorý pochválil snahu Katolíckych novín nevieť ľudí „ako teliatka“, pretože „zrelosť, dospelosť je o prevzatí OSOBNÉJ zodpovednosti“. Ďalší respondent volal po tom, aby Katolícke noviny boli v dôležitých veciach ako voľby „hlásnikom Cirkvi“, avšak zdôraznil, že by to mali robiť kvalitne, nie prvoplánovo. Piaty respondent pripomienkoval konkrétne spracovanie volieb: žiadali si analýzy odborníkov, rozhovor s novozvoleným prezidentom, pochválili zorientovanie čitateľa v otázkach dôležitých pre kresťana, prípadne skritizovali formuláciu otázok. Štyria respondenti využili priestor na pripomienky na zdieľanie vlastného volebného rozhodovania a správania. Traja vyjadrili rozčarovanie nad verejným vystúpením kardinála Korca v prospech R. Fica.

V odpovediach tých 60 % respondentov z tých, ktorí vyjadrili nespokojnosť so spracúvaním spoločensko-politických tém v Katolíckych novinách, (resp. 16 % z celej vzorky) sa často opakovalo konštatovanie, že redakcia „sa bojí“, že noviny sú „neslané-nemastné“ alebo že „stratili slanosť“. Viacerí poukazovali na to, že ide o dlhodobé programové smerovanie Katolíckych novín, ktoré sa orientujú najmä na ľudovú zbožnosť, sú príliš lojálne s vedením cirkvi a Konferenciou biskupov Slovenska (KBS), ba podľa jedného čitateľa „odzrkadľujú rozkol v podpore rôznym politickým ponukám na Slovensku v rámci KBS“. Tento čitateľ vidí príčinu aj v „chýbajúcej politickej orientácii kňazov“ a v chýbajúcom fundovanom politickom diskurze v seminároch. Ako konštatoval ďalší čitateľ, „zúfalo tu chýba vôľa k slobodnej diskusii, kde si ľudia vedia protirečiť – úctivo, ale v záujme hľadanie skutočnej pravdy“. Katolícke noviny by podľa neho mali byť „výkladnou skriňou slovenského katolíckeho myslenia“, ale taká tu neexistuje. Vo všeobecnosti by respondenti z tejto kategórie uvítali viac otvorenosti, odvahy, priamosti, angažovanosti, názoru. Viacerí konkretizovali angažovanosť v zmysle obrany života a rodiny, pretože v tejto oblasti treba jednak „vzdelávať širokú verejnosť“ a jednak pomenovať „zodpovednosť konkrétnych ľudí“.

Záver

V rámci našej výskumnej vzorky, ktorú sme definovali ako zástupcov angažovaných čitateľov Katolíckych novín so záujmom zúčastniť sa na prieskume tohto druhu, prejavili teda vyššiu mieru kritickosti a nespokojnosti muži, mladší a menej aktívni čitatelia s vyšším vzdelaním. Tí si väčšmi žiadajú jasnejší príklon novín ku konkrétnym kandidátom v rôznych typoch volieb a sú nespokojnejší s prístupom redakcie k voľbám vo všeobecnosti.

Môžeme teda potvrdiť doterajšie zistenia C. T. Maiera a iných¹⁵ o prevahe žien v publikách cirkevných médií a o problémoch tohto typu médií pri oslovovaní mladších príjemcov. Zároveň sa ukazuje, že opatrnosť cirkevných médií v prístupe k spoločensko-politickým témam, ba až nezáujem o ne a absenciu názoru na ne, ktoré sme konštatovali v predchádzajúcom výskume,¹⁶ čitatelia Katolíckych novín vnímajú a zaujímajú k nej postoj. Ten však nie je len kritický a nesúhlasný. Tento typ postoja, ktorý vyplynul napr. z nášho staršieho kvalitatívneho výskumu,¹⁷ je vlastný iba určitému typu publika: mužskému, mladšiemu, vzdelanejšiemu, a vzhľadom na zloženie našej vzorky môžeme tiež predpokladať, že skôr mestskému.

Zaujímavý je zrkadlový priebeh parabolu pripomínajúcich kriviek požiadavky jasnejšieho príklonu ku konkrétnym kandidátom a nespokojnosti so spracúvaním volieb: kým prvá krivka má vrchol nižšie a je obrátená „dole dnom“, druhá ho má podstatne vyššie a je obrátená „hore dnom“. Znamená to, že názory čitateľov v oboch prípadoch sú pomerne vyrovnané, ale otázka jasnejšieho príklonu ku kandidátom ich oveľa viac polarizuje (málo neutrálnych postojov, vyrovnané vysoké podiely vyhranených postojov). Naopak, otázka postoja novín k voľbám vo všeobecnosti vyvoláva menej emócií (veľa neutrálnych postojov). Zároveň však treba dodať, že v tomto prípade bola vyjadrená nespokojnosť vyššia než spokojnosť.

Ako prvok zdanlivo „narúšajúci“ systém sa vo viacerých momentoch prejavovali respondenti z kategórie šesťdesiatnikov a z kategórie najaktívnejších čitateľov. Ak totiž všeobecná spokojnosť s novinami rástla s vekom a čitateľskou aktivitou, práve v týchto hraničných kategóriách to celkom neplatilo. Vysvetliteľné je to pri najaktívnejších čitateľoch, kde tvorili väčšinu muži. Naopak, medzi šesťdesiatnikmi bol výrazný nepomer v prospech žien (trojnásobok oproti mužom). Napriek tomu bolo medzi nimi viacero tých, ktorí sú v rôznych rozoberaných oblastiach s Katolíckymi novinami nespokojní a zároveň si žiadajú jasnejší príklon ku konkrétnym kandidátom pri spracúvaní volebnej tematiky.

Zdá sa teda, že dopyt po spoločensky angažovanejšom cirkevnom periodiku, na ktorý upozorňuje napr. I. Gazda,¹⁸ je aktuálny. Náš výskum ukázal, že aktívne mediálne publikum požaduje aj od cirkevných médií typickú mediálnu konkrétnosť a jednoznačnosť; neurčitý všeobecný postoj ich neuspokojuje. Potvrdzujú sa tak konštatovania D. Contrerasa¹⁹ o prirodzených a nevyhnutných charakteristikách „mediálneho jazyka“.

Napokon možno na okraj spomenúť zaujímavú okolnosť, ktorá sa objavila v podnetoch respondentov určených redakcii Katolíckych novín. Azda aj pre formuláciu výzvy na napísanie postrehov ich viacerí formulovali štýlom „vy nerobte“, „vy urobte“. Toto stotožnenie výskumníčky s redakciou pôsobí kuriózne, zároveň však podčiarkuje zámer a záväzok závery výskumu redakcii naozaj sprostredkovať. Azda prospejú.

LITERATÚRA:

ARASA, D.: *Church Communications Through Diocesan Websites. A Model of Analysis*. Roma : Edusc, 2008. 455 p. ISBN 978-88-8333-186-2.

ARASA, D., CANTONI, L., RUIZ, L. (eds.): *Religious Internet Communication. Facts, experiences and trends in the Catholic Church*. Roma : Edusc, 2010. 250 p. ISBN 978-88-8333-203-6.

CONTRERAS, D. (ed.): *Chiesa e comunicazione. Metodi, valori, professionalità*. Roma : Libreria Editrice Vaticana, 1998. 176 p. ISBN 978-88-2092-538-3.

CONTRERAS, D.: Il linguaggio giornalistico: caratteristiche e limiti. In LA PORTE, J. M. (ed.): *Introduzione alla Comunicazione Istituzionale della Chiesa*. Roma : Edusc, 2009, p. 109-129. ISBN 978-88-8333-225-8.

15 Porov.: MAIER, C. T., O'NEIL, N. B., HARDEN FRITZ, J. M.: *Who Reads Catholic Newspaper? Exploring Readership in a Changing Industry*. In *Journal of Media and Religion*, 2014, Vol. 13, No. 3, p. 153-169.

16 Porov.: RONČÁKOVÁ, T.: *Spracovanie prezidentských volieb 2014 v cirkevných médiách*. In PETRANOVÁ, D., PAVLŮ, D., PRAVDOVÁ, H. (eds.): *Demokratizačná funkcia médií: ideál a realita – Megatrendy a médiá 2014*. Trnava : Fakulta masmediálnej komunikácie UCM v Trnave, 2014, s. 147-166.

17 Porov.: RONČÁKOVÁ, T.: *Prienik náboženského a publicistického štýlu III. Môže cirkev hovoriť mediálnym jazykom?* Praha : Paulinky, 2010, s. 236-239.

18 Porov.: GAZDA, I.: *Potreba rodinného kresťanského časopisu na Slovensku: Dôvody, možnosti, koncepcia*. In RONČÁKOVÁ, T., POVAŽAN, J., IZRAEL, P. (eds.): *Rodina a médiá*. Ružomberok : FF KU v Ružomberku, 2009, s. 226-235.

19 Porov.: CONTRERAS, D.: Il linguaggio giornalistico: caratteristiche e limiti. In LA PORTE, J. M. (ed.): *Introduzione alla Comunicazione Istituzionale della Chiesa*. Roma : Edusc, 2009, p. 109-129.

CONTRERAS, D.: *La Iglesia católica en la prensa. Periodismo, retórica y pragmática*. Pamplona : Eunsa, 2004. 379 p. ISBN 978-84-3132-232-8.

DLUHÝ, R.: *Kerygma in Television Broadcasting*. In *Graduate Students' Conference: Conference Proceedings*. Ostrihom, Piliscaba : Pázmány Péter Catholic University, 2013, p. 160-164. ISBN 978-963-308-134-1.

DLUHÝ, R.: *Media effects of basic Christian message presented on television*. In *Revista română de Jurnalism și Comunicare*, 2013, Vol. 8, No. 2-3, p. 69-79. ISSN 1842-256X.

GAZDA, I.: *Potreba rodinného kresťanského časopisu na Slovensku: Dôvody, možnosti, koncepcia*. In RONČÁKOVÁ, T., POVAŽAN, J., IZRAEL, P. (eds.): *Rodina a médiá*. Ružomberok : FF KU v Ružomberku, 2009, s. 226-235. ISBN 978-80-8084-421-9.

GAZDA, I., KULLA, A.: *The Use of New Media in the Catholic Church*. In *Informatologia*, 2013, Vol. 46, No. 3, p. 232-239. ISSN 1330-0067.

GAZDA, I.: *Tlačové stredisko Svätej stolice*. In *Otázky žurnalistiky*, 2012, Vol. 55, No. 3-4, s. 88-94. ISSN 0322-7049.

GAZDA, I.: *Vatikánsky denník L'Osservatore romano*. In *Otázky žurnalistiky*, 2010, Vol. 53, No. 3-4, s. 135-146. ISSN 0322-7049.

GONZÁLEZ GAITANO, N.: *Evangelizzare con i mass media?* In *Studi Cattolici*, 2001, Vol. 46, No. 484, p. 404-412. ISSN 0039-2901.

MAIER, C. T., O'NEIL, N. B., HARDEN FRITZ, J. M.: *Who Reads Catholic Newspaper? Exploring Readership in a Changing Industry*. In *Journal of Media and Religion*, 2014, Vol. 13, No. 3, p. 153-169. ISSN 1534-8423.

RONČÁKOVÁ, T.: *Prienik náboženského a publicistického štýlu I. Keď chce cirkev hovoriť mediálnym jazykom*. Ružomberok : FF KU v Ružomberku, 2009. 180 s. ISBN 978-80-8084-420-2.

RONČÁKOVÁ, T.: *Prienik náboženského a publicistického štýlu II. Ako cirkev hovorí mediálnym jazykom*. Ružomberok : FF KU v Ružomberku, 2009. 208 s. ISBN 978-80-8084-419-6.

RONČÁKOVÁ, T.: *Prienik náboženského a publicistického štýlu III. Môže cirkev hovoriť mediálnym jazykom?* Praha : Paulinky, 2010. 479 s. ISBN 978-80-7450-011-4.

RONČÁKOVÁ, T.: *Spracovanie prezidentských volieb 2014 v cirkevných médiách*. In PETRANOVÁ, D., PAVLŮ, D., PRAVDOVÁ, H. (eds.): *Demokratizačná funkcia médií: Ideál a realita – Megatrendy a médiá 2014*. Trnava : Fakulta masmediálnej komunikácie UCM v Trnave, 2014, s. 147-166. ISBN 978-80-8105-588-1.

Výsledok volieb o prezidentské kreslo záleží na každom z nás. (Volebná príloha.) In: *Katolícke noviny*, 2014, Vol. 129, No. 9, s. 1-4.

