

## **Koreferát k príspevkom z konferencie *Krízové situácie v česko-slovenskom kontexte po roku 1989.***

*Koreferát obsahuje krátke alebo dlhšie zhrnutie a reflexiu prednesených konferenčných príspevkov.*

**PaedDr. Viktória Šoltésová, PhD.**

### 1. téma: *Biblia a dnešná cirkev*

1. Jíří Lukeš analyzuje vybrané obranné reči apoštola Pavla zo Skutkov svätých apoštolov. Po odmietnutí jeruzalemským publikom Lukáš prezentuje Pavla aj ako sekulárnu osobu. Je známe, že apoštol Pavol mal znalosti antickej rétoriky. Tento fakt, ako aj jeho rímske občianstvo, Lukáš opakovane spomína v kontexte budúceho svedectva v Ríme. V reči pred Agrippou poukazuje Pavol na kresťanstvo ako na významný spoločenský fenomén. Ako uvádza autor, v krízových situáciách nenastáva zmena stratégie misie u Pavla, neznamená zrieknutie sa poslania. Pavol má prepracovanú argumentáciu. Možno aj vďaka opakovaným krízovým situáciám bol Pavol vedený ku hlbšej interpretácii Kristovho kríža.

Ak to rozmeníme na drobné, spôsoby vykonávania misie efektívne v minulých desaťročiach sa javia ako menej použiteľné. Obsah zvesti sa nemení, ale menia sa niektoré stratégie. Pavol svoju stratégiu nemení – nebol to totiž iba spôsob konania misie, ale šlo o nadčasové poslanie kázať Krista pohanom. Ak by sme chceli na pozadí tejto analýzy interpretovať misijnú situáciu dnešnej cirkvi, mohli by sme sa zamerať práve na nové pochopenie povahy a kvality misie. Empirické štúdie sa zameriavajú hlavne na misijnú prax. Ak by sme svoj pohľad zúžili na situáciu v Čechách a na Slovensku, čiastkové výskumy misijných stratégií mapujú reakcie misijných pracovníkov. Na druhej strane však chýbajú reakcie bežných konvertitov, ktorí by mohli lepším spôsobom dotvoriť mozaiku poznania v oblasti efektívnosti misijnej práce.

2. Juraj Laššuth rozoberá tézu o konci dejín autora Francisa Fukuyamu, pričom sa okrem jej otvorenej kritiky zameriava aj na pôsobenie kresťana v súčasnom svete. Definuje zásadné problémy spoločenských a politických vzťahov. Ako uvádza, despotizmus sa podľa Kanta v náboženskom myslení a v politike prejavuje inak. „*Ich spoločným znakom je ale neschopnosť používať rozum bez vedenia niekoho iného.*“ Je to vláda, ktorá nie je založená na súhlase a ktorá nerefektuje zákon slobody. Konceptiu konca svetových dejín vidí autor v kontexte kresťanstva ako ustanovenie plnosti Božieho kráľovstva na zemi. V Starej zmluve upozorňuje na dva hlavné súvisiace texty interpretované v kresťanstve:

- Izaiášova tradícia služobníka (svet je prázdny a čaká Božiu zvest' - všetci prijmu Boha - večný mier)
- Danielova vízia ríše Syna človeka (dualita dvoch spôsobov vlády – boj božských a protibožských síl – svet ako nepriateľské miesto).

Ježiš sa hlási k obom tradíciám a pôsobenie cirkvi sa tak stáva situáciou označovanou ako „*už a ešte nie*“. Skeptická Pavlova teológia zameraná na utrpenie kresťanov vo svete je vyvážená optimistickým pohľadom knihy Skutky svätých apoštolov. Autor rozoberá politickú teológiu v prístupe k Rímskej ríši, jednalo sa o dôležitú otázku rannej cirkvi. S novou pozíciou štátnej cirkvi sa pokúsil vysporiadať vo svojich dielach biskup Eusebios z Cezarey (rok 313 je považovaný za koniec svetových dejín). V tejto súvislosti Laššuth naznačuje spojitosť s vnímaním politickej situácie v Českej republike. Cituje napríklad Masarykovu tézu o konflikte teokracií a demokracií počas prvej svetovej vojny. V kontexte vývoja po páde komunizmu vidí znaky konca dejín v rétorike porážky „posledného nepriateľa“. Konceptia konca dejín bola zjavná v rétorike politikov a farárov v porevolučnom období. Využitie tohto

konceptu je pochopiteľné vzhľadom na historickú skúsenosť kresťanských cirkví s prenasledovaním. Laššuth uvádza niekoľko spôsobov, ako môžu kresťania v situácii konca dejín reagovať. Za vhodnú považuje redefiníciu problémov – koniec dejín nie je, zlo zostáva, ale súčasne je reálna nádej na zmenu. Ako alternatívu ku koncepcii konca dejín ponúka koncepciu sveta polyteizmu hodnôt a sveta politickej sféry, kde sa tieto hodnoty stretávajú. Reflexiu *plurality koncepcií dobra* vidí v prácach Maxa Webera a Hansa Morgenthaua, rovnako ako aj v teologických prácach Reinholda Niebuha. Za významných predstaviteľov tejto teórie *etického realizmu* považuje autorov A. Lievena a J. Hulsmana. Oproti Kantovmu optimizmu konca dejín kladie do popredia Morgenthau realistické očakávania v oblasti politickej filozofie. *Zlo nemôže byť vytlačené, iba limitované*. Morgenthau vníma tragickú situáciu človeka vo svete. Politický realizmus považuje Laššuth za vhodnú alternatívu pôsobenia kresťana vo svete, a to v pavlovsko- augustínovskej tradícii. Navrhuje koncepciu politickej sféry ako priestoru pre stret plurality hodnôt, aj v snahe vyhnúť sa rozčarovaniám z kontroverzných „koncov dejín“ v budúcnosti.

Pozrime sa na úlohu kresťana vo svete očami iného autora, teológa zaoberajúceho sa kresťanskou etikou. Kresťania sa majú podľa I. Kišša snažiť o uskutočňovanie spravodlivosti vo svete, a to analogicky so základnými etickými hodnotami spirituálneho kráľovstva Božieho, ktorými sú: spravodlivosť, láska, sloboda, rovnosť, pravda, pokoj, milosrdenstvo, spoločenstvo, úcta k životu a etický fenomén práce. *Spirituálne hodnoty kráľovstva Božieho sa musia analogicky stávať aj etickými humánnymi hodnotami sveta*.<sup>1</sup> Kresťanská etika má závažné špecifikum. V jej centre nie je abstraktný a sprostredkovaný normatívny zákon (ako v starozákonnej etike), ale živá, konkrétna osoba Ježiša Krista. Podľa H. U. von Balthasara je *Kristus* konkrétnym kategorickým imperatívom, nakoľko on sám je normou personálno-konkrétnou, nie iba formálnou univerzálnou normou etického konania. Morálka Nového zákona zdôrazňuje tri základné aspekty: príchod Božieho kráľovstva, naplnenie zákona - výzva ku konverzii a pokániu a najvyšším príkazom je plniť Božiu vôľu.<sup>2</sup> Ideálom kresťana je život podľa príkladu Ježiša Krista.

## 2.téma: *Spoločnosť a ekonómia*

1. Markéta Sedláčková skúma demokraciu v českej spoločnosti a dôveru v demokraciu. Fungovanie občianskej spoločnosti je závislé na kvalite sociálnych vzťahov, autorka upozorňuje na potrebu všeobecnej dôvery pre fungovanie demokracie. Mapuje pokles dôvery v demokraciu v Českej republike (napr. v roku 1998). Legitimita - dôvera v oprávnenosť demokratického systému je kľúčová. Výskumníci však narážajú na rozdielne pochopenie demokracie u odlišných skupín obyvateľstva, sociológovia upozorňujú na rozdielne chápanie pojmu v hovorovej reči v porovnaní s jeho vedeckou definíciou. Autorka cituje výskum demokratických hodnôt v Českej republike, rovnako ako aj dôveru v inštitúcie a všeobecnú dôveru v iných ľuďoch. Zistený nedostatok dôvery v rôznych oblastiach spoločnosti vidí autorka ako brzdu rozvoja demokratickej spoločnosti a systému trhového hospodárstva.

Kvalita života vyžaduje celistvosť: materiálne aj duchovno-kultúrne hodnoty. Hodnoty ovplyvňujú vzťah k sebe a k iným ľuďom, ale taktiež aj k okolitému prostrediu. V súčasnosti sa stále viac hovorí o kríze hodnotových sústav. Schwartzov výskum potvrdil, že základné problémy, ktorým spoločnosti čelia sú vzťah jednotlivca a spoločnosti, zabezpečenie zodpovedného správania členov spoločnosti a vzťah ľudstva k prírode a k celosvetovému

<sup>1</sup> KOMOROVSKÝ, J. *Mravný poriadok a jeho náboženská sankcia*. Bratislava : UK, 1999. 209 s.; s. 198-199. ISBN 80-223-1388-2

<sup>2</sup> HREHOVÁ, H. *Význam a naliehavosť kresťanskej etiky*. Dostupné na internete: <http://www.uski.sk/zaklad.htm> 16.4.2008

spoločenstvu.<sup>3</sup> Každý človek má svoje hodnoty a ciele a pre spoločnosť je dôležité, nakoľko majú hodnoty jednotlivca objektívnu platnosť, keďže v každej spoločnosti platí určitý systém hodnôt.<sup>4</sup> Na význam univerzálnych hodnôt, pri ktorých dochádza ku konsenzu medzi teóriami náboženských a sekulárnych hodnôt poukázali a. E. Bergin a I. R. Payne.<sup>5</sup> Dôvera v demokratický systém je špecifickým problémom výskumu hodnôt. Oproti objektívnej mravnej požiadavke (napr. Kantov kategorický imperatív) stojí dominantnosť slobody jednotlivca, ktorú môžeme sledovať napríklad u S. Kierkegaarda. Podľa M. Bubera je fundamentálnym faktom ľudskej existencie človek s človekom vo vzájomnej komunikácii.<sup>6</sup> Za základ nášho ľudstva považuje *vzťah*. Tento princíp otvára Buberovi nové pohľady do kultúrnej antropológie, do filozofických, náboženských i politických otázok.<sup>7</sup> Potreba spoločenských hodnôt, ako aj demokracie, je však často v súčasnosti popieraná. Predstavitel' *neopragmatizmu* P. Rotry sa k filozofii hodnôt vyjadril nasledovne: „Dichotómia faktov a hodnôt vznikla ako dôsledok dichotómie objektívneho a subjektívneho, takže *objektívna hodnota* znie dnes rovnako mytologicky ako *okrídlený kôň*“.<sup>8</sup> Proklamácia objektívnych hodnôt (ako napr. demokracia) ako podpora rozvoja sociálnych vzťahov je z tohto pohľadu pre pragmaticky nasmerovanú spoločnosť neadekvátne. Bez akceptácie objektívnych hodnôt sa však v praxi žiadna spoločnosť nezaobíde.

2. Andrej Miklošik: Prehodnocovanie výdavkovej časti na reklamu pri prechode medzi fázami hospodárskeho cyklu si všimá vo svojom príspevku Andrej Miklošik. Poukázal okrem iného na dlhodobé trendy v presune výdavkov na reklamu v moderných médiách ako je internet, reklama v mobilných telefónoch a pod. Na základe svojho výskumu konštatuje, že zadávatelia reklamy na Slovensku sú napr. v porovnaní s USA konzervatívnejší.

Harold Laswell, politický vedec a jeden zo zakladateľov disciplíny komunikácie, skonštruoval základný vzorec mediálnej komunikácie: „Kto hovorí komu cez aký kanál a pre aký efekt?“ Publikum je však zároveň konzumentom aj producentom myslenia. Konzument dekóduje a interpretuje médiá spôsobmi, ktoré sú vytvorené z jeho sociálnych a kultúrnych situácií a z toho ako subjektívne tieto vplyvy skúma. Vo výskume sa začal používať termín: „interpretáčnej komunity“. Problematika subkultúr a ich preferencie určitého druhu materiálu v médiách je samostatnou kapitolou skúmania.

V USA bolo v r. 1986 2% celkového národného produktu použitého na reklamu (Asociácia národných reklamných pracovníkov, USA, 1988) nerátajúc výdavky na dizajn, marketing a produkciu. Medzi princípy reklamy definované „Reklamnou federáciou Ameriky“ je zahrnutý aj tento: „*Dobrá reklama informuje konzumenta a pomáha mu kupovať inteligentnejšie*“. Pri ich tvorbe sa však kladie väčší dôraz na emocionálnu stránku konzumenta.<sup>9</sup> TV reklamy trvajú väčšinou 60, 30, 15 alebo dokonca 10 sekúnd. Zväčša sú dramatičnosťou hodnoty starostlivosti o práva zákazníka ako spôsob života, radosti a výhody konzumnej spoločnosti. TV reklamy často preberajú štruktúru *konflikt - vyriešenie* z programového vysielania. Vystáva závažná otázka: Je reklama informácia alebo persúázia?

<sup>3</sup> SCHWARTZ, S., H. A Theory of Cultural Values and Some Implications for Work. In *Applied Psychology : An International Review*. Vol. 48, No.1, 1999, pp. 23-47. ISSN 0269-994X

<sup>4</sup> GRÁC, J. *Pohľady do psychológie hodnotovej orientácie mládeže*. 1. vyd. Bratislava : Slov. pedagogické nakladateľstvo, 1979. 338 s.; s. 36. bez ISBN

<sup>5</sup> STRÍŽENEC, M. Názory popredných psychológov na vzťah osobnosti a religiozity/spirituality. In kol. autorov *Religiozita, spiritualita a osobnosť. vybrané kapitoly z psychológie náboženstva*. Bratislava : Ústav experimentálnej psychológie SAV, 2006. 167 s.; s. 5-11.; s. 10. ISBN 80-88910-22-6

<sup>6</sup> BUBER, M. *Problém človeka*. Praha : Kalich 1997. 159 s.; s. 150. ISBN 80-7017-109-X

<sup>7</sup> BUBER, M. *Já a ty*. Olomouc : VOTOBIA, 1995. 120 s.; s. 103. ISBN 80-7198-042-1

<sup>8</sup> BROŽÍK, V. *O hodnotách a lúďoch*. Nitra : FF UKF, 2006. 177 s.; s. 118. ISBN 80-8050-958-1

<sup>9</sup> DOWNING, John - MOHAMMADI, Ali - SREBRENÝ-MOHAMMADI, Anabelle, 1991: Questioning the Media: A critical introduction. USA: Sage publications, 1991. 3. edícia. ISBN 0-8039-3642 s. 330

Učiť, ako vnímať reklamu kriticky, je dôležitou úlohou odborníkov, ktorí nám môžu pomáhať vyháňať sa manipulácii. Pre predaj svojich produktov korporácie tvoria kampane aby svoje produkty asociovali s pozitívnymi a žiaducimi vzormi. Reklama predáva svoje produkty a obraz sveta cez verbálne a vizuálne vyjadrenia a design s vyrátaným psychologickým efektom a marketingovou stratégiou. Masmédiá svojim pôsobením obsiahnu veľké publikum, nadobúdajú veľký politický a ekonomický vplyv. Ich kontrola sa stáva preto osobitným problémom demokratického právneho štátu. Preto sa poznatky o problematike masovej kultúry, masovej komunikácie a masmédií stávajú predmetom pozornosti tých vedných odborov, ktorých predmetom záujmu sú otázky kolektívneho správania. Tieto skutočnosti nás vedú k tomu, aby sme odporúčali konfrontovať slobodu tvorivého prejavu s potrebou ochrany detí a mládeže pred negatívnym vplyvom masmédií, ako naliehavú sociálnu potrebu, ktorá v konečnom dôsledku odráža prania rodičov a výzvy odbornej verejnosti.

### 3. téma: *Osobnosť, identita*

1. Alexander Plecner sa zaoberá populárnou kultúrou, ktorá zahŕňa ako sprievodné javy aj krízu intimity a komunikácie, rovnako ako aj krízu rodovej identity. Kríza komunikácie vyúsťuje do výčítiek, sebaľútosti, výbuchov zlosti, manipulatívnej formy komunikácie atď. V neskoromodernej spoločnosti človek stratil istotu poznania vo vlastnej skúsenosti. Spomínané faktory autor skúma na pozadí aktuálnych vydaní „lifestylových časopisov“, ktoré ponúkajú nahliadnutie do imaginárneho ideálneho sveta. Po podrobnom rozobraní skúmaných premenných autor konštatuje, že neskoromodernému človeku chýba koncept *životného zmyslu ako stabilizujúcej perspektívy*.

Koncept životného zmyslu je veľmi aktuálny. V. E. Frankl považuje za základnú zodpovednosť človeka hľadanie zmyslu života, individuálny dlhodobý životný zmysel nazýva „povolanie“.<sup>10</sup> Ku naplneniu základných potrieb človeka patrí naplnenie „vôle ku zmyslu“. Frankl kladie zmysel života do duchovnej dimenzie človeka (nie nutne v náboženskom význame). Popisuje tri hodnotové kategórie: *tvorivé hodnoty*, *zážitkové hodnoty* a *postojové hodnoty*. Jednotlivé prvky jeho teórie úzko súvisia s hľadaním vlastného svetového a hodnotového názoru. P. T. P. Wong spresnil Franklov pojem noetický rozmer osobnosti, pričom „noetický rozmer osobnosti podľa neho leží v oblasti prelínania sa psychickej a spirituálnej dimenzie“.<sup>11</sup> Ako upozornil Chlewinski, centrálny predmet vo vedomí je regulátorom fungovania človeka. Ak je religiozita, ako individuálne prežívané náboženstvo, centrálnou hodnotou, potom sú jej ostatné hodnoty podriadené.<sup>12</sup> Na Slovensku sa výskumu životného zmyslu venuje P. Halama, skúmal ako vzniknuté hodnoty a hodnotový systém ovplyvňujú správanie človeka.<sup>13</sup> Rozvoj *existenciálnej inteligencie* jednotlivca pomôže podľa Halamu interpretovať svoj život ako zmysluplný a dokáže ponúknuť hodnotné ciele, a tým prežívať svoj život ako naplňujúci.<sup>14</sup>

2. Mária Matulčíková vo svojom príspevku *Kontinuita a premeny detstva v pedagogických súvislostiach* upozorňuje okrem iného na vplyv médií na dnešné deti. Podporuje mediálnu výchovu detí, zameriava sa na výskum roly a autority otca v súčasnej rodine.

<sup>10</sup> DRAPELA, V., J. *Přehled teorií osobnosti*. Praha : Portál, 1997. 175 s.; s. 145-153. ISBN 80-7178-251-3

<sup>11</sup> HALAMA, P. Teoretické a metodologické prístupy k problematike zmyslu života. In *Československá psychologie*. Roč. 44, 2000, č. 3, s. 216-236; s. 221. ISSN 0009-062X

<sup>12</sup> STRÍŽENEC, M. *Psychológia náboženstva*. Bratislava : Veda, 1996. 108 s.; s. 66. ISBN 80-224-0475-6

<sup>13</sup> HALAMA, P. Vývin a konštrukcia škály životnej zmysluplnosti. In *Československá psychologie*. Roč. 46, 2002, č. 3, s. s. 265-276; s. 266. ISSN 009-062X

<sup>14</sup> HALAMA, P. *Zmysel života z pohľadu psychológie*. Bratislava : SAP, 2007. 223 s.; s. 107. ISBN 978-80-8095-023-1

Mediálny výskum, zvlášť zameraný na témy ovplyvňujúce deti, je štandardným pokusom o vytvorenie vhl'adu do dlhodobého socializačného vplyvu masovej komunikácie. D. Morley sa zaujímal o rolu pozerania TV, ktorú nazýval „politikou obývacej izby“. Zaujímavé by bolo sa pozrieť na vzťahy medzi rodičmi a deťmi v kontexte mediálneho správania. Médiá hrajú významnú úlohu v aranžovaní našich každodenných životov a sociálnych vzťahov.

Pre dieťa je mimoriadne dôležité naplnenie potreby bezpečia, stimulácie, úspešnosti a pre ďalší rozvoj osobnosti dieťaťa má veľký význam naplnenie potreby vlastnej zodpovednosti.<sup>15</sup> Prístup J. Piageta, ktorý vyvodzoval formovanie morálnych postojov detí z vnútorných zdrojov, je v rozpore s teóriami, ktoré uprednostňujú vplyv socializácie a socio-kultúrneho prostredia. Podľa Muchovej je úlohou rodičovskej výchovy vytvoriť psychický „prazákľad“ pre prijatie kresťanského posolstva.<sup>16</sup> Rodina je prvým prostredím, kde sa začína socializácia i výchova dieťaťa a teda i utváranie jeho osobnosti. Úlohou katechézy je jednak posilňovať pozitívne socializačné vplyvy medziosobných vzťahov, ale taktiež budovať vzťahy dieťaťa na biblických základoch. Ochota odpúšťať, pomáhať a prijímať je meradlom jednoty s Bohom (Evanjelium podľa Matúša 5, 45 a 48; 6, 12; 25, 40-45). Túžba po hodnotovej výchove je jednou z odpovedí na krízu orientácie, ktorú rýchla kultúrna premena moderných spoločností spôsobila.<sup>17</sup>

Existuje veľké množstvo spôsobov, ktorými sa rodičia, učitelia, náboženské inštitúcie a spoločnosť snažia sprostredkovať hodnoty. Priame *vštepovanie* hodnôt sa najlepšie osvedčuje pokiaľ existuje úplná zhoda v tom, čím sú tieto tzv. žiaduce hodnoty tvorené. Obmedzenie priameho vštepovania hodnôt spočíva v tom, že tento spôsob často vedie k rozporom medzi teóriou a praxou. Ďalší spôsob sprostredkovania hodnôt je *príkladovanie*. Ísť príkladom je preto taký účinný spôsob výučby hodnôt, pretože predstavuje živé príklady v praxi. Samozrejme, že ako príklad pôsobíme, či sa o to vedome usilujeme alebo nie. Všimame si, ako sa iní ľudia správajú a ako zvládajú závažné rozhodnutia. Taktiež si všimame, či ich chovanie zodpovedá ich proklamovanej viere. Všetci neustále slúžime ako príklad pre ostatných, či už ako pozitívny, alebo negatívny vzor. Ísť príkladom je rovnako ako vštepovanie dôležitý a nutný spôsob predávania hodnôt, samozrejme, že má aj svoje obmedzenia. Hlavný problém spočíva v tom, že ľudia sú obklopení mnohými rôznymi príkladmi, ktoré môžu nasledovať. Práve rola otca spočíva aj v snahe a hľadaní ako pomôcť deťom zvoliť si svoje životné hodnoty.

**Záverom:** Novoveký projekt ľudskej slobody predpokladá, že každý chce byť zrelou osobnosťou, ktorá svoj život vníma ako poslanie. Nie je to však tak. Preto sa pýtame, či v českej a slovenskej spoločnosti ako celku v postkomunistikej dobe, ako aj rodinám a jednotlivcom, nechýba práve tento zjednocujúci prvok. Interdisciplinárny výskum, ktorého výstupom je okrem iného aj reflektovaná konferencia v Bratislave, priniesol konštruktívnu diskusiu o krízových spoločenských situáciách z perspektívy teológov, kresťanských pracovníkov a odborníkov z oblasti spoločenských vied. Práve tieto „pohľady do vnútra domu z iných paralelných okien“ sú novým občerstvujúcim aspektom, ktorý môže priniesť dobré ovocie aj v štúdiu misiológie v našom kontexte.

<sup>15</sup> HOMOLA, M. *Motivace lidského chování*. Praha : Státní pedagogické nakladatelství, 1977. 359 s.; s. 271-272.

<sup>16</sup> MUCHOVÁ, L. *Úvod do náboženské pedagogiky*. České Budějovice : Pedagogická fakulta Jihočeské univerzity, 1992. 147 s.; s. 83. ISBN 80-7040-052-8

<sup>17</sup> BREZINKA, W. *Filozofické základy výchovy*. Praha : Zvon, 1996. 213 s.; s. 7. ISBN 80-7113-169-5