

# CO ČEKAJÍ ČEŠI OD KATOLICKÉ CÍRKVE PASTORAČNÍ A KOMUNIKAČNÍ PŘÍLEŽITOSTI

**data z výzkumů**

připraveno pro kněžský den v Plzni 11. 10. 2016

# Výzkum veřejného mínění leden 2016

Hlavním cílem výzkumu bylo získat a vyhodnotit informace týkající se vztahu české populace k Římskokatolické církvi v ČR.

Výsledky výzkumu mají poskytnout podporu pro komunikaci a zlepšit vnímání katolické církve v ČR.



# Zkoumání víry a vztahu k církvi

- Navazuje na předchozí výzkumy; koresponduje s IPSOS a SLDB.
- Obsahuje řadu dat - vy jste reprezentanti církve, kteří přicházejí s lidmi nejčastěji do osobního kontaktu, proto jsem pro vás vybrala hlavně údaje týkající se tzv. interakční vazby (osobních kontaktů):
  - Na co Češi „slyší“;
  - co vlastně (ať už věřící nebo nevěřící) od církve a od „pánů farářů“ chtějí a očekávají;
  - co je citlivé, co naopak nechtějí slyšet;
  - co lidi při návštěvách kostela trápí a co jim naopak pohladí duši, případně kde mohou vznikat nedorozumění.
- Výzkum byl realizován na nadstandardně velkém vzorku dat a poprvé máme reprezentativní data i pro jednotlivé diecéze.
- Možná Vám jen potvrdím něco, co už dávno víte, ale možná, že něco bude i pro Vás nové a nějak Vám pomůže.

# Summary informace a image - obecně

- Hlavními neosobními touchpoints s církví je TV (přes 50%) a **Internet (i když online zpětně zosobňuje kontakt)**.
- K přímé interakci dochází především skrze návštěvu kostela (50%).
- Vnímání představitelů katolické církve v ČR je spíše negativní, **a to stejnou měrou díky hlavním i lokálním zástupcům**  
(ve FG jsme se ptali proč a jaké zkušenosti konkrétně).
- Hlavním představitelům je vytýkána formálnost, odměřenost.
- **Lokální představitelé (faráři) jsou kritizováni za přísnost a lpění na pravidlech.**
- Představitelé, kteří jsou vnímání pozitivně: Czendlik, Malý, Halík –  
Proč? Díky **otevřenosti, uvolněnému projevu, lidskosti, zájmu o aktuální společenská témata.**
- S kým jak a komunikujete a vy ??

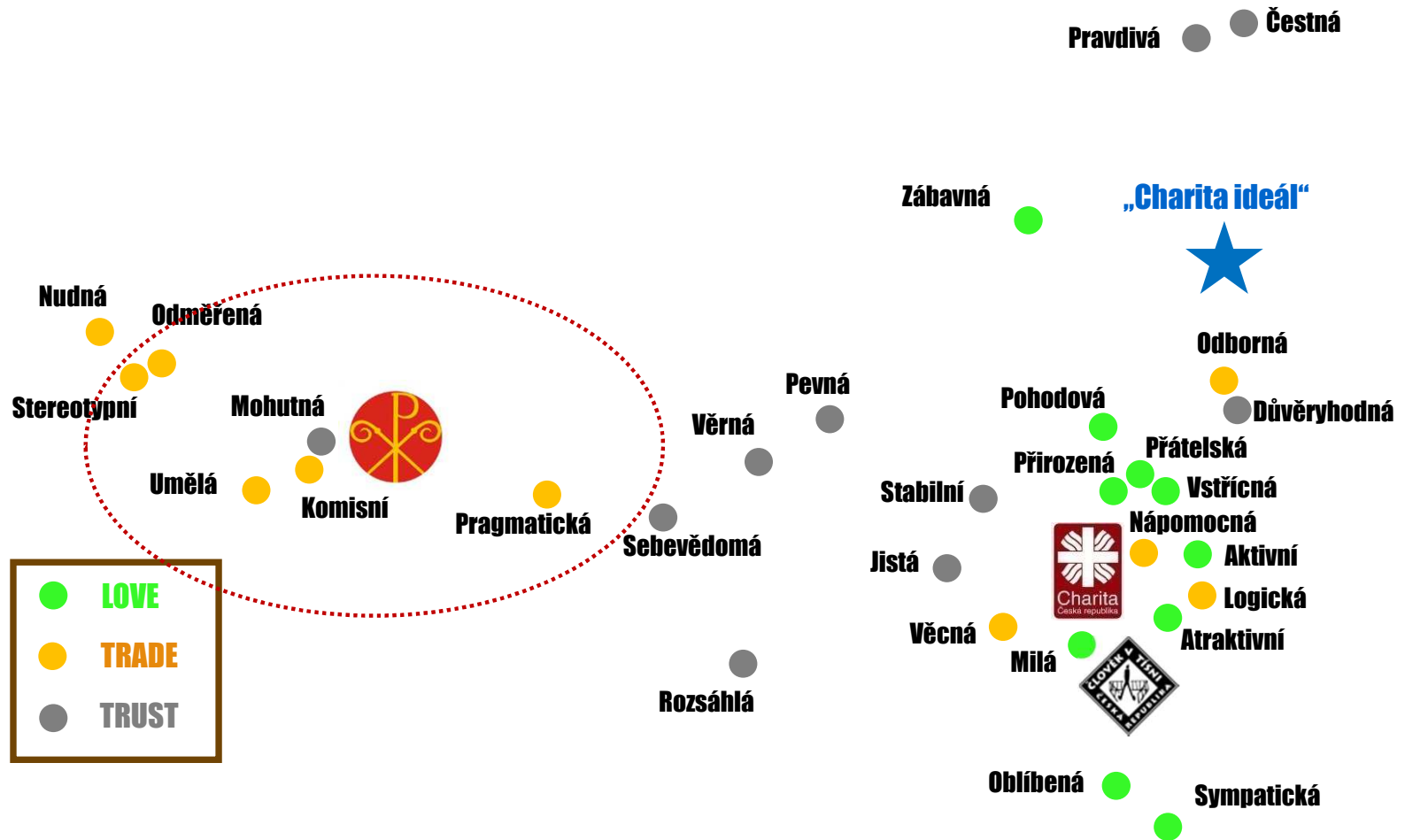
# Katolická církev se profiluje především jako TRADE mark . Charita ČR jako LOVE mark.

**LOVE x TRADE x TRUST**  
**TEST: Typické**  
**příklady**  
**vyhraněných značek**  
**pro jednotlivé**  
**kategorie:**

**LOVE: Google, Ferrari,**  
**Apple**

**TRUST: ING, Rolls**  
**Royce**

**TRADE: Microsoft,**  
**Tesco**



Ideální profilace velké firma je „trust“. Ideální profilace neziskové organizace je „Love.

Pozn.: Image Field je vytvořen metodou korespondenční analýzy a vystihuje relativní vzdálenost značek od parametrů image.

# NEGATIVNÍ vnímání katolické církve v ČR:

## Hledající



## Oceňovači



- Uzavřenost, neochota komunikovat
- Přílišný konzervatismus
- Aféry - zejména zneužívání dětí
- Formálnost až arogantnost projevu představitelů církve / hlavních, zejména v otázce restitucí, ale i lokálních – někteří faráři jsou uzavření, striktní, formální
- Některé úseky dějin
- Nízká znalost aktivit charity a pomoci bližním
- Časté vybírání peněz – příspěvky na opravy kostelů, činnosti církve



Zjištění z FOCUS GROUPS:  
segment „hledajících“ a  
„oceňovačů“.



# Nová segmentace (podrobnější)

- Dělení populace nejen podle víry, ale i podle vztahu k církvi jako k instituci.
- Odpověď na otázku, s kým se setkáváte a jak s ním můžete komunikovat?
- Jak můžete svou prací podpořit lepší image církve?
- Propojení a komunikace na velké vzdálenosti – online komunikace (propojení ve velkých nebo odlehlých farnostech).
- Jaký je pastorační potenciál v populaci ČR? Jak oslovit zdánlivě nevěřící populaci?

# Segmentace - snaha skloubit osu víry a otázku vztahu k instituci

		Vztah ke katolické církvi:					
		rozhodně negativní	spíše negativní	neutrální	spíše pozitivní	rozhodně pozitivní	neví
Vztah k víře:	věří a hlásí se k církvi	jinověrci – 1,2%		obhájci – 13,3%			nezařaditelní – 12,3%
	věří a nehlásí se k žádné církvi	kritici – 12,2%		hledající – 33,1%			
	bez víry, ale otázku víry neodmítá			oceňovači – 14,8%			
	bez víry a otázku víry odmítá	pomlouvači – 13,0%					
	neví						

Nejsilnější zastoupení ve společnosti má segment hledajících. (N=3 400)



# Srovnání s IPSOS 2014 - ZASTOUPENÍ VĚŘÍČÍCH VE VÝZKUMU

Jsem věřící a hlásím se k církvi, náboženské společnosti

14%

Jinověrci + obhájci =  
14,5%

Jsem věřící, ale nehlásím se k žádné církvi

7%

Hledající + oceňovači =  
47,9%

Bez náboženské víry, ale otázky víru a náboženství zásadně neodmítám

38%

Kritici + pomlouvači  
25,2

Bez náboženské víry, víru a náboženství zásadně odmítám

33%

Nerozhodnut(a), bez odpovědi

8%

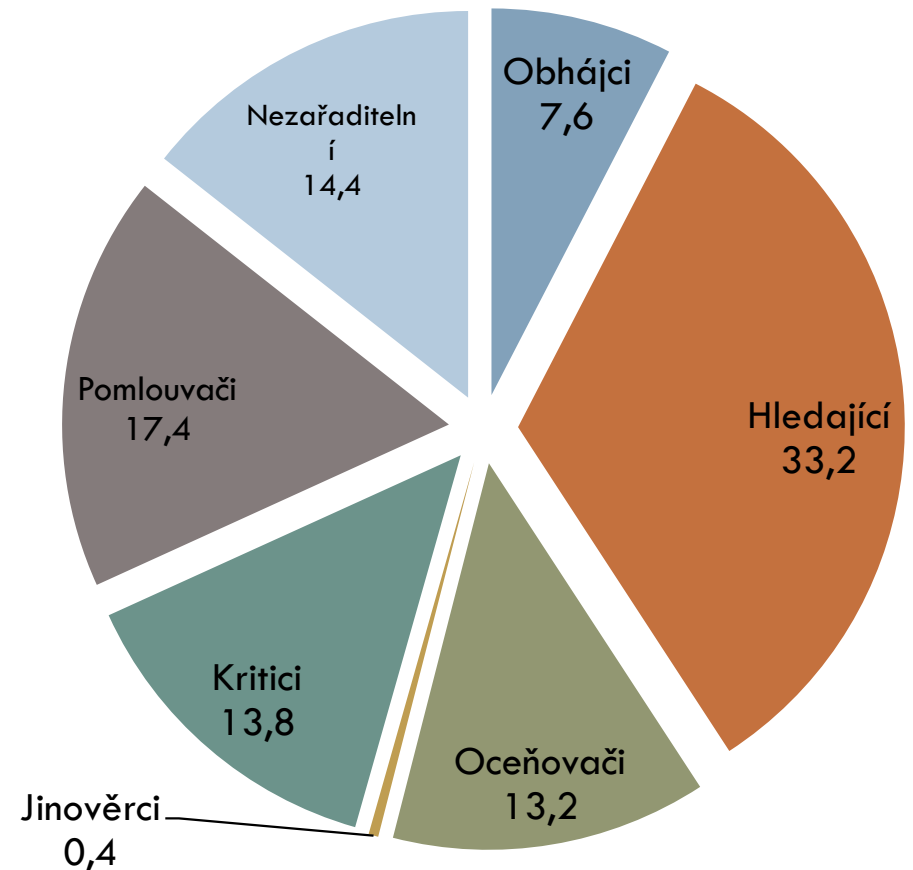
Nezařaditelní 12,3%

**SROVNEJ PROCENTUÁLNÍ ZASTOUPENÍ VĚŘÍČÍCH DLE ÚDAJŮ ČESKÉHO STATISTICKÉHO ÚŘADU V ROCE 2011. VĚŘÍČÍ 21%, OBYVATEL BEZ VÍRY PŘES 70%.**



## Charakteristika diecéze ve vztahu ke katolické církvi:

- proti průměru ČR vyšší podíl „pomlouvačů“ a naopak nižší „obhájců“
- jako zdroj info o církvi méně často využívají „tématická“ media a osobní kontakty
- častěji spontánně uvádějí „charitu“ jako službu církve

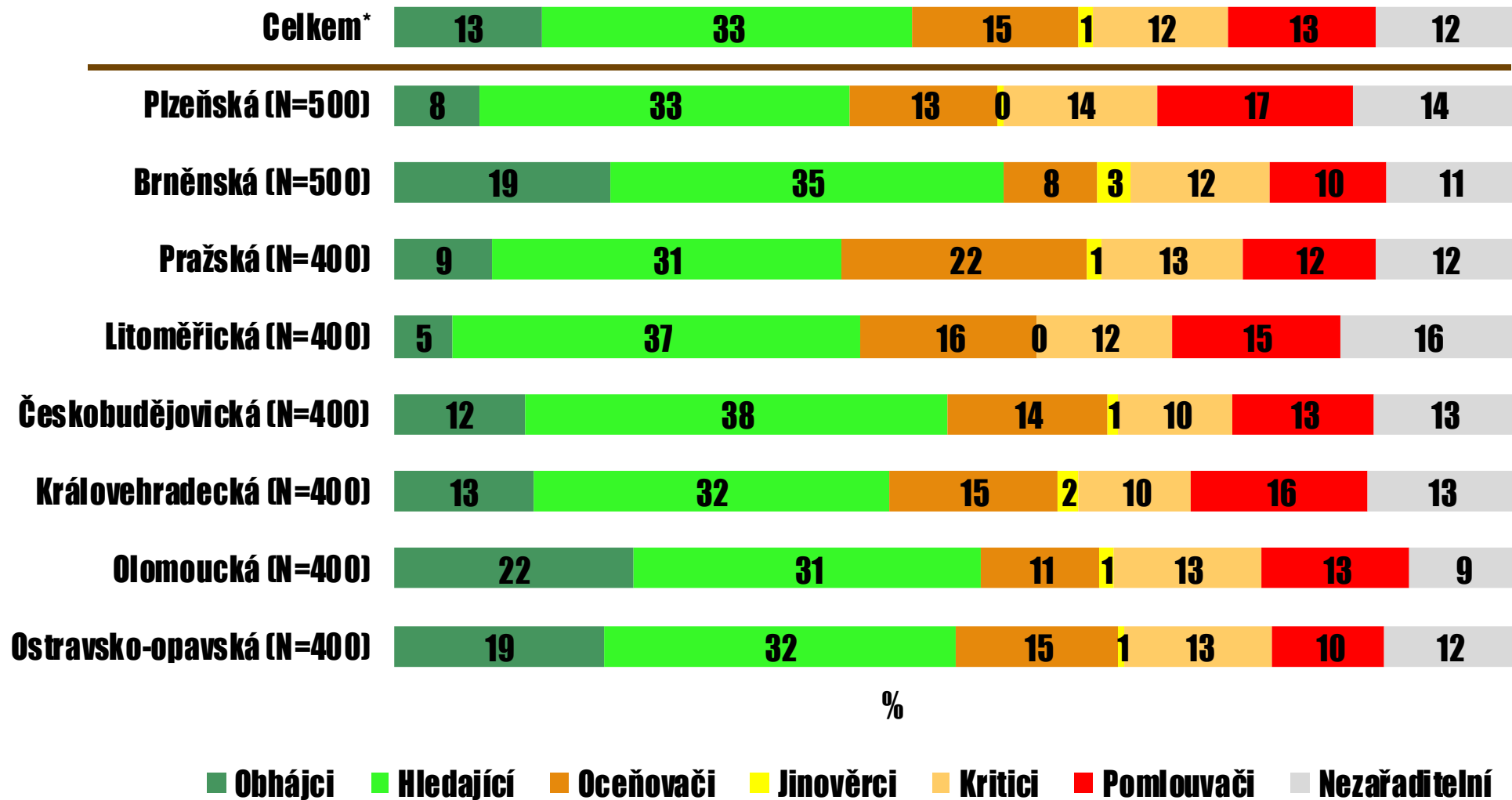


- **nadprůměrná znalost i hodnocení biskupa**



- **nejnižší vnímání církve jako LOVE mark**
- **podprůměrná míra ztotožnění se s církví, důvěryhodnosti a dynamičnosti církve**

# V Plzeňské diecézi je jen 8% obhájců a nejvíc pomlouvačů 😞



# Obhájci

Jednotlivé segmenty a jak s nimi komunikovat?

- Zhruba 13%. **V pohraničních diecézích méně, Plzeň pouze 8%.**
- Věřící, kladný vztah k církvi, nezpochybňují svátosti. Vědí, kdo je to papež, zajímá je, co dělá. Často jsou ochotni i pomoci například při nějaké pastorační akci (ať už jde o úklid kostela nebo vánoční besídku).
- S těmi přicházíte do kontaktu nejčastěji. Většinou je znáte. Chtěli bychom jich mít plné kostely.
- Nepotřebují přesvědčovat, ale **potřebují utvrzovat, poskytovat informace, vysvětlovat, motivovat a navazovat dobré vztahy.**
  - Potvrdit svou víru, možná něco upřesnit. Zaslouží si informace o chodu církve, vysvětlení situací (restituce, přesuny kněží apod.). Není dobré je podcenit, je potřeba si je hýčkat. Nechodí do kostela jen na svátky...
- Média: má smysl Katolický týdeník, Proglas, Noe, cirkev.cz, nástěnka u Vás v kostele, Vaše webové stránky, webové stránky diecéze, přátelé vašeho FCB profilu, papežův twitter.



# Hlavním zdrojem informací pro obhájce je jejich rodina a přátelé, tento segment celkově získává více info.

získává zde informace (%)	Celkem *	Obhájci*	Hledající*	Oceňovači*	Jinověrci**	Kritici*	Pomlouvачi*	Nezařaditelní*
Veřejnoprávní a komerční televize	53	61	56	56	64	58	48	31
Veřejnoprávní a komerční rozhlas	28	40	31	31	36	27	18	17
Noviny	36	48	42	36	26	33	25	22
Časopisy	24	37	25	25	29	22	18	16
Tématicky zaměřená televize	20	43	19	18	20	15	9	14
Tématicky zaměřená rádio	14	30	14	14	18	8	7	10
Tématicky zaměřený tisk	15	37	14	17	15	6	7	10
Internet - obecně	47	51	53	48	49	53	36	31
Internet - tématy zaměřené weby	18	36	17	21	22	13	10	12
Facebook	15	23	17	14	19	15	9	8
Ostatní sociální sítě	9	15	9	9	13	8	4	5
Osobní kontakty s představiteli církve	21	64	18	20	20	11	6	10
Rodina, přátelé, kolegové	37	72	36	37	47	34	22	16
Jinde než je uvedeno	10	14	8	10	23	12	9	9

Kde všude získáváte informace o katolické církvi? (N=3400)

# Kritici, Pomlouvači

- Na druhé straně populace máme odpůrce náboženství, výrazné kritiky církve.
- Zahořklé odpůrce, kteří si vždy na církvi najdou něco špatného a nechtějí přijímat dobré zprávy, v podstatě je nemá cenu přesvědčovat.
- V Plzni je největší procento pomlouvačů v republice (17%).
  - ▣ Pro pastorační i komunikační potenciál představují nejmenší pravděpodobnost úspěšnosti.
  - ▣ Ti šťastnější z vás se s nimi setkávají pouze v místní nádražní restauraci, ti méně šťastní jim musí čelit například v obecním zastupitelstvu nebo místní škole.
  - ▣ Jediné doporučení - nevyčerpat se a nenechat se vyprovokovat.

# Kritici 12,2% - Plzeň 14%



„Obrovské chrámy, kázání k chudobě, ale život v přepychu – káží vodu a pijí víno.“

Rost'a, 36 let, **žije v Plzni** a provozují zde i svojí realitní kancelář.

**Někdo tam nahoře v nebi pravděpodobně je, ale nevím zda se mu líbí právě to jak funguje katolická církev.**

**Katolická církev je bezpochyby velká a mocná organizace, ale podle mne je to hlavně díky tomu, že její chování je účelové a jde jí jen o vlastní prospěch.**

Určitě má obrovský potenciál k tomu aby pomáhala lidem, ale podle mne chce pomoci především sobě (viz. třeba restituce) a navíc jsou tam skandály se zneužíváním dětí.

I její chování vůči veřejnosti je takové odměřené – její obraz by třeba zlepšilo i méně formální vystupování.



DNES

nova

EVROPA 2

C1



IBRS – International Business and Research Services s.r.o.

Adresa: Dubečská 6 – 8, 100 00 Praha 10

Tel.: 274 819 645, [www.ibrs.cz](http://www.ibrs.cz)





# Pomlouvači 13,0% - Plzeň 17%



„Historické majetkové křivdy na obyvatelstvu, rozdmýchávání nenávisti ve jménu víry, upalování lidí.“

**Franta, 50 let, žiji na severu Čech a v současné době jsem nezaměstnaný.**

**Celá církev je podle mne už pouze přežitek, dnešní doba je jinde a oni už k současným problémům nemají co říct.**

**Podle toho, co hlásají by měli pomáhat, ale to jim stejně nikdo nevěří.**

**Oni jen stále hrabou pod sebe – podívejte se na ty restituce to jsou obrovské majetky, které mají.**

**Upalovat už nemůžou, tak aspoň zneužívají děti.**

**BLESK**

**nova**



**EVROPA 2**



IBRS – International Business and Research Services s.r.o.

Adresa: Dubečská 6 – 8, 100 00 Praha 10

Tel.: 274 819 645, [www.ibrs.cz](http://www.ibrs.cz)



# Hledající a Oceňovači

- Nejzajímavější jsou hledající a oceňovači.
- **Jedná se o skutečně obrovský komunikační i pastorační potenciál. Téměř polovina populace (i v Plzni 33%+14%=46%)!**
- Jsme ateistická země, přesvědčených je málo, ale těch skutečných odpůrců také není mnoho.
- Jak využít potenciál poloviny populace být ochotný naslouchat církvi? - Tato skupina obyvatel často nepřijde za námi, ale musíme my jít za nimi.
- Potřebují nás potkávat ve svém každodenním životě (škola, práce, úřad, hospoda,...)
- Pokud přijdou, je to často nárazové, nevděčné a náročné - do kostela jdou, jen když něco potřebují (svatbu nebo pohřeb) nebo z důvodů, kterým už ani oni sami pořádně nerozumí (Vánoce, Velikonoce, Noc kostelů).

...přesto přijdou, tzn. že někde v sobě mají pořád uloženo, že do kostela je dobré občas zajít, i když už přesně nevědí proč...

# Hledající 33,1% - Plzeň 33%



„Ti lidé v církvi se za ničím nehoní, neodmítají pomoc druhým v nouzi.“

**Martina, 43 let, bydlím v jihočeském Písku, mám maturitu a pracuji na městském úřadě. Jsem rozvedená a vychovávám 13 letou dceru.**

**Nehlásím se k církvi, ale do kostela se občas zajdu podívat.**

**O katolickou církev a víru se sama aktivně příliš nezajímám, spíš jen to co se dozvím z médií a od přátel.**

**Církev je určitě jedna z největších a nejstabilnějších organizací na světě, ale díky tomu je i zároveň nepružná a stereotypní.**

**Podle mého názoru by měla církev především pomáhat potřebným, ale co slyším z médií tak spíše řeší restituce a také má problémy spojené se zneužíváním dětí.**



family **Prima**

**EVROPA 2**

**BLESK**

**nova**



**IMPULS**  
RÁÁÁÁÁdio

**SEZNAM.CZ**

IBRS – International Business and Research Services s.r.o.

Adresa: Dubečská 6 – 8, 100 00 Praha 10

Tel.: 274 819 645, [www.ibrs.cz](http://www.ibrs.cz)



# Oceňovači 14,8% - Plzeň 13%



„Kostely, víra v boha, nejsilnější církev, tradice, hodnoty, bible.“

Petr, 39 let, žije v Praze, pracuje jako obchodní zástupce IT firmy.

**Nejsem věřící a náboženství není nic pro mne, kostely nebo jiné církevní objekty vnímám pouze z kulturně historického hlediska.**

**Církev není právě ta organizace, se kterou bych se osobně ztotožnil – mě osobně nemá moc co nabídnout, ale na druhé straně dobře plní svou funkci v pomoci lidem v nouzi.**

REFLEX  

DNES 

SEZNAM.CZ 

ANO   
POLITICKÉ HNUTÍ

Myslím, že církev má co říci i k aktuálním problémům dnešní doby, jen se musí vyjadřovat tak, aby to bylo srozumitelné i pro širokou veřejnost.

Církev v ČR by se měla více zaměřit na charitu a méně řešit restituce.

IBRS – International Business and Research Services s.r.o.

Adresa: Dubečská 6 – 8, 100 00 Praha 10

Tel.: 274 819 645, [www.ibrs.cz](http://www.ibrs.cz)

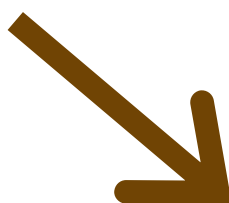
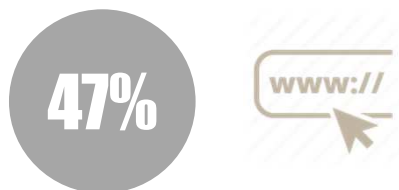
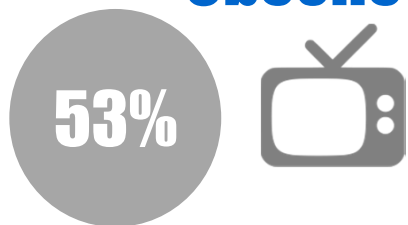


# Oslovení hledajících

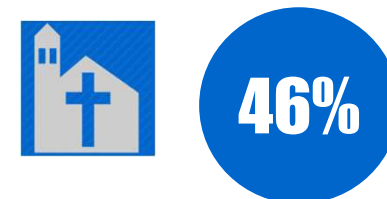
- Mediálně můžeme zapomenout na to, že by sledovali NOE.
  - Jakákoliv pastoračně zajímavá diskuse na NOE má v tomto ohledu velmi malý vliv, působí opět spíše utvrzujícím dojmem pro již přesvědčené.
- **Hledající je možné oslovovat online, nekatolickými médii nebo skrze občasnou osobní návštěvu kostela.**
- Na rozdíl od kritiků a pomlouvačů, hledající nepřepnou televizi, když se v otázkách Václava Moravce objeví biskup nebo když na vánoce na ČT 2 běží přenosy bohoslužeb.
- **Mladší z těchto skupin se rádi spřátelí na FCB s někým věřícím, třeba i s místním panem farářem apod.**

# Osobní zkušenost s církví je zejména přes návštěvu kostela – zejména pro hledající a oceňovače.

## Obecné informace:



## Osobní zkušenost:



**Kde všude získáváte informace o katolické církvi? Přišel(a) jste Vy osobně v posledním roce do osobního kontaktu s představiteli nebo členy církve? Kde všude jste v posledním roce přišel(la) do kontaktu s katolickou církví? (N=3400)**

**Informace od a o nás přijímají stejně tak z osobního kontaktu jako z médií.**

# Exkurz do celostátních dat. Zdroj informací o církvi. TV a online.



získává zde informace (%)	Celkem *	Čechy *	Morava *	Plzeňská (N=500)	Brněnská (N=500)	Pražská (N=400)	Litoměř. (N=400)	Českobud. (N=400)	Královeh. (N=400)	Olomoucká (N=400)	Ostrav.-opav. (N=400)
<b>Veřejnoprávní a komerční televize</b>	<b>53</b>	<b>54</b>	<b>51</b>	<b>57</b>	<b>51</b>	<b>54</b>	<b>52</b>	<b>57</b>	<b>52</b>	<b>49</b>	<b>54</b>
<b>Veřejnoprávní a komerční rozhlas</b>	<b>28</b>	<b>30</b>	<b>26</b>	<b>30</b>	<b>28</b>	<b>32</b>	<b>23</b>	<b>33</b>	<b>32</b>	<b>25</b>	<b>26</b>
<b>Noviny</b>	<b>36</b>	<b>37</b>	<b>34</b>	<b>42</b>	<b>37</b>	<b>40</b>	<b>29</b>	<b>38</b>	<b>36</b>	<b>35</b>	<b>32</b>
<b>Časopisy</b>	<b>24</b>	<b>25</b>	<b>23</b>	<b>25</b>	<b>24</b>	<b>28</b>	<b>21</b>	<b>26</b>	<b>24</b>	<b>23</b>	<b>24</b>
<b>Tématicky zaměřená televize</b>	<b>20</b>	<b>18</b>	<b>23</b>	<b>17</b>	<b>23</b>	<b>17</b>	<b>17</b>	<b>21</b>	<b>19</b>	<b>24</b>	<b>22</b>
<b>Tématicky zaměřené rádio</b>	<b>14</b>	<b>12</b>	<b>17</b>	<b>9</b>	<b>18</b>	<b>12</b>	<b>12</b>	<b>15</b>	<b>13</b>	<b>20</b>	<b>14</b>
<b>Tématicky zaměřený tisk</b>	<b>15</b>	<b>14</b>	<b>17</b>	<b>11</b>	<b>19</b>	<b>14</b>	<b>13</b>	<b>16</b>	<b>16</b>	<b>19</b>	<b>14</b>
<b>Internet - obecně</b>	<b>47</b>	<b>47</b>	<b>46</b>	<b>50</b>	<b>46</b>	<b>45</b>	<b>44</b>	<b>55</b>	<b>50</b>	<b>45</b>	<b>48</b>
<b>Internet - tématicky zaměřené weby</b>	<b>18</b>	<b>18</b>	<b>19</b>	<b>15</b>	<b>19</b>	<b>18</b>	<b>19</b>	<b>22</b>	<b>18</b>	<b>20</b>	<b>16</b>
<b>Facebook</b>	<b>15</b>	<b>15</b>	<b>15</b>	<b>15</b>	<b>17</b>	<b>15</b>	<b>15</b>	<b>15</b>	<b>15</b>	<b>13</b>	<b>15</b>
<b>Ostatní sociální sítě</b>	<b>9</b>	<b>9</b>	<b>9</b>	<b>8</b>	<b>12</b>	<b>10</b>	<b>7</b>	<b>9</b>	<b>9</b>	<b>8</b>	<b>8</b>
<b>Osobní kontakty s představiteli církve</b>	<b>21</b>	<b>18</b>	<b>25</b>	<b>16</b>	<b>31</b>	<b>20</b>	<b>17</b>	<b>20</b>	<b>19</b>	<b>24</b>	<b>21</b>
<b>Rodina, přátelé, kolegové</b>	<b>37</b>	<b>33</b>	<b>43</b>	<b>27</b>	<b>43</b>	<b>33</b>	<b>25</b>	<b>40</b>	<b>39</b>	<b>47</b>	<b>38</b>
<b>Jinde než je uvedeno</b>	<b>10</b>	<b>9</b>	<b>11</b>	<b>8</b>	<b>12</b>	<b>11</b>	<b>7</b>	<b>8</b>	<b>10</b>	<b>13</b>	<b>10</b>

## Kde všude získáváte informace o katolické církvi? (N=3400)

IBRS – International Business and Research Services s.r.o.

Adresa: Dubečská 6 – 8, 100 00 Praha 10

Tel.: 274 819 645, www.ibrs.cz



# Osobní zkušenost s představiteli katolické církve je negativní stejnou měrou vzhledem k hlavním i k lokálním zástupcům.

Hledající    Oceňovači



místní  
Farář

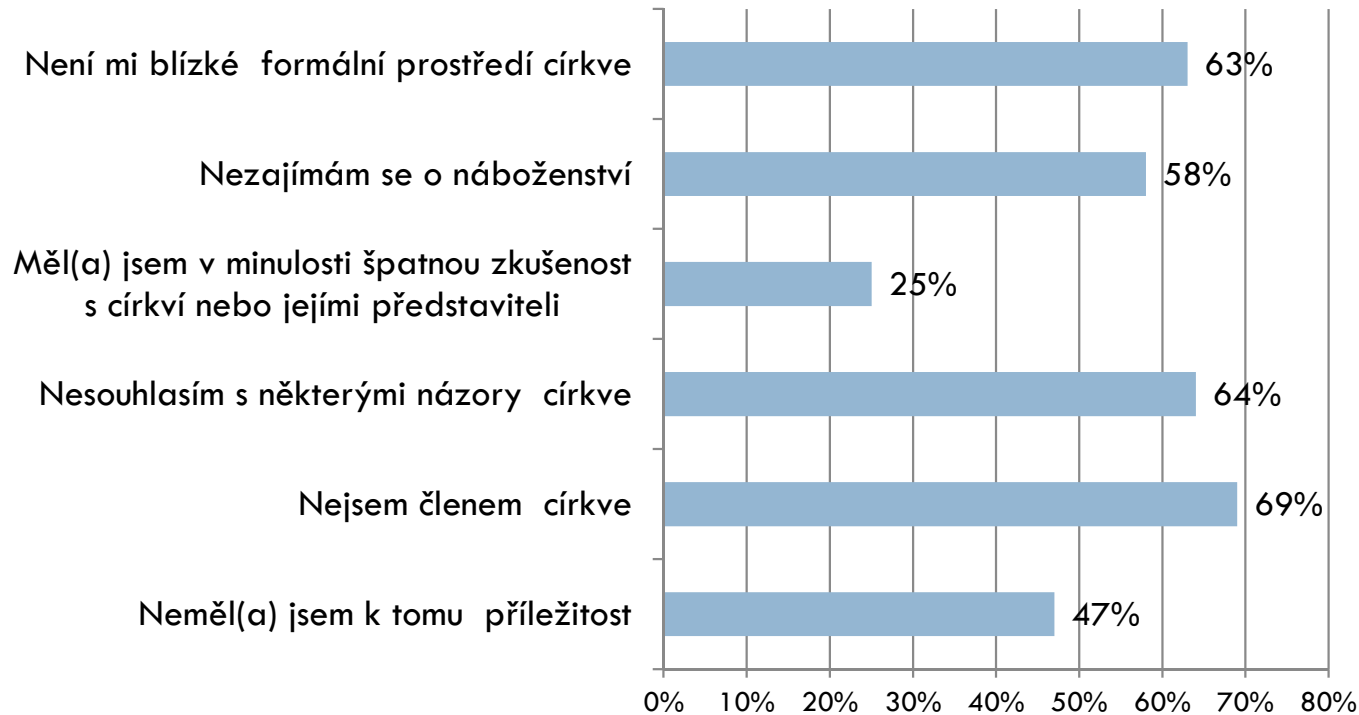


„Byla jsem na pohřbu a farář tam mluvil tak ošklivě o zesnulé, že jsem chtěla odejít. Pomlouval starou paní, že ji zajímaly jen letáky v obchodech, že s nimi za ním chodila.“



„Mám rád pana Czendlika. Mluví k současným věcem, o aktuálních tématech, přibližuje církev lidem. Není formální.“

Proč jste v posledním roce nebyl(a) více v kontaktu s katolickou církví?  
(celá populace)



© ČBK a IBRS 2016



# Negativní zkušenosti na lokální úrovni

## Hledající



## Oceňovači



### ❑ **Negativní zkušenosti**

- **Pohřby /zažívaná negativní zkušenost s projevem farářů na pohřbech – příliš formální, nevkusné pomluvy zemřelých, neochota, nezajímavá poselství v projevu, vybírání příspěvků/**
- **Návštěvy kostelů s dětmi /strach, že dostanou vynadáno za hluk, pohyb dětí v nepatřičných zónách/**
- **Vybírání příspěvků při různých událostech, vybírání příspěvků na kostel, provoz**
- **Zpoplatnění vstupu do vybraných objektů**

# Bariéry ke kontaktu s katolickou církví

## Hledající



## Oceňovači



- **Formálnost** - příliš formální, strohý, neuvolněný projev představitelů církve, přísnost a lpění na pravidlech /např. návštěvy kostelů s dětmi, svatby/.
- **Uzavřenost** - uzavřenost věřících /“ *vždy jsou prostě jiní, chodí jinam’* /, uzavřené kostely, vybírání vstupů do kostelů.
- **Neaktuálnost** - celibát, odpor proti potratům, antikoncepci, registrovaným partnerstvím je pro mnohé příliš dogmatický. Pomalost v řešení situací, reakcích na celospolečenská témata. Hovoří jazykem vážným, moderní je uvolněný a dynamický projev.
- **Aféry** - velký problém, výrazně snižují důvěryhodnost, jsou příčinou odklonu od katolické církve /sex s nezletilými apod./.

# Komunikační příležitosti

- Každý máme nějaké komunikační schopnosti, někoho to baví víc, někoho méně, proto se samozřejmě dají využívat různé kanály.
- Uzavřít se a rezignovat není řešením.
- Odvážnější z Vás komunikaci využívají např. v obecních novinách, nebojí se okomentovat pouť do regionálních zpráv ČT nebo místního rozhlasu.
- Propojení aktivit obce, školy a farnosti (zájem o náboženství na školách, prohlídky kostelů, betlém, posvícení,...)
- Nejste omezeni na lokální komunikaci: Jste-li sami, stačí mít webové stránky farnosti nebo vlastní FCB profily či twitter, instragram,...
- Může Vám být nápomocno biskupství nebo CBK, které se snaží prostřednictvím webu cirkev.cz a FCB cirkev.cz proniknout i do světa mimo obhájce. (prolinkovat, upoutávka na akci, žádost o pomoc apod.)

# Osobní kontakt

- Bohužel je vysoká míra negativních zážitků z kostela nebo z fary právě ze strany nepravidelných návštěvníků (z pohřbů, ze svateb, Vánočních bohoslužeb).
- Jde o možnost odlišit sociální status „občasných“ a „pravidelných“ návštěvníků.
- **Právě občasná návštěva může být jediným (posledním) můstkem/vodítkem, které dotyčný k církvi a k víře má.**
- Využití fary a kostela ve spolupráci s obcí, které nevěřícím církevní prostor „odtajní“.

# Vlastní zkušenosti s působením katolické církve jsou pozitivní v období adventu a pokud se týká charity.

Hledající



Oceňovači



## Pozitivní zkušenosti

- Půlnoční mše – Vánoce
- Tříkrálová sbírka, Charita, sbírka šatstva
- Slavnostní atmosféra v kostelech v období adventu
- Vystavené Betlémy – návštěvy kostelů v období adventu
- Masopustní slavnosti
- Působení řádových sester v nemocnicích, hospicové služby
- Opravy kostelů, ochrana památek
- Pořádání kulturních akcí, např. festivalu barokní hudby
- Morální základ, opora
- Poskytnutí naděje, víry, desatera
- Udržování křesťanských tradic, zvyků a rituálů
- Pilíř, opora pro starší lidi a lidi na venkově, socializační role
- Vstřícnost, obětavost
- Pomoc lidem v sociální a zdravotní nouzi, jídlo bezdomovcům, pomoc seniorům
- Vzdělávací instituce /církvní školy a školky/





# Pomoc a vzdělávání (včetně volnočasových aktivit).

## Hledající



## Oceňovači



## Pozitivní témata



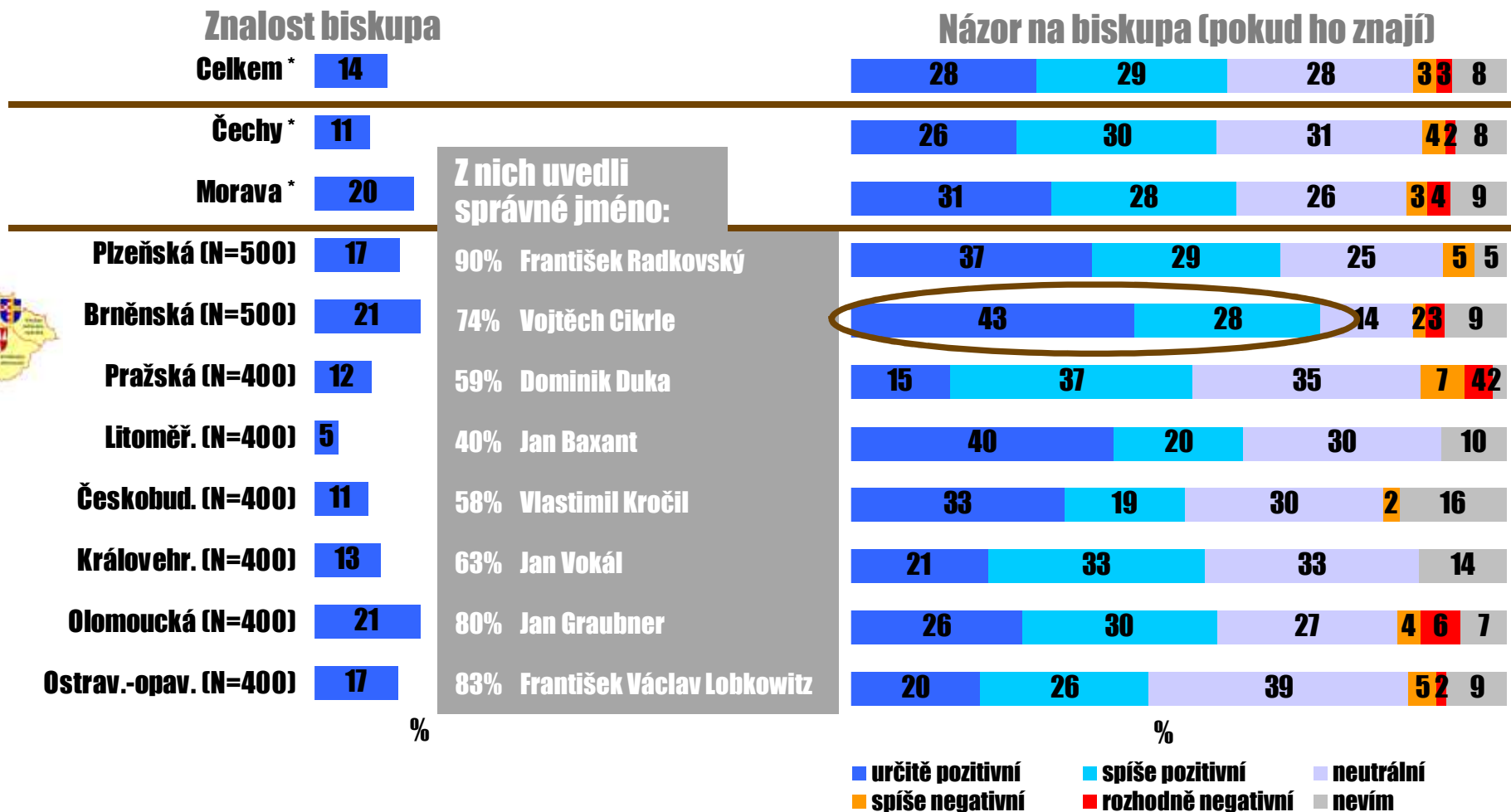
- Charita obecně, bohužel nízká znalost konkrétních aktivit a systému
- Pořádání sbírek, pomoc sociálně a zdravotně slabým, seniorům
- Vzdělávání, církevní školy, záštita nad vzdělávacími kurzy pro dospělé
- Migrace, pomoc azylantům a migrantům
- Opravy památek
- Záštita nad kulturními akcemi

# Doporučení

- Využít především obrovský pastorační i komunikační potenciál segmentu hledajících a oceňovačů
- Poskytovat informace obhájcům
- Vystoupit z prostoru kostela a fary a odtajnit ho (zpřístupnit, udělat „normální“,...)
- Pokusit se o srozumitelnější vyjadřování a větší flexibilitu v reakcích (všude)
- Nebát se humoru a nadsázky (všude)
- **Využít online komunikaci** - FCB (střední generace), INSTAGRAM, SNAPCHAT, PINTEREST (mládež) – web přes diecézi i ČBK info o lokálních aktivitách, stavu kostelů – zejména odlehlé farnosti a mladší generace



# Inspirace – vysoká znalost biskupa v Plzni a okolí Čechách.



Víte kdo je biskupem církevní diecéze ve Vašem regionu? Jaký je Váš názor na působení biskupa? (N=3400)  
 I přes velký počet nevěřících a negativně naladěných lidí, má plzeňský biskup velmi dobré jméno a je známý.

# Katolická církev v ČR je připodobňována k velkým značkám konzumního života, s asociacemi rigidity, problémy v komunikaci a aktuálnosti.

Hledající



Oceňovači



*„Je jako ČEZ, který je velký, dominantní, nerad se mění, spotřebovává hodně peněz.“*



*„Starý Mercedes, luxusní, starý, tmavý. Škoda auto, největší, známý.“*



O<sub>2</sub>

*„Mobilní operátor O2, velký, zkostrnatělý, problémy s komunikací.“*



*„Mattoni. Známá, mají ji všude, ale má nevýraznou chuť.“*



Děkuji Vám za pozornost!

PhDr. Kateřina Pulkrábková

731 621 886

[pulkraubkova@cirkev.cz](mailto:pulkraubkova@cirkev.cz)

