

ZAKAZANY OWOC CZY KONIECZNOŚĆ?

Artykuł recenzyjny książki Бабинська С., Завадська Ю., Карпінка М., Кулигіна О. Церква і медіа. Сім кроків до порозуміння. – Видавництво „Ездра”, 2012, 240 с. / Babynska S., Zawadska Y., Karpinka M., Kulygina O., Kościół i media. Siedem kroków do porozumienia – Wydawnictwo „Ezdra”, 2012, ss. 240.

Wydana we Lwowie w 2012 roku, przy wsparciu finansowym „Koch Foundation”, książka *Kościół i media: siedem kroków do porozumienia* została napisana przez ukraińskich dziennikarzy religijnych, redaktorów naczelnych czasopism chrześcijańskich oraz wykładowców uniwersyteckich.

Autorki książki *Kościół i media: siedem kroków do porozumienia* podjęły wyzwanie opracowania praktycznych porad dla duchownych chrześcijańskich, pracowników służb prasowych Kościołów, członków organizacji religijnych oraz wszystkich osób zainteresowanych skuteczną komunikacją i zasadami PR, które można zastosować na co dzień w działalności kościelnej. Atutem publikacji jest opracowanie bogatego materiału i umieszczenie w niej przykładów skutecznej komunikacji wpisujących się w kontekst chrześcijaństwa na Ukrainie.

Książka jest pierwszą publikacją tego typu w języku ukraińskim, co pozwala mówić o jej wyjątkowości i prowokuje dyskusje. Czy jest to wpływ „świeckiego” na „święte”, a może dobre wskazówki dla Kościoła, które pomogą mu działać we współczesnym świecie?

Praca składa się z wprowadzenia, siedmiu rozdziałów, informacji o autorkach oraz spisu wykorzystanych i polecanych źródeł. Taki układ pozwala bez trudu znaleźć potrzebną informację i ułatwia posługiwanie się zawartymi w niej przykładami.

We wprowadzeniu autorki książki wyjaśniają cel powstania publikacji. Dziennikarki chcą rozwiać mit o tym, że public relations to „brudna sprawa”, dla której nie ma miejsca w Kościele. Kolejnym celem jest opisanie podstawowych zasad i instrumentów, które pomogłyby porozumieć się Kościołom i mediom. Wprowadzenie zawiera też wypowiedzi duchownych, redaktorów naczelnych czasopism religijnych oraz dyrektora Europejskiego Instytutu Komunikacji Społecznej o roli public relations w życiu kościelnym i istotności poruszonego tematu. Pierwsze teksty zachęcają do przeczytania całej publikacji i zapoznania się z podstawowymi elementami skutecznej komunikacji.

Pierwsze pięć rozdziałów zostało opatrzone wspólnym tytułem „Chleby”, pozostałe dwa – „Ryby”. Taki podział, według autorek, nawiązuje do ewangelicznej hi-

storii o pięciu chlebach jęczmiennych i dwóch rybach. Te symbole pokazują, jak można wykorzystać elementy biblijne we współczesnej publikacji dotyczącej skutecznej komunikacji i public relations.

Część „Chleby” zawiera teoretyczne podstawy i zasady komunikacji wypływające z filozofii, analizę kanałów informacyjnych oraz praktyczne porady dotyczące wykorzystania przedstawionych mechanizmów skutecznej komunikacji i PR. Autorki opisały współczesny wizerunek Kościołów w mediach i główne stereotypy na ich temat, przedstawiły historię public relations oraz klasyczny schemat komunikacyjny. Brak rozdziału o rozwoju wykorzystywania zasad komunikacji w Kościołach od czasów niepodległej Ukrainy stwarza możliwość powstania kolejnych publikacji, uwzględniających głębszą analizę tego kontekstu.

Główną zaletą publikacji jest nasycenie przykładami pozytywnych i negatywnych doświadczeń Kościołów w zastosowaniu zasad skutecznej komunikacji i public relations. Dzięki temu czytelnicy, którzy po raz pierwszy stykają się z tym tematem, mogą zrozumieć podstawy wiedzy teoretycznej, wykorzystać pozytywne doświadczenia, a także uniknąć błędów, które popełniano, kształtując stosunki Kościoła z otoczeniem.

Układ logiczny wykładu teorii ułożony został na podstawie klasycznego schematu komunikacji: nadawca, wiadomość, kanał, odbiorca. Autorki przyjęły pogląd współczesnych ekspertów z dziedziny, że schemat ten lepiej wykorzystać, zaczynając od odbiorcy (który jest najważniejszy), przechodząc do kanału (wybór którego zależy od tego, gdzie odbiorca się znajduje), następnie do wiadomości (adaptacja ze względu na miejsce i typ odbiorcy), by w końcu wybrać nadawcę, który musi pasować do poprzednich elementów schematu.

Przedstawiony schemat został opisany w sposób praktyczny: oprócz podstawowej informacji w publikacji umieszczono zadania i podpowiedzi, jak organizować wydarzenia publiczne, jak przygotowywać duchownych do udzielania wywiadów i komentarzy, opracowano przykłady informacji dla mediów, wzory komunikatów prasowych itp.

Druga część „Ryby” skupia się na działalności służby prasowej Kościoła. Autorki przekonują o niezbędności w strukturze Kościoła osoby lub zespołu ludzi, którzy będą odpowiedzialni za kształtowanie stosunków Kościoła z otoczeniem. Główną rolę w stworzeniu wizerunku Kościoła odgrywa „osoba pierwszego kontaktu”, która szybko i w zrozumiałym sposób może wypowiedzieć się na temat działalności organizacji religijnej oraz potrafi wyjaśnić lub sprostować informację w mediach. „Rybne” rozdziały w większej mierze przeznaczone są dla profesjonalistów, ale mogą zainteresować również osoby początkujące w PR.

Kolejnym atutem publikacji są liczne karykatury jednej z autorek Switłany Babińskiej. Subtelna ironia, głęboka treść i ciekawe napisy pozwalają zwrócić uwagę na stereotypy na temat Kościołów i zapoznać się z kontekstem ukraińskiego chrześcijaństwa.

Książka *Kościół i media: siedem kroków do porozumienia* jest znaczącym wkładem ukraińskich dziennikarzy religijnych w sprawy „kościelnego public relations”. Publikacja z pewnością zainteresuje pracowników służb prasowych Kościo-

łów, studentów dziennikarstwa i dziedzin pokrewnych, specjalistów public relations, duchownych chrześcijańskich oraz wszystkich zainteresowanych zasadami skutecznej komunikacji. Praca bez wątpienia zasługuje na uwagę wykładowców instytutów komunikacji społecznej, może być również wykorzystywana w trakcie przygotowywania i prowadzenia wykładów. Książkę powinni przeczytać wszyscy ci, którzy są lub będą odpowiedzialni za kształtowanie pozytywnego wizerunku Kościoła.

Mgr Tetiana Sydoruk

Doktorant Wydziału Dziennikarstwa i Nauk Politycznych

Uniwersytetu Warszawskiego

tetiana.sydoruk@student.uw.edu.pl