

Sprawozdanie z konferencji popularnonaukowej
Kościół – media. Obrazy (nie)wiarygodne,
Kraków, 13 listopada 2014 roku

W czwartek, 13 listopada 2014 roku, w Domus Mater w Krakowie, przy ul. Saskiej 2C odbyła się konferencja popularnonaukowa *Kościół – media. Obrazy (nie)wiarygodne*, zorganizowana przez Wyższe Seminarium Misyjne Księży Sercanów w Stadnikach.

Uczestników konferencji przywitał rektor seminarium ks. dr Robert Ptak SCJ, a wśród nich znaleźli się m.in.: prelegenci, młodzi księża i klerycy sercańscy, przedstawiciele innych zgromadzeń i seminariów.

W tematykę konferencji wprowadził zebranych prefekt studiów WSM, ks. Przemysław Bukowski SCJ, formułując kilka zasadniczych pytań, które powinny nadać określony ton prelekcjom i dyskusji panelowej: Czy Kościół ma prawo być medialny, a media wchodzić do Kościoła? Czy możliwa jest współpraca między nimi? Czy chodzi jednak bardziej o umiejętność wydzierania sobie dusz? Czy Kościół w ogóle potrzebuje reklamy? I co wtedy, gdy w Kościele pojawia się medialny kryzys lub skandal? Czy w końcu świecki przemawiający w imieniu Kościoła to rzeczywisty postęp kościelnych instytucji, czy może bardziej kaprys niekompetencji i rozpaczliwa próba ratowania coraz słabszego wizerunku?

Pierwszy z prelegentów, ks. dr hab. Józef Kloch, rzecznik Konferencji Episkopatu Polski i wykładowca UKSW w Warszawie, zaprezentował temat: *Kościół – media. Między walką o dusze a współpracą*. Wypowiedź ta miała charakter wprowadzający w główną myśl spotkania i dotyczyła m.in. takich zagadnień jak: różnorodność i specyfika mediów w polskiej rzeczywistości, wielkie debaty społeczne w latach 1989-1999; śmierć Jana Pawła II (2005) jako swoista cezura naszych czasów; pojawienie się tabloidów oraz wstąpienie Polski do Unii Europejskiej. Ksiądz Kloch zwrócił także uwagę na tematy najczęściej pojawiające się w mediach po roku 2005, a także na rolę Rady Etyki Mediów.

Drugim prelegentem był ks. Jacek Stryczek z Krakowa, prezes Stowarzyszenia Wiosna, znany z akcji „Szlachetna paczka”. *Świętość na sprzedaż? Czy Kościół potrzebuje reklamy?* – tak brzmiały pytania, które przewijały się podczas tej prezentacji. Kościół, zdaniem ks. Stryczka, ma być specjalistą od dobrej nowiny, czyli Ewangelii – bo to jest jego pierwsza i najważniejsza misja. W tym przekazie bardzo ważny jest język komunikacji i tego Kościół musi się ciągle uczyć. Potrzeba mu także stale odnawianej świadomości, że jego „najcenniejszym towarem” jest misterium – a więc „tajemnica” Jezusa Chrystusa.

Kolejnym gościem spotkania był Mateusz Dzieduszycki z Warszawy, rzecznik kurii warszawsko-praskiej. Podzielił się on swoim doświadczeniem medialnym, które można by syntetycznie wyrazić słowami: *Świecki w imieniu Kościoła*. Świecka osoba reprezentująca kurię diecezjalną przed mediami to z pewnością ewenement w skali całego kraju. Jakie zatem atuty może w polskiej rzeczywistości mieć rzecznik bez koloratki? Zdaniem prelegenta, osoba świecka na stanowisku rzecznika prasowego kurii jest np. odbierana jako osoba postronna („bez sutanny”), a więc bardziej wiarygodna; ktoś taki także lepiej rozumie świat mediów i mówi językiem „świeckim”. Mateusz Dzieduszycki podkreślał często, że ważne w roli rzecznika-przedstawiciela Kościoła jest pozytywne nastawienie do mediów i budowanie relacji na zasadzie zaufania i szczerego szukania prawdy, nawet w najbardziej trudnych sprawach.

W sesji przedpołudniowej głos zabrał także Dariusz Nowak, były rzecznik prasowy Komendanta Głównego Policji, a obecnie przedstawiciel medialny Krakowskiej Delegatury Najwyższej Izby Kontroli. Mówił on o sytuacjach kryzysowych w służbach mundurowych. Rozpoczął od wyliczenia wyzwań, którym musi sprostać wiele tzw. instytucji mundurowych, włączając w nie również Kościół. Są nimi: relatywizm (wielowymiarowy), nowy obraz Kościoła, kryzys instytucji i kultura obrazkowa. Po co potrzebny jest rzecznik danej instytucji? Między innymi po to, by odpowiednio reagować na sytuacje kryzysowe i ich odniesienia medialne. Rzecznik musi mieć zatem odpowiednie przygotowanie merytoryczne, znać mechanizmy medialne dotyczące zwłaszcza wydarzeń sensacyjnych, ciągle doskonalić warsztat zawodowy i przewidywać potencjalne zjawiska negatywne w obszarze instytucji, której „głosem” został ustanowiony.

Na zakończenie pierwszej części konferencji odbyła się dyskusja dotycząca przedstawionych wcześniej zagadnień na podstawie pytań zadawanych przez uczestników.

Po przerwie obiadowej rozpoczęła się sesja popołudniowa, która miała charakter panelowy. Przy stole prezydialnym zasiedli: o. Jan Maria Szewek OFMConv, redaktor i rzecznik prasowy krakowskich franciszkanów, oraz Maria Stepan (dziennikarka, Wiadomości TVP1) i Agnieszka Milczarz (dziennikarka, Wydarzenia Polsat). Główny nurt wypowiedzi uczestników dyskusji i ich dzielenie się swoim doświadczeniem skupiały się wokół pytania: *Jak rozmawiać o Kościele w mediach?* Zauważono, że z jednej strony Kościół jest rzeczywistością, która nie może pozostać obojętna wobec mediów. To wielka szansa dla Kościoła, by właściwie wykorzystać środki społecznego przekazu do pełnienia jego misji. Z drugiej zaś strony, niezależnie od definicji, jaką określa się Kościół, będzie on ważnym źródłem tematów, które interesują media. Ludzie, którzy stanowią Kościół, tworzą również jego codzienność, naznaczoną zarówno tym, co dobre, jak i tym, co złe. Konieczne jest zatem obiektywizowanie wydarzeń związanych z życiem Kościoła, unikanie wszelkiej tendencyjności i rzetelność medialna (etyka dziennikarska).

Oprócz wypowiedzi wspomnianych dziennikarzy i ich oceny dzisiejszego obrazu Kościoła w mediach sporo czasu zajęły głosy uczestników spotkania, którzy dzielili się własnymi opiniami i doświadczeniami w omawianych kwestiach.

Podsumowania sesji popołudniowej i całej konferencji dokonał prefekt studiów WSM ks. Przemysław Bukowski SCJ. Podziękował organizatorom za przygotowanie spotkania, prelegentom za ich wkład oraz przybyłym gościom za aktywne uczestnictwo i współtworzenie klimatu merytorycznego spojrzenia i dyskusji nad dzisiejszą relacją Kościół – media.

ks. Robert Ptak SCJ