

Zbigniew Chmielewski, Paweł Kuca

POLITYKA INFORMACYJNA PARAFII DIECEZJI RZESZOWSKIEJ – RAPORT Z BADAŃ

Wstęp

Celem niniejszego artykułu jest zaprezentowanie wyników badań dotyczących sposobów prowadzenia polityki informacyjnej w parafiach Kościoła rzymskokatolickiego w diecezji rzeszowskiej, a w szczególności wykorzystywanych i preferowanych przez proboszczów i wikarych narzędzi z zakresu prowadzenia działań informacyjnych. Zagadnienie zostało przedstawione w oparciu o wyniki autorskich badań, których uczestnikami byli księża (proboszczowie i wikarzy) z parafii diecezji rzeszowskiej.

Kwestie dotyczące komunikacji instytucji kościelnych są obecne w literaturze przedmiotu. Warto przywołać tu m.in. prace I. Borkowskiego czy M. Przybysz¹. Zamierzeniem autorów przedstawianych w niniejszym artykule badań była próba zdiagnozowania pewnego fragmentu działań komunikacyjnych, związanych z prowadzeniem polityki informacyjnej w parafiach. Chodziło o zbadanie, w jaki sposób księża pracujący w parafiach definiują pojęcie polityki informacyjnej, jakich narzędzi używają do prowadzenia polityki informacyjnej, jakie napotykają bariery w tym obszarze, a także czy działania informacyjne oceniają jako skuteczne.

¹ Wśród publikacji podejmujących tematykę komunikowania w Kościele katolickim w ostatnich latach można wymienić, takie jak: I. Borkowski, *Relacje z mediami i dziennikarzami w ocenie przedstawicieli kościołów i związków wyznaniowych zarejestrowanych w Rzeczypospolitej Polskiej* [w:] *Media a religia*, red. I. Borkowski, B. Jastrzębski, D. Lewiński, Wrocław 2011; tegoż, *Prasa w systemie komunikacji w obrębie polskich zgromadzeń zakonnych – przykłady historyczne i współczesne* [w:] *Dziennikarstwo i Media. 1. Przestrzeń komunikowania*, red. I. Borkowski, K. Stasiuk-Krajewska, Wrocław 2010; M. Przybysz, *Kościół w kryzysie? Crisis management w kościele w Polsce*, Tarnów 2008; P. Celej, M. Kaczmarczyk, *Public relations Kościoła katolickiego. Wybrane przykłady działań wizerunkowych ze szczególnym uwzględnieniem diecezji sosnowieckiej*, „Problemy Komunikacji Społecznej”, nr 1, Sosnowiec 2009.

Za podjęciem takiego tematu przemawia kilka czynników: profesjonalnie realizowana polityka informacyjna to w dzisiejszym świecie wymóg każdej organizacji. Dotyczy to także jednostek i instytucji prowadzonych przez kościoły, które przez właściwie stosowaną politykę informacyjną mogą skutecznie budować relacje z wiernymi. Tym samym interesujące wydaje się zbadanie, w jaki sposób do prowadzenia polityki informacyjnej podchodzą księża pracujący w parafiach. Jest to tym bardziej ciekawe, że wydaje się, iż część kapłanów niezbyt chętnie wypowiada się publicznie na tematy dotyczące reguł komunikacji instytucji kościelnych. Świadczyć o tym może chociażby dość duża liczba księży, którzy nie zdecydowali się na wypełnienie ankiety badawczej w ramach omawianego projektu.

Badanie metodą anonimowych wywiadów ankietowych zostało przeprowadzone w okresie od grudnia 2012 r. do stycznia 2013 r. we wszystkich parafiach diecezji rzeszowskiej. W skład diecezji wchodzi 240 parafii (www.diecezja.rzeszow.pl). Odpowiedzi uzyskano z 81 parafii, co stanowi 33,7% wszystkich parafii w diecezji. Jest to odsetek odpowiedzi, który daje podstawy do przeprowadzenia analizy. Jednak z powodu liczby respondentów, którzy wzięli udział w badaniu, autorzy oparli analizę wyników na wskazaniach liczbowych, a nie danych procentowych.

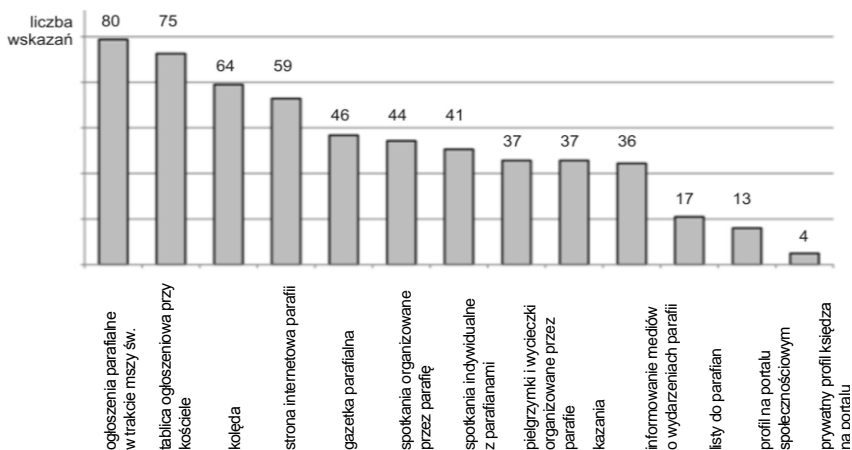
W grupie respondentów przeważali reprezentanci parafii wiejskich (55 badanych). W badaniu uczestniczyło także 26 księży pracujących w parafiach miejskich. Analizując funkcje w parafii, w badaniu uczestniczyło 77 proboszczów i 3 wikarych (jeden z respondentów nie udzielił odpowiedzi na pytanie o funkcję pełnioną w parafii). W grupie badawczej uczestniczyli księża w różnym wieku. Najwięcej respondentów (42 osoby) miało od 46 do 55 lat. Drugą co do liczebności grupę wiekową stanowili księża w wieku 56–65 lat. 12 badanych miało od 36 do 45 lat. Jeden z księży znajdował się w przedziale wiekowym 25–35 lat. Trzech respondentów miało 66 lub więcej lat.

Instrumentarium uznawane przez proboszczów i wikarych za narzędzia polityki informacyjnej

Dominującymi narzędziami, które księża postrzegają jako elementy polityki informacyjnej parafii, są tradycyjne instrumenty, takie jak: ogłoszenia w trakcie mszy św. (80 wskazań), tablica ogłoszeniowa (75 wskazań) oraz kolęda jako forma bezpośredniego spotkania z para-

fianami (64 wskazania). Warty odnotowania jest fakt, że jako kolejny, czwarty pod względem częstości wymieniania, element zaliczany do polityki informacyjnej pojawia się strona internetowa parafii, na którą wskazuje 59 księży. Inne internetowe narzędzia wykorzystywane w działaniach informacyjnych, takie jak profile parafii lub księży na portalach społecznościowych, są wymieniane w tym kontekście dopiero na ostatnich miejscach przez odpowiednio – 13 i 4 pytanym.

Inną, godną uwagi obserwacją jest relatywnie odległa pozycja lokalnych mediów uznawanych za narzędzie polityki informacyjnej parafii. Prasa, radio i telewizja znalazły się dopiero na 10 miejscu spośród 13 wskazanych narzędzi. Można więc sądzić, że wśród potencjalnych nośników informacji o życiu parafii księża nie postrzegają mediów lokalnych jako istotnego narzędzia polityki informacyjnej.



Rys. 1. Które z poniższych elementów zaliczyliby ksiądz do składowych polityki informacyjnej parafii? (można wskazać kilka odpowiedzi), N = 81

Źródło: wszystkie rysunki i tablice wykorzystane w tekście są opracowane na podstawie badań własnych – Z. Chmielewski, P. Kuca².

Opinię tę potwierdzają odpowiedzi udzielone na otwarte pytanie o preferencje wiernych co do źródła pozyskiwania informacji. Jedynie

² Różnice wartości N, czyli liczba respondentów na poszczególnych wykresach jest różna, co wynika z faktu, iż na niektóre pytania nie wszyscy respondenci biorący udział w badaniu udzielili odpowiedzi. N oznacza zatem łączną liczbę wypowiadających się na dane pytanie.

3 księży na 56 udzielających odpowiedzi stwierdziło, że do takich źródeł należą media lokalne. Podobna konkluzja płynie z analizy wypowiedzi na pytanie o te narzędzia, które księża chcieliby stosować, ale z różnych przyczyn nie jest to możliwe. Niektórzy respondenci wskazywali, że media lokalne mogłyby stanowić dobre narzędzie polityki informacyjnej, ale „nie wszystkim można ufać” (kwestionariusz nr 61), albo że byłoby to możliwe, „gdyby były uczciwe, a nie nastawione tylko na sensację” (kwestionariusz nr 49) itp.

Narzędzia polityki informacyjnej stosowane w parafiach

Proboszczowie i wikariusze zapytani o to, które z narzędzi polityki informacyjnej najczęściej wykorzystują w swojej parafii (można było wybrać więcej niż jedną odpowiedź), wskazują w największym procencie na ogłoszenia w trakcie mszy św. (bardzo często – 66 respondentów i często – 7) oraz na tablicę ogłoszeniową przy kościele (bardzo często – 51, często – 15). Stosunkowo duża liczba respondentów odpowiedziała, iż bardzo często lub często wykorzystywane jest kazanie (odpowiednio 22 i 15 spośród pytaných). Jednak należy zauważyć, że ponad połowa zapytaných księży (44) nie zalicza kazań do narzędzi polityki informacyjnej. Zatem prawdopodobnie część księży nie wskazała tej formy jako narzędzia polityki informacyjnej stosowanego w ich parafii, mimo że ma ono miejsce w trakcie mszy.

Warto podkreślić, że 39 proboszczów i wikarych, w ramach działań informacyjnych, używa często lub bardzo często strony internetowej parafii. Jednocześnie tylko 2 korzysta z tego narzędzia rzadko i tyle samo bardzo rzadko. Ze strony internetowej parafii nie korzysta nigdy 4 badanych. O ile strona www parafii została najwyraźniej zaakceptowana jako niezbędny, internetowy instrument do informowania o działalności parafii, o tyle inne środki z tej samej grupy, takie jak profil parafii czy prywatny profil księdza na portalach społecznościowych nie cieszą się już tak dużą popularnością. Na 20 księży, którzy udzielili na ten temat odpowiedzi, 16 nigdy nie korzysta z profilu parafii w portalu społecznościowym. Warto jednak uwagi jest to, że czterech księży spośród udzielających odpowiedzi używa tego narzędzia bardzo często, zatem i ta forma znajduje u części duchownych swoje miejsce w instrumentarium działań informacyjnych. Jeszcze rzadziej używany jest prywatny profil księdza – w jednym przypadku ma to miejsce bardzo

często i po jednym rzadko i bardzo rzadko. 12 osób odpowiedziało, że nigdy nie korzysta z tego narzędzia.

Połowa badanych przyznaje, że do działań informacyjnych często wykorzystuje bezpośrednie spotkania z wiernymi, natomiast 9 na 44 respondentów stosuje takie narzędzia bardzo często. Co jednak ciekawe, aż 10 badanych przyznaje, że bezpośrednie kontakty z wiernymi wykorzystuje bardzo rzadko, choć wydać by się mogło, że właśnie ta forma jest jedną z najbardziej naturalnych.

Interesującą obserwacją są kontakty proboszczów i wikarych z lokalnymi mediami w ramach polityki informacyjnej parafii. Spośród 36 badanych, którzy wypowiedzieli się w tej kwestii, 10 często lub bardzo często korzysta z mediów lokalnych w ramach działań informacyjnych. Jednocześnie 17 respondentów informuje media lokalne o różnych wydarzeniach bardzo rzadko lub rzadko, 3 zaś – nie korzysta z nich nigdy. Wskazuje to na zdecydowanie ograniczone wykorzystanie mediów lokalnych w ramach polityki informacyjnej parafii, choć należy odnotować, że dla części proboszczów jest to narzędzie ważne (tabela 1).

Tabela 1. Ocena częstotliwości wykorzystania poszczególnych metod i narzędzi w ramach polityki informacyjnej parafii

	Bardzo często	Często	Rzadko	Bardzo rzadko	Nigdy	
kazania	22	15	6	6	1	N = 50
ogłoszenia parafialne w trakcie mszy św.	66	7	4	0	0	N = 77
tablica ogłoszeniowa przy kościele	51	15	2	0	1	N = 69
gazetka parafialna	11	11	4	4	7	N = 37
strona internetowa parafii	33	6	2	2	4	N = 47
profil na portalu społecznościowym	4	0	0	0	16	N = 20
prywatny profil księdza na portalu społecznościowym	1	1	1	1	12	N = 16
listy do parafian	0	1	6	9	11	N = 27
pielgrzymki i wycieczki organizowane przez parafię	6	14	23	6	0	N = 49
spotkania organizowane przez parafię	6	22	11	3	0	N = 42
spotkania indywidualne z parafianami	9	22	10	3	0	N = 44
kolęda	24	22	10	4	0	N = 60
informowanie mediów o wydarzeniach parafii	5	5	13	12	3	N = 38

Źródło: opracowane na podstawie badań własnych – Z. Chmielewski, P. Kuca.

Narzędzia polityki informacyjnej preferowane przez parafian w opinii badanych księży

Ciekawe, zwłaszcza w kontekście zestawienia z opiniami samych parafian³, jest to, jakie narzędzia polityki informacyjnej proboszczowie uznają za preferowane przez wiernych. W przeważającej mierze księża wskazują na ogłoszenia parafialne. Aż 59 proboszczów i wikarych (spośród 69, którzy udzielili odpowiedzi) uważa, że wierni najchętniej otrzymują informacje tą drogą. Według 32 badanych, wierni preferują stronę internetową parafii, co trzeci zaś uważa, że parafianie chętnie korzystają z tablicy ogłoszeń przy kościele. Zdaniem 15 respondentów, mieszkańcy chętnie pozyskiwaliby wiadomości o sprawach parafii z gazetki parafialnej i w czasie spotkań bezpośrednich. Według księży, ważnym dla parafian elementem polityki informacyjnej parafii jest kolęda. Jako narzędzie preferowane przez wiernych, spotkania bezpośrednie w tej formie, wymienia 19 księży. Dla 12 respondentów istotnym dla wiernych narzędziem polityki informacyjnej jest kazanie. Jedynie 4 badanych uważa, że parafianie chętnie korzystaliby z lokalnych mediów, aby pozyskiwać informacje o sprawach parafii.

Uczestniczący w badaniu księża oceniali również, które z narzędzi wykorzystywanych w ramach działań informacyjnych uznają za najbardziej efektywne z punktu widzenia parafii. Zdaniem respondentów są to w pierwszej kolejności ogłoszenia w trakcie mszy św. (jak już wspomniano ten instrument jest również uważany przez badanych za szczególnie preferowany przez wiernych). Opinię, iż ogłoszenia parafialne są zdecydowanie efektywne, wyraziło 59 badanych, 10 zaś z nich ocenia, że są one średnio efektywne. Istotny wydaje się fakt, że nikt z badanych nie uznał tego narzędzia za mało efektywne lub nieefektywne.

Tablica ogłoszeniowa przy kościele pełni w opinii proboszczów również ważną rolę. Za bardzo efektywne narzędzie polityki informacyjnej uważa je 23 badanych, a 21 ocenia, że tablice ogłoszeniowe są średnio efektywne. Nikt nie uznał, że tablice ogłoszeniowe przy kościele są nieefektywne jako narzędzie polityki informacyjnej, a tylko co dziesiąty określił je jako mało efektywne. Kolęda jako forma bezpośredniego spotkania z wiernymi jest uznawana przez zdecydowaną

³ W 2014 r. autorzy planują podjęcie badań w diecezji rzeszowskiej pod kątem opinii i preferencji parafian związanych z prowadzeniem polityki informacyjnej w poszczególnych parafiach.

większość księży za bardzo efektywny instrument w działaniach informacyjnych. Uważa tak 29 z 41 księży, którzy wypowiedzieli się w tej sprawie. Z kolei 10 z nich jest zdania, że kolęda jest średnio efektywna, a tylko 1 osoba uznaje ją za mało efektywną.

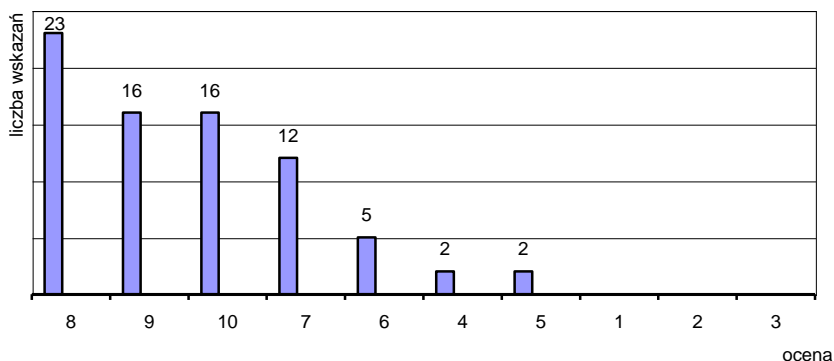
Strona internetowa jest oceniana jako bardzo lub średnio efektywna przez 39 badanych na 41, którzy udzielili odpowiedzi na ten temat, a jedynie 2 uznało ją za mało efektywną. Żaden z wypowiedzających się nie uznał strony internetowej parafii za narzędzie nieefektywne. Wyraźnie więc widać, że istnieje relatywnie duża grupa księży w pełni przekonanych o wartości Internetu jako sposobu na dialog z wiernymi.

Analizując spotkania indywidualne z parafianami, za bardzo efektywne narzędzie informowania wiernych uznało je 16 badanych, natomiast za średnio efektywne – 5. W przypadku spotkań organizowanych przez parafię za bardzo efektywne lub średnio efektywne narzędzie działań informacyjnych uznali je wszyscy spośród 23 badanych, którzy odpowiedzieli na to pytanie.

Na pytanie o efektywność kontaktów z mediami w procesie informowania wiernych o działaniach parafii odpowiedziało niewiele, bo 17 spośród badanych. Opinie okazały się podzielone – 6 z nich uważa, że kontakty z mediami są bardzo efektywne, taka sama liczba uznaje, że są mało efektywne, 5 zaś twierdzi, że kontakty z mediami dają w tym obszarze średnie efekty. Wartości te wskazują jednak (szczególnie w zestawieniu z odpowiedziami na inne pytania), że realne kontakty z lokalnymi mediami nie są ważnym narzędziem polityki informacyjnej parafii, a przekonanie o ich użyteczności w obecnej sytuacji jest niewielkie.

Ocena stopnia poinformowania wiernych o działalności parafii

Badani na ogół wysoko oceniają skuteczność prowadzonych działań informacyjnych. Największa liczba księży – 23 na 76, którzy wypowiedzieli się na ten temat, ocenia skuteczność prowadzonej polityki informacyjnej na 8 w skali 10-stopniowej. Co piąty z księży ocenił stopień poinformowania parafian na 9 i tyle samo na 10. Nikt z badanych nie wskazał oceny poniżej 4. Średnia ocena stopnia poinformowania parafian wyniosła w badanej grupie 8,15. Wskazuje to na relatywnie wysoką samoocenę proboszczów i wikarych w kwestii skuteczności informowania wiernych o działaniach parafii.



**Rys. 2. Jak ocenia ksiądz stopień poinformowania wiernych o działalności parafii?
Proszę ocenić stopień poinformowania w skali od 1 do 10,
gdzie 1 oznacza całkowity brak poinformowania, a 10 pełne poinformowanie**

Źródło: opracowane na podstawie badań własnych – Z. Chmielewski, P. Kuca.

Narzędzia polityki informacyjnej, które księża chcieliby stosować w parafiach

Gdyby księża mogli zastosować w swoich parafiach narzędzia polityki informacyjnej, które z różnych powodów dzisiaj nie są używane, najchętniej zakładaliby nowe gazety parafialne lub rozwijali tytuły, które już funkcjonują w parafiach (33 wskazania). Duża grupa badanych (22 wskazania) chciałaby założyć lub rozwinąć strony internetowe parafii. Pozostałe narzędzia, o które księża chętnie wzbogaciliby instrumentarium polityki informacyjnej w swoich parafiach, były wymieniane dużo rzadziej.

Czterech księży chciałoby założyć profil parafii na portalu społecznościowym, dwóch księży za wskazane uznaje założenie swojego prywatnego profilu na takim portalu. Kilku badanych chciałoby rozwijać media parafialne – po trzy osoby wskazało na radio parafialne i telewizję parafialną (np. internetową). Pięciu badanych chciałoby rozwijać kontakty parafii z mediami. W czterech przypadkach badani uznali, że pożądany jest rozwój spotkań organizowanych przez parafię. Pozostałe wskazania miały charakter incydentalny. Badani, w ramach prowadzenia polityki informacyjnej parafii, chcieliby jeszcze stosować monitory multimedialne i organizować pielgrzymki (po 2 wskazania). W pojedynczych wypowiedziach pojawiały się jeszcze: zawiadomienia wysy-

łane do parafian przez sms-y, tablica informacyjna przy kościelnym parkingu, tablica ogłoszeniowa przy kościele, listy do parafian, billboardy i poczta elektroniczna.

Bariery w wykorzystywaniu narzędzi informacyjnych, które księża chcieliby stosować w parafiach

Jeśli istnieje dosyć szeroki katalog narzędzi, które księża z diecezji rzeszowskiej chcieliby stosować w swoich parafiach w ramach prowadzenia polityki informacyjnej, istotne wydaje się pytanie, dlaczego narzędzia te nie są stosowane. Uczestniczący w badaniu księża podali kilka głównych powodów takiej sytuacji. Należy przy tym zaznaczyć, że spora grupa respondentów nie udzieliła odpowiedzi na to pytanie (szczegółowe wyniki są zaprezentowane w tabeli 2).

Najczęściej wymienianymi barierami są brak pieniędzy, brak odpowiednio wykwalifikowanych osób, które mogłyby stosować nowe narzędzia informacyjne, niewystarczające wyposażenie w sprzęt i odpowiednie technologie oraz brak czasu na stosowanie nowych narzędzi.

Na problemy finansowe, które stanowią barierę we wprowadzaniu nowych narzędzi polityki informacyjnej w parafiach, zwraca uwagę 33 badanych spośród 50 respondentów, którzy udzielili odpowiedzi. W tej grupie 17 ocenia, że jest to zdecydowana bariera, 16 osób uważa, że brak pieniędzy raczej stanowi problem, który wpływa na używanie nowych narzędzi z zakresu polityki informacyjnej. Jednocześnie 12 respondentów ocenia, że brak wystarczających funduszy, w mniejszym lub większym stopniu, nie wpływa na zakres stosowanych narzędzi, które dotyczą polityki informacyjnej.

Brak odpowiednio przygotowanej kadry w parafiach podkreśla łącznie 33 księży. Przy czym dla 20 z nich jest to raczej przeszkoda, która wpływa na zakres stosowanych narzędzi polityki informacyjnej, a dla 13 badanych jest to zdecydowana bariera. Dla znacznej grupy uczestniczących w badaniu księży przeszkodą, która wpływa na stosowane narzędzia polityki informacyjnej, jest niewystarczające wyposażenie parafii w odpowiedni sprzęt. Tak twierdzi, z różnym natężeniem, 26 spośród 39 respondentów, którzy udzielili odpowiedzi na pytanie.

Mniejszość stanowiły opinie, że barierą w wykorzystywaniu narzędzi polityki informacyjnej jest nieprzychylność mediów (9 badanych – raczej tak i 7 osób – zdecydowanie tak na 40 wskazań) i brak zaintereso-

sowania ze strony parafian (10 respondentów – raczej tak i 4 księży – zdecydowanie tak).

Tabela 2. Bariery w wykorzystywaniu narzędzi polityki informacyjnej

	Zdecydowanie tak	Raczej tak	Raczej nie	Zdecydowanie nie	Trudno powiedzieć	
brak pieniędzy	17	16	7	5	5	N = 50
brak czasu na stosowanie nowych narzędzi	10	18	7	2	8	N = 45
brak wykwalifikowanej kadry	13	20	9	1	7	N = 50
brak zainteresowania/akceptacji ze strony mieszkańców	4	10	8	8	13	N = 43
niedostateczne wyposażenie w sprzęt i technologie	14	12	7	4	2	N = 39
nieprzychyłość mediów	7	9	10	10	4	N = 40
niezrozumienie ze strony przełożonych	2	2	5	27	1	N = 37

Źródło: opracowane na podstawie badań własnych – Z. Chmielewski, P. Kuca.

Z badań wynika również, że niewielka liczba księży stosuje w swoich parafiach autorskie narzędzia polityki informacyjnej. Są to jednak raczej pojedyncze przypadki. Wśród prowadzonych działań można wymienić: wywieszanie bannerów na terenie kościoła i parafii, sms-y wysyłane do parafian, telefony do osób zainteresowanych daną sprawą, udział proboszcza w zebraniach rady świeckiej, plakaty z informacją o najważniejszych wydarzeniach, listy mailingowe.

Zainteresowanie udziałem w szkoleniach z zakresu prowadzenia polityki informacyjnej

Zdecydowana większość księży uczestniczących w badaniu jest zainteresowana warsztatami z zakresu kształtowania polityki informacyjnej parafii. Chodzi zarówno o osobisty udział w szkoleniach lub o delegowanie na takie zajęcia przedstawicieli parafii. W pytaniu badani mogli zaznaczyć więcej niż jeden wariant odpowiedzi. Tylko 17 badanych zadeklarowało brak zainteresowania takimi warsztatami. Ale jednocześnie 40 księży wysłaloby na takie warsztaty przedstawiciela parafii, a 15 respondentów wzięłoby w nich udział osobiście. Część

osób udział w warsztatach uzależniała od kilku warunków. 26 badanych wzięłoby udział w warsztatach pod warunkiem, że byłyby one prowadzone w praktyczny sposób. Dla 25 respondentów byłyby istotne, żeby szkolenia były bezpłatne, a 18 księży byłoby zainteresowanych warsztatami z zakresu metod prowadzenia polityki informacyjnej pod warunkiem, że trenerami byłyby osoby z organizacji lub mediów katolickich. Jednocześnie 7 badanych deklaroowało zainteresowanie udziałem w warsztatach nawet wtedy, gdyby były one odpłatne.

Tabela 3. Zainteresowanie udziałem księży lub przedstawiciela parafii w warsztatach z zakresu kształtowania polityki informacyjnej (N = 79)

tak, wysłałbym kogoś z parafii	40
tak, pod warunkiem, że będą prowadzone w sposób praktyczny	26
tak, pod warunkiem, że będą bezpłatne	25
tak, pod warunkiem, że trenerami będą osoby z mediów lub organizacji katolickich	18
nie byłbym zainteresowany takimi warsztatami	17
tak, sam wzięłbym w nich udział	15
tak, nawet jeśli będą odpłatne	7

Źródło: opracowane na podstawie badań własnych – Z. Chmielewski, P. Kuca.

Wnioski

Wyniki przedstawionych badań pozwalają sformułować kilka wniosków. W ramach polityki informacyjnej księża stosują raczej tradycyjne narzędzia z tego obszaru – ogłoszenia parafialne, tablice informacyjne. Popularne w parafiach są strony internetowe, które stanowią dziś standardowy instrument realizowania polityki informacyjnej w organizacjach. Ale już bardzo ostrożnie księża i parafie korzystają z portali społecznościowych, które mogłyby być atrakcyjnym sposobem na dotarcie z informacją do młodszych parafian. Warta podkreślenia jest otwartość i gotowość księży do udziału w warsztatach lub szkoleniach z zakresu metod prowadzenia polityki informacyjnej. Można to odczytać jako świadomość ograniczeń w umiejętności prowadzenia projektów z tego obszaru i otwartość na działania, które miałyby poprawić aktualną sytuację. Jednocześnie warto zaznaczyć, że uczestniczący w badaniu księża dość wysoko oceniają stopień poinformowania parafian o inicjatywach podejmowanych w parafiach. Tym samym można uznać, że dobrze oceniają realizowane w parafiach działania informacyjne. Takie przekonanie należałoby zweryfikować wśród sa-

mych parafian. Powinien to być punkt wyjścia do przeprowadzenia kolejnych badań z tego obszaru.

INFORMATION POLICY OF ROMAN CATHOLIC CHURCH'S PARISHES OF THE DIOCESE IN RZESZÓW – RESEARCH REPORT

Abstract

In Roman Catholic Church diocese in Rzeszów in December 2012 and January 2013 research was conducted, the main purpose of which was to define how information policy among priests and parishioners looks. During the research it was diagnosed what is meant by the definition of information policy between Church and parishioners. The research has also shown what kind of tools are used in order to communicate with parishioners and if these tools are efficient. The report presents the main communication barriers and what makes this communication more difficult as well. There were 81 respondents, who came from 81 different parishes within the diocese.

Key words: information policy, Roman Catholic Church diocese in Rzeszów, communication barriers, information policy tools.