

Эдуард Ананьев



Шпаргалка
пресс-секретаря
ЦЕРКОВЬ И СМИ

Эдуард Валерьевич Ананьев

Шпаргалка пресс-секретаря. Церковь и СМИ

http://www.litres.ru/pages/biblio_book/?art=22572717

ISBN 9785448362019

Аннотация

В книге рассматриваются аспекты взаимодействия между церковью и обществом, а также даются практические рекомендации для пресс-секретарей: как правильно выстроить отношения со СМИ, написать качественный пресс-релиз, максимально использовать возможности современных коммуникаций. Издание предназначено для работников пресс-служб, журналистов, широкого круга читателей.

Шпаргалка пресс-секретаря Церковь и СМИ

**Эдуард Валерьевич
Ананьев**

Редактор Ирина Литвинова

Корректор Наталья Нефёдова

Фотограф Elnur / Фотобанк Лори

Дизайнер обложки Мартирос Акопян

© Эдуард Валерьевич Ананьев, 2017

© Elnur / Фотобанк Лори, фотографии, 2017

© Мартирос Акопян, дизайн обложки, 2017

ISBN 978-5-4483-6201-9

Создано в интеллектуальной издательской системе Ridero

Реалии времени таковы, что церкви приходится взаимодействовать с обществом и СМИ. Поэтому пособие будет ценным руководством для того, кто взял на себя нелёгкий, но очень важный труд пресс-секретаря.

Здесь вы найдёте советы, как вести диалог и выстраивать отношения с нужными для церкви средствами массовой информации, как избежать типичных ошибок при общении с журналистами и максимально эффективно использовать имеющиеся технологии. Надеюсь, что пособие будет полезно церквям, равнодушным к правдивому и объективному освещению своего труда на ниве Божьей.

*Эдуард Анатольевич Грабовенко,
начальствующий епископ РЦХВЕ*

«Мне бы такую шпаргалку лет 20 назад, – подумал я после прочтения книги. – Не наделал бы столько ошибок. Язык живой, советы практичные, а главное – никакой воды, всё по делу».

Искренне рад за читателей книги. Им в руки попадёт весь необходимый пресс-секретарю церкви инструментарий, с помощью которого они могут построить грамотную стратегию работы.

Шпаргалка окажет неоценимую услугу всем, кто хочет по-настоящему понимать нужды общества, разговаривать с ним на понятном языке, помогать людям находить ответы на свои многочисленные вопросы. В конечном итоге, в этом и заключается работа христианского «пиарщика» – восстанавливать коммуникацию между церковью и обществом в разобщённом мире.

*Алексей Боровских,
тележурналист*

Согласен с автором: в неизвестности рождаются вредоносные сплетни. Общественный образ евангельской церкви искажён, а её миссия понята превратно. Строить эффективные коммуникации, выходить на диалог с обществом через средства массовой информации – задача церковного PR-специалиста. С оглядкой на весь церковный медийный опыт, можно с уверенностью сказать, что данное пособие – это новация. Подобного структурированного издания, написанного профессиональным журналистом для сотрудников церкви, в котором рассматривались бы вопросы дружественных отношений со СМИ, поведения во время информационных атак, были разобраны инструменты и приводились фактические примеры, раньше не выходило.

Что особо хотелось бы отметить? Автор не оставляет без внимания Интернет как ресурс для непосредственной работы с группами людей, заинтересованных в информации о церкви, и онлайн-СМИ. Правила и рекомендации работы в интернете актуальны в условиях, когда миллионы пользователей получают новости из лент соцсетей.

Шпаргалка пресс-секретаря, надеюсь, со временем будет дополнена. Тем не менее, вызывает уважение первый шаг в медиа-образовании, конечная цель которого, как мне кажется, научить сотрудников церковных PR-служб выстраивать контент-стратегию общины, грамотно выбирать и ис-

пользовать инструменты, формат, платформу и тип контента.

Андрей Дербенёв,

главный редактор журнала «Примиритель»

Работа Эдуарда Ананьева «Церковь и СМИ», которую сам он достаточно скромно ранжирует в качестве «шпаргалки для пресс-секретаря», на самом деле мне видится куда более важным и даже принципиальным шагом. Пожалуй, главное, что хочется отметить – это обоснованная и аргументированная смелость, с которой он интегрирует задачи высокого духовного развития и технологии столь земных процессов, которые наиболее известны под маркой PR; притом, что у самого этого понятия сотни различных определений (и все они, что самое удивительное, верны). И автор никак не выглядит «снизошедшим». Материи PR рассматриваются им как равноправная часть мира, которая пока ещё служителями церкви используется крайне мало. Причиной тому могут являться как излишняя самоуверенность, так и излишняя отстранённость.

И здесь мы оказываемся в плоскости куда более важных, чем собственно PR и его инструментарий, идей и принципов. Это можно сформулировать как открытость миру как таковому. Пример разговора с PR-адептами на равных – божеский сюжет открытого храма. Прививка от высокомерия и пример позитивного восприятия добра во всех его проявлениях. Не бежать, не смотреть поверх, не чураться, а адап-

тировать к общей духовной работе – вот о чём, если смотреть в совокупности, эта работа.

Теперь о непосредственно предложенном автором инструментарии и отношении к нему. Будучи несколько знакомым с миром PR и работой в этих направлениях, не могу не отметить, на сколько кратко, по делу, без лишних социологизмов преподнесены конкретные советы, рекомендации, мысли, разъяснения... Хорошая работа, в которой лёгкость изложения показывает масштабность труда и перепаханых объёмов литературы вкупе с собственным профессиональным опытом.

Нужна ли эта работа церкви? Нужен ли PR церкви? Пока она является живой частью мироздания – нужен. Только музейные реликвии не требуют ничего, кроме охраны и смахивания пыли. Если церковь развивается, если она хочет служить людям, тогда она не может игнорировать реальность. А реальность сегодняшнего дня требует большей активности от служителей церкви, в том числе и из-за колоссальных объёмов информации в мире. В этом контексте становится всё более сложно поддерживать уникальное качество – доверие, и PR может помочь это доверие к церкви поддерживать.

Автор пишет именно об этом.

И вот что я скажу: даже если бы все усилия Эдуарда Ананьева и его «Церкви и СМИ» помогли хоть на немного повысить уровень доверия, это уже было бы огромное достижение и поистине богоугодное и мироугодное дело. Пре-

лесть же труда в том, что не только о доверии идёт в нем речь. И польза этого небольшого произведения заметно шире по тематике и достаточно глубока по сути. Здесь и правила подбора и подачи информации, и грамотное вычленение информационных поводов, и противодействие злостным слухам, и формирование адекватных представлений у широкой аудитории, и так далее, и тому подобное...

Круг тем широк. Работа полезна, это бесспорно!

Удачи автору и в дальнейшем включении современного инструментария в арсеналы духовного развития.

Валерий Стольников,

главный редактор издания «Промышленный еженедельник»,

член Союза журналистов России

В евангельских церквях специалистов в области связей с общественностью немного. Поэтому выход в свет «Шпаргалки пресс-секретаря» об отношениях церкви и средств массовой информации, написанной журналистом Эдуардом Ананьевым, особенно радует.

Пособие поможет любой церкви на первых этапах организации пресс-службы. Легко и непринуждённо автор ведёт разговор с читателями о том, почему церкви важно рассказывать о себе и как лучше выстроить стратегию отношений со СМИ. Несомненными плюсами является практическая направленность пособия: как найти информационный повод, написать новость, составить пресс-релиз. На примерах из жизни церквей и объединений автор разбирает слож-

ные ситуации, даёт рекомендации, что делать в случаях, когда, например, СМИ публикуют негативные статьи о церкви, и делится другими полезными советами.

На мой взгляд, пособие заслуживает высокой положительной оценки и достойно внимания всех, кто занят в информационном служении.

Ирина Литвинова,

руководитель информационного служения РЦХВЕ

Прочитал книгу на одном дыхании, нашёл в ней много интересного для служения и публичной деятельности. На мой взгляд, она будет полезной для широкого круга читателей, которые прямо или косвенно связаны с публикацией текстов, как в блогах, так и на сайтах или в соцсетях. В книге даны практические советы, как правильно донести ту или иную мысль или новость о церкви, чтобы общество могло правильно и без искажения видеть церковь и то, что она делает. Книга будет полезна поместным церквям и объединениям церквей, которые имеют свои СМИ: газеты, сайты и другие издания, печатные или виртуальные. Книгу обязательно нужно прочитать всем ответственным за СМИ в церквях, которые не имеют профессионального образования в сфере журналистики. Уверен, что и профессионалы найдут для себя полезные советы и рекомендации.

Сергей Ястржембский,

доктор практического богословия, ректор МТИ

Издание «Церковь и СМИ. Шпаргалка пресс-секретаря» Эдуарда Ананьева является необычайно актуальным и полезным материалом, который может стать незаменимым инструментом в процессе практического администрирования деятельности религиозной организации.

Автор поднимает и подробно раскрывает тему, на первый взгляд не имеющую прямого отношения к основным целям и задачам церкви. Однако по мере прочтения книги становится совершенно ясно: то, что автор называет «церковный PR», является ничем иным, как частью адекватной подачи и соответственно восприятия информации о церкви и эффективной передачи послания самой церковью, что составляет реализацию главной христианской задачи, которая известна нам как «Великое поручение».

Таким образом, «шпаргалка» является по сути первым опытом создания методологии и инструментария для выстраивания успешной стратегии церкви в реализации её главной задачи – проповеди Евангелия Иисуса Христа.

Автор убедительно определяет «церковный PR», как область, над которой необходимо трудиться ежедневно, приобретая при этом постоянно необходимые навыки и опыт. Начинать же необходимо с обучения, то есть принятия опыта предшественников, как написано в Писании, «Всего испытывайте, хорошего держитесь».

Христианская традиция учит нас, что каждый христианин является «живым Евангелием», продолжая писать своими

поступками книгу «Деяний святых апостолов» (по аналогии с иудаизмом, который представляет каждого из Бней Яаков «живой Торой»). Таким образом, автор подчёркивает важность преподнесения миру не того образа церкви, «который навязывает ему дьявольская пропаганда, а образ, создаваемый Священным Писанием в понимании христианской традиции». Цель «христианского PR» в этом смысле – создание правильного и соответствующего действительности образа у читателей послания Церкви, то есть самой её жизни и деятельности.

В описании методологии «церковного PR» автор не просто копирует известные коммерческие модели, задача которых прежде всего успешные продажи, но выводит специфические церковные принципы, главной целью которых является репутационное строительство доверительного диалога между церковью и обществом. В этом смысле PR (Public Relations) автор определяет как собственно диалог с обществом, а задачей PR – дать обществу «возможность поверить».

Конец ознакомительного фрагмента.

Текст предоставлен ООО «ЛитРес».

Прочитайте эту книгу целиком, [купив полную легальную версию](#) на ЛитРес.

Безопасно оплатить книгу можно банковской картой Visa, MasterCard, Maestro, со счета мобильного телефона, с платежного терминала, в салоне МТС или Связной, через PayPal, WebMoney, Яндекс.Деньги, QIWI Кошелек, бонусными картами или другим удобным Вам способом.