

## Wstęp

Książka dra Pawła Piotrowskiego zasługuje na uwagę z dwóch powodów: aktualności tematyki i jej wymiaru interdyscyplinarnego, z zaznaczeniem spojrzenia teologicznego. Niewątpliwie Biblia zawiera wiele porad i uwag, które z pewnością stanowią doskonałe rady dla marketingowców i biznesmenów. Przekaz Jezusa zawarty na łamach Ewangelii jest zawsze aktualnym zestawem istotnych zasad, dzięki którym zyskuje się markę i pozytywny wizerunek w świecie. Należą do nich uczciwość, profesjonalizm, dbałość o własnych pracowników, czyli dokładnie to, co zawiera się w przykazaniu miłości drugiego bliźniego. A zatem nie szybki pieniądz jest najistotniejszy, ale dbałość o wartości, dzięki którym dba się o godność osoby ludzkiej.

Piękny wizerunek firmy nie zdobywa się natychmiast, lecz jest on sumą uczciwych, kompetentnych i długoletnich zachowań, wysiłków i starań. Komunikacja Jezusa była umiejętnością zawiązywania więzi między ludźmi, a każdy kto się z Nim spotkał wiedział, że nie zostanie wyprowadzony w pole lub okłamany. Na pierwszy rzut oka tytuł może się kojarzyć pejoratywnie, gdyż Jezus i marketing, to tak brzmi, jakby wystawiało się wartości na sprzedaż. Jednak lektura pozwala zauważyć, że dzięki wcieleniu w życie wartości Jezusowych miłość bliźnich przez fakt wymiany handlowej może okazać się piękniejszy, bo uczciwszy.

Warto także podkreślić, że książkę *Jezus Mistrzem marketingu* pisze doktor teologii, czyli nauki, którą próbuje się z publicznego dyskursu z zakresu komunikacji wyeliminować jako dziedzinę wyidealizowaną i oderwaną od ziemi. Tymczasem nie jest to oderwanie, lecz realistyczne spojrzenie na budowanie zaufania poprzez produkcję artykułów, z których korzystają ludzie i mający nadzieję, że to, co kupują nie jest szmirą, ale towarem wytworzonym przez uczciwego i kompetentnego człowieka. Inaczej podkreślając, nie czyn bliźniemu tego, co tobie nie miłe.

*Ks. prof. ucz. dr hab. Robert Nęcek*  
Kierownik Katedry Edukacji Medialnej  
Uniwersytet Papieski Jana Pawła II