

Sprawozdanie z I „Tygodnia z PR-em”, Katowice, 26–30 listopada 2012 roku

Ewelina Tyc

Ostatni tydzień listopada 2012 r. minął studentom Uniwersytetu Śląskiego w Katowicach pod hasłem „Tydzień z PR-em”. To prekursoryczne i niezwykle udane wydarzenie, zorganizowane zostało przez Samorząd Studencki UŚ. Każdego dnia, w ciągu tego tygodnia, słuchacze mieli okazję zapoznać się z innym obszarem działalności public relations.

I tak, pierwszego dnia wykład inauguracyjny, stanowiący niejako wprowadzenie do całego zagadnienia public relations, wygłosił dr Bernard Grzonka, pracownik naukowy w Zakładzie Dziennikarstwa Uniwersytetu Śląskiego oraz opiekun naukowy Międzywydziałowego Stowarzyszenia Dziennikarzy „Mosty”. Wyszedłszy od historii PR, zilustrował jego ewolucję, próbował również usytuować profesję specjalisty PR w polskich realiach. Mówił także o roli i celach, jakie spełnia współcześnie public relations. Na zakończenie zwrócił uwagę na „siedem grzechów głównych PR”. Wystąpienie było wzbogacone barwnymi przykładami ze świata polityki. Jako drugi wystąpił Krzysztof Mejer, właściciel agencji PR Mejer Public Relations, doradca z zakresu *media relations* i PR kryzysowego, z krótkim szkoleniem z kreowania wizerunku. Prelegent podkreślał, jak ważna jest wiedza na temat autowizerunku, zwracając uwagę na to, jak łatwo można zepsuć dobre wrażenie (dobry wizerunek), co trudno potem naprawić. Mejer podczas szkolenia zapraszał do ćwiczeń osoby zgromadzone w sali. Studenci mogli nauczyć się, w jaki sposób na-

leży się przywitać, jak prawidłowo się przedstawić oraz jak i kiedy przedstawić osobę towarzyszącą np. swojemu przełożonemu. W ostatnim wystąpieniu tego dnia dr Anna Adamus-Matuszyńska (Uniwersytet Ekonomiczny w Katowicach) zwróciła uwagę na normy etyczne w pracy PR-owca. Wyjaśniła, dlaczego PR musi być etyczny, mówiła też o tym, czym jest etyka w PR. Wywody zakończyła tezą, że „PR jest skazany na etyczność”.

Kolejny dzień, za sprawą prelegentów, okazał się cyklem warsztatów z rzecznictwa prasowego. Pierwsza w tym dniu stanęła przed słuchaczami Anna Ginał, rzecznik prasowy Samodzielnego Publicznego Szpitala Klinicznego nr 5 w Katowicach „Ceglana”, która zapoznała audytorium ze specyfiką pracy rzecznika w szpitalu i zachęciła zgromadzonych do dyskusji. Po Ginał wystąpił Jacek Szymik-Kozaczko, rzecznik prasowy Uniwersytetu Śląskiego, który zaktywizował grupę, zapraszając uczestników do gry symulacyjnej. Pomieszczenie, w której odbywało się spotkanie, zmieniło się w salę, gdzie została zorganizowana profesjonalna konferencja prasowa, a studenci wcielili się zarówno w rolę osób zasiadających za konferencyjnym stołem, jak i w dziennikarzy. Wszyscy z zaangażowaniem wypełniali swoje zadania, choć nie obyło się bez małych potyczek. Jako ostatnia w tym dniu wystąpiła Jadwiga Witek, rzecznik prasowy Centrum Informacji Naukowej i Biblioteki Akademickiej w Katowicach, która z kolei mówiła o pewnej niszy,

jaką stanowią biblioteki, które w znakomitej większości nie mają rzeczników prasowych, a co więcej – nie są nastawione na otwartą i profesjonalną komunikację.

Trzeciego dnia na Wydziale Nauk Społecznych Uniwersytetu Śląskiego odbyła się Konferencja Międzywydziałowego Stowarzyszenia Dziennikarzy „Mosty” zatytułowana „PR w polityce – od propagandy do profesjonalnych kompanii wyborczych”. „Mosty” to największe koło naukowe działające na Wydziale Nauk Społecznych UŚ. Celem stowarzyszenia jest propagowanie wśród studentów wiedzy oraz umiejętności z zakresu dziennikarstwa i komunikacji społecznej. Konferencja była podzielona na pięć paneli. Pierwszy dotyczył wizerunku politycznego, drugi roli mediów w polityce, trzeci – historii propagandy, natomiast dwa ostatnie związane były z zagadnieniem public relations na świecie i w polityce. Wykład inauguracyjny w tym dniu wygłosił prof. UŚ dr hab. Mariusz Kolczyński. Prelegent zwrócił uwagę na to, że współcześnie wiele się mówi o marketingu i public relations, zapominając o propagandzie, która również jest profesjonalnym sposobem komunikowania. Wystąpienie było próbą usystematyzowania bogatej już wiedzy na temat propagandy oraz uporządkowania chaosu terminologicznego. Kolczyński w klarowny sposób wyjaśnił słuchaczom, czym jest propaganda, czym marketing, a czym PR, wskazując jednak na płynne granice między tymi trzema obszarami. Po wykładzie Mariusza Kolczyńskiego swoje referaty prezentowali studenci i doktoranci z Uniwersytetu Śląskiego.

Równoległe z konferencją w Rektoracie Uniwersytetu Śląskiego odbywało się spotkanie z właścicielem i pracownikami agencji Imago Public Relations. Jako pierwszy wystąpił Rafał Czachowski, który – nawiązując do panującego w agencji zwyczaju rozpoczęcia dnia od kubka kawy – poczęstował wszystkich zgromadzonych w sali kawowymi cukierkami.

Następnie omówił kilka definicji public relations, spośród których warto przytoczyć taką: „PR to 50 proc. tego, co masz i 50 proc. tego, co ludzie myślą, że masz”. Czechowski chciał odejść od teoretycznych aspektów PR, dlatego jego prezentacja była skoncentrowana na praktycznym ujęciu tego zagadnienia. Mówił, jak wygląda dzień w agencji, jaki jest system pracy, czym charakteryzują się osoby pracujące w agencji PR, jaki jest podział obowiązków w takiej firmie, a także, jakie są relacje między pracownikami oraz pracownikami i klientami. Przedstawił specyfikę rynku i pracy PR-owca agencyjnego. Po wystąpieniu Czechowskiego, przed publicznością stanęli Ina Martela oraz Daniel Muc, którzy omówili krok po kroku etapy ich pracy na przykładzie projektu „Niska emisja – wysokie ryzyko” (projekt ten został nagrodzony Złotym Spinaczem 2012). Na koniec Karolina Sufleta przeanalizowała przebieg kampanii „A+B, czyli Absolutnie Bezpieczni”. Była to kampania promująca bezpieczeństwo na drogach, realizowana właśnie przez agencję Imago PR.

W czwartek przed publicznością stanęła Justyna Cichoń, właścicielka agencji marketingu zintegrowanego JC Academy, która przeniosła słuchaczy w świat *eventów*, omawiając zmundny proces przygotowywania dużego wydarzenia, który składa się ze stałych elementów, takich jak: analiza, *brief*, kreacja, strategia, realizacja oraz końcowy raport. Wyjaśniała, dlaczego (w jej przekonaniu) *event* jest sztuką. Justyna Cichoń, prezentując wiele spektakularnych *eventów* polskich i zagranicznych, przekonywała, że udane wydarzenie to takie, które jest zaskakujące dla uczestników. Z zaangażowaniem i pasją opowiadała o tym, jak projektuje się (rozpisuje) oświetlenie, o doborze kolorów, o aranżacjach scenarii oraz o współpracy z celebrytami, ale także o potyczkach, które nierzadko zdarzają się w tej branży. Publiczność była zafascynowana tym tematem (zadawano wiele pytań) oraz nietuzinkową i dynamiczną prezentacją.

Po tym, jakże oszałamiającym wystąpieniu, kolejni prelegenci nie mieli łatwego zadania, ale podjęli wyzwanie, które zakończyło się sukcesem. Inaczej stać się nie mogło, ponieważ dla Anny Samborowskiej i Mikołaja Makowskiego, organizatorów dwóch imprez masowych: Juwenaliów Śląskich i Zagłębiowskich, nie ma rzeczy niemożliwych. Opowiadali oni o trudnościach związanych z przygotowaniem dużych wydarzeń, o wielkości pracy oraz o ogromnym stresie, jaki temu towarzyszy. Podkreślali jednak, że mimo ogromnego wysiłku i poświęcenia warto to robić, ponieważ jest to niezwykle frapujące i satysfakcjonujące zajęcie.

Ostatni dzień I „Tygodnia z PR-em” minął pod hasłem „Praca w mediach”. Przed audytorium stanęły takie osoby, jak: Alicja van der Coghren – prezenterka w Telewizji TVS i Jerzy

Góra – kierownik Redakcji Sportowej Polskiego Radia Katowice, którzy dzielili się swoimi doświadczeniami oraz mówili o cieniach i blaskach zawodu dziennikarza. W drugiej części dnia wystąpił Maciej Biskupski – asystent Prezydenta Katowic oraz Magda Uchnast, Piotr Goc i Miłosz Wrona – przedstawiciele Samorządu Studenckiego UŚ, którzy z kolei opowiadali o specyfice współpracy z dziennikarzami, redakcjami i PR-owcami.

„Tydzień z PR-em” był wydarzeniem, dzięki któremu studenci mieli możliwość spotkania się i porozmawiania z znakomitymi fachowcami oraz z ciekawymi ludźmi z branży public relations. Był to również tydzień wypełniony absorbującymi i przede wszystkim inspirującymi tematami. Z pewnością uczestnicy czekają z niecierpliwością na kolejne jego edycje.