

# Wydarzenia Polska

## Sławy światowego PR w Poznaniu

Najwybitniejsi przedstawiciele świata nauki PR wzięli udział w IV Międzynarodowej Konferencji PR na Akademii Ekonomicznej w Poznaniu w dniach 16-19 czerwca br. Dyskutowano na temat roli, jaką odegrało PR we wprowadzaniu narzędzi i instytucji rynków finansowych okresu transformacji w krajach Europy Środkowo-Wschodniej. Wydarzenie zorganizowano z okazji 15-lecia kształcenia przedmiotu „public relations” na Akademii Ekonomicznej w Poznaniu oraz 10-lecia istnienia agencji PR Prelite. Specjalnymi gośćmi konferencji byli klasycy amerykańskiego PR, profesorowie Larissa i James Grunig. Do Poznania zawitali również m.in.: prof. Barbara Baerns i prof. Guenter Bentele, mający nieoceniony wkład w rozwój PR w Niemczech, dr Alexander Chumikov, wiceprezes Rosyjskiego Stowarzyszenia Public Relations, prof. Alan Freitag, na co dzień wykładowca Uniwersytetu North Carolina, były dyrektor ds. kontaktu z mediami przy Głównodowodzącym Siłami NATO, prof. Georgij Pocheptsov z Narodowej Akademii Administracji Publicznej



Fot: Arch

w Kijowie i György Szondi, wykładowca PR w School of Business Strategy w Metropolitan University w Leeds w Wielkiej Brytanii. Nie zabrakło również polskich teoretyków i praktyków PR. Swoim doświadczeniem dzielili się: Ryszard Ławniczak, kierownik Katedry Publicystyki Ekonomicznej i PR na Akademii Ekonomicznej w Poznaniu, Marcin Kaszuba, wiceprezes PALiZ, Witold Michałek – prezes Unilobu, Bartłomiej Pawlak z Ernst&Young, Krzysztof Pietraszkiewicz, prezes Związku

Banków Polskich, w imieniu dr. Wiesława Rozłuckiego (GPW) – Monika Matlak, wicedyrektor Działu Promocji Giełdy.

Na stronach [www.prconference.pl](http://www.prconference.pl) można zapoznać się z programem konferencji, abstraktami wystąpień oraz przeczytać szczegółowe podsumowanie wydarzenia. Sponsorami konferencji byli: Fundacja Współpracy Polsko-Niemieckiej, Spółdzielcza Grupa Bankowa, Can-Pack, Ernst & Young, Polenergia oraz Warta.

## Łby PR z okazji 10-lecia PSPR

21 czerwca w Warszawie członkowie oraz sympatycy PSPR wspólnie uczestniczyli w obchodach jubileuszu 10-lecia działalności Stowarzyszenia. Spotkanie poprowadził Rafał Czechowski, prezes PSPR. Uroczystość stała się pretekstem do podsumowania ostatniej dekady funkcjonowania Stowarzyszenia, dyskusji nad rozwojem branży PR w Polsce i wyzwaniem, jakie są przed nią stawiane. W debacie panelowej poświęconej tym kwestiom udział wzięli: Piotr Czarnowski, członek i założyciel PSPR, dr Andrzej Drzycimski, były rzecznik prezydenta Lecha Wałęsy, ekspert ds. marketingu politycznego, prof. Ryszard Ławniczak, wykładowca PR, doradca prezydenta Kwaśniewskiego ds. ekonomicznych oraz Wiesław Uziębło, współzałożyciel i honorowy prezes PSPR. Panel prowadziła Kinga Podraza, redaktor naczelna magazynu „Piar.pl”. Wraz z PSPR jubileusz świętowali również prof. Larissa i James Grunigowie, którzy podzielili się wynikami swoich badań naukowych nad wzorcowymi praktykami PR. Po ich wykładzie uczestnicy spotkania wraz z prof. Jerzym Bralczkiem wspólnie stworzyli jednozdaniową definicję public rela-



Fot: PSPR

tions, która brzmi: „PR to system działań podmiotu w celu kształtowania postrzegania go przez innych”.

Szczególnym momentem uroczystości było przyznanie po raz pierwszy nagród branżowych – Łbów PR. PSPR wyróżnił nimi osoby, które wniosły szczególny wkład w rozwój dziedziny public relations w Polsce – w nagrodę za „całokształt pracy ▶

▷ na rzecz dyscypliny i środowiska PR”. Otrzymali je prof. Krystyna Wojcik, Piotr Czarnowski i prof. Ryszard Ławniczak. Rafał Czechowski przyznał, że łbem PR w przyszłych latach będzie niewątpliwie „kolejny tęgi umysł naszej branży”. Wyjaśnił również, że PSPR zamierza „patrzeć na środowisko i na rynek z perspektywy nieco szerszej niż jeden rok”. Stowarzyszenie pracuje również nad formułą wybierania „łebskich piarowców”.

Do świętowania 10-lecia włączył się również ZFPR. Obok gratulacji, Rafał Szymczak, prezes Związku, przekazał PSPR-owi życzenia z lekkim przymrużeniem oka: „10 (do potęgi 10) lat twórczego działania, 10-krotnego wzrostu rynku PR, 10 biur w całej Polsce, 10 tysięcy wspólnych PRojektów z ZFPR, Samych strażaków w dziesiątkę, Dziesiątek nowych członków...i dziesięciu zagranicą, 1/10 trosk i problemów i poniżej 10 sekund na setkę...”

## I Zjazd Katedr i Ośrodków Kształcenia PR

Integracja środowiska i budowanie pozycji PR na wyższych uczelniach – to, zdaniem uczestników I Zjazdu Katedr i Ośrodków Kształcenia PR w Polsce, najistotniejsze wyzwania stojące przed naukowcami zajmującymi się public relations. Zjazd został zorganizowany w związku z obchodami 15-lecia kształcenia przedmiotu „public relations” na Aka-

demii Ekonomicznej w Poznaniu oraz 10-lecia działalności Polskiego Stowarzyszenia Public Relations. Wzięli w nim udział m.in.: dr Barbara Bielicka (UMK, Toruń), dr Ewa Cenger (WSKiZ, Poznań), dr Ewa Hope (Politechnika Gdańska), dr Marta Ryniejska-Kiełdanowicz (Uniwersytet Wrocławski), prof. Ryszard Ławniczak (AE, Poznań), prof. Henryk Przybylski (AE, Katowice), dr Waldemar Rydzak (AE, Poznań), dr Jacek Trębecki (AE, Poznań), dr Dariusz Tworzydło (prof. WSliZ), prof. Krystyna Wojcik (SGH) i dr Małgorzata Molęda-Zdziech (SGH).

Uczestnicy Zjazdu uznali integrację środowiska za niezwykle ważny element budowania pozycji dyscypliny na polskich uczelniach. Wyrazili również nadzieję na doprowadzenie do sytuacji, w której podejście do PR jako autonomicznej dyscypliny stanie się normą w konstruowaniu programów dydaktycznych. Wszyscy zadeklarowali też chęć współpracy w zakresie tworzenia platformy wymiany informacji na temat wydarzeń akademickich związanych z nauką PR w Polsce oraz bazy wiedzy z tego obszaru.

Podczas spotkania PSPR zaprezentowało też m.in. założenia inicjatywy opracowania Karty Standardów Edukacyjnych Public Relations.

Zjazdy Katedr i Ośrodków Kształcenia PR w Polsce mają się odbywać cyklicznie raz w roku, na uczelniach reprezentowanych przez uczestników.



Fot. UM Kraśnik

## PR w Kraśniku

Stolicą samorządowego komunikowania stał się w dniach 7-9 czerwca Kraśnik. Ponad 70 rzeczników prasowych, burmistrzów i osób odpowiedzialnych za komunikację w gminie zgromadziła druga już konferencja poświęcona PR w samorządach. Wydarzeniu patronował Związek Miast Polskich, WSliZ w Rzeszowie oraz Fundacja Rozwoju Demokracji Lokalnej. Medialnie obecny był tam również Piar.pl.

– Takie wydarzenie to świetna okazja do poznania najnowszych trendów związanych z tworzeniem wizerunku instytucji publicznych i zamiany nieśmiałyłych początków PR samorządowego w świadome działania – stwierdził Piotr Czubiński, Burmistrz Miasta Kraśnika.

Podczas trzech dni wykładów i warsztatów dyskutowano głównie o budowaniu i realizowaniu strategii PR w urzędach, wspomniano również przykłady skutecznej promocji miast polskich i zagranicznych. Szczegółowe podsumowanie konferencji można przeczytać na stronach [www.piar.pl](http://www.piar.pl) w dziale News Polska.

## Placówki medyczne będą walczyć o swój wizerunek

Poprawa wizerunku służby zdrowia jest możliwa, jeśli placówki zdecydują się na świadome budowanie swego wizerunku korporacyjnego i komunikowanie z wykorzystaniem nie tylko służb PR, ale również całego personelu – dowodziły kolejne wykłady prezentowane podczas I Ogólnopolskiej Konferencji „Kreowanie wizerunku placówki medycznej Wizerunek 2005+” 31 maja wspólnie zorganizowały ją Wydział Zarządzania Uniwersytetu Warszawskiego, Instytut Przedsiębior-

czości i Samorządności oraz Forum Działań Twórczych. Do współpracy zaproszono również Piar.pl. Prelegenci zachęcali m.in. do piarowego podejścia przy tworzeniu ich witryn internetowych. Prezentowane przez Rafała Staszewskiego ze Szpitala Klinicznego nr 1 przy Akademii Medycznej im. Karola Marcinkowskiego z Poznania dane wskazywały, że na 83 proc. placówek mających swoje strony WWW, jedynie 3 proc. z nich za pośrednictwem internetu komunikuje informacje istotne dla pacjenta. Kontrprzykładem był tutaj wskaźnik

witryn w Stanach Zjednoczonych, zawierający podobne wskazówki aż w 92 proc. przypadków. Zastanawiano się nad wpływem negatywnego wizerunku służby zdrowia na tworzący się dopiero jej prywatny odpowiednik. Uczestnicy konferencji mieli okazję wysłuchać również m.in. case study na podstawie opisu działań PR podejmowanych przez Instytut „Pomnik Centrum Zdrowia Dziecka”.

## Zasady lobbowania

Konieczność zgłoszenia działalności lobbującej do odpowiedniego,

jawnego rejestru, a także możliwość przekazywania uwag do projektów ustaw w ramach instytucji wysłuchania publicznego” wprowadza przyjęta 7 lipca przez Sejm ustawa o działalności lobbingowej. Przewiduje ona również, że przewodniczący klubów i kół parlamentarnych będą zobowiązani udzielać informacji na temat pracowników (i społecznych współpracowników) biura klubu lub koła. Informacje na temat miejsca zatrudnienia takiej osoby, źródeł jej dochodów i prowadzonej przez nią działalności gospodarczej będą obejmowały okres 3 lat poprzedzających współpracę. Również minister będzie musiał podać premierowi analogiczne dane dotyczące pracowników zatrudnionych w swoim gabinecie politycznym.

Zgodnie z ustawą, lobbing jest działaniem prowadzonym metodami prawnie dozwolonymi, zmierzającym do wywarcia wpływu na organy władzy publicznej w procesie stanowienia prawa. Posłowie przyjęli wszystkie poprawki zgłoszone w Sejmie podczas drugiego czytania ustawy i zaakceptowane przez nadzwyczajną komisję ds. ustawy lobbingowej. Wyznaczyli również karę za zawodowe lobbowanie bez wpisania do rejestru. Będzie ona wynosić od 3 do 50 tys. zł. Ustawa, przyjęta przez Sejm niemal jednogłośnie, trafi teraz do Senatu.  
Źródło: PAP

### **SIZ PAP komunikuje poza granice Polski**

Serwis Informacji Zleconych PAP uruchomił usługę dystrybucji komunikatów prasowych poza granicami Polski. Dzięki współpracy z największymi światowymi serwisami typu „newswire”, SIZ oferuje klientom dotarcie do mediów w najdalszych zakątkach świata. Partnerzy PAP współpracują m.in. z Reutersem czy Bloombergiem, a informacje przesyłane za ich pośrednictwem są indeksowane przez popularne wyszukiwarki, m.in. Google i AltaVistę.

– Przesłanie informacji do mediów nie zastąpi kontaktów osobistych ani udziału w targach czy konferencjach – mówi Anna Pawłowska, kierownik Serwisu Informacji Zleconych. – Stanowi natomiast doskonały sposób, aby się zaprezentować, stworzyć korzystny klimat dla współpracy, a to wartość nie

do przecenienia w świecie współczesnych relacji biznesowych – dodaje. Podkreśla również, że warto wykorzystać oferowaną przez PAP możliwość dotarcia z informacją do potencjalnych i przyszłych partnerów, mając na uwadze doświadczenia światowych firm, które na co dzień korzystają z serwisów „newswire” i za ich pośrednictwem obecne są w mediach i świadomości odbiorców na całym świecie. Anna Pawłowska zauważa też, że przesłanie komunikatu prasowego do mediów umożliwia najszybszą reakcję w przypadku sytuacji kryzysowej. W ciągu kilkunastu minut informacja zawierająca stanowisko władz firmy lub ich ocenę wydarzeń może trafić do dziennikarzy i czytelników w kraju i na świecie, zapewniając jednocześnie czas na zaplanowanie dalszych działań.

### **„Newsweek”: Dzięki blogom bliżej czytelników**

„Newsweek” rozpoczął publikowanie na swoich stronach internetowych blogów pisanych przez publicystów tygodnika. Mają być one nową interaktywną formą kontaktu z czytelnikami. Jak zapowiada dział PR wydawnictwa Axel Springer Polska, „dziennikarskie zapiski mogą być śmiertelnie poważne, albo prześmiewcze. Mogą traktować o wielkiej polityce i o przewijaniu niemowlaków, o kłopotach Unii Europejskiej i o prawej nodze Davida Beckhama.” Na stronach [www.newsweek.pl/blogi](http://www.newsweek.pl/blogi) swoje refleksje zaczęli zamieszczać: Piotr Zaremba i Michał Karnowski – publicyści i dziennikarze śledczy „Newsweeka”, Michał Kacewicz – dziennikarz działu Zagranica, Dariusz Wilczak – publicysta, Filip Łobodziński – dziennikarz działu Kultura, Piotr Bratkowski – publicysta i dziennikarz działu Kultura oraz Marek Magierowski – publicysta i dziennikarz działu Biznes.

### **Antalis – 15. urodziny**

15-lecie istnienia firmy Antalis Poland, zajmującej się dystrybucją papieru, opakowań i materiałów z tworzyw sztucznych dla rynku reklamy, stało się okazją do zaprezentowania celów i kierunków rozwoju firmy oraz wynikających z tego zmian w kształtowaniu jej wizerunku. W okolicznościowym spotkaniu z okazji jubileuszu, które odbyło się

w Zamku Królewskim w Warszawie 1 czerwca br., udział wzięli dziennikarze oraz przedstawiciele producentów i kooperantów. Prezes firmy Antalis Poland, Joanna Smolińska zapowiedziała w trakcie uroczystości, że w działaniach wizerunkowych firmę będzie wspierał nowe hasło – „Antalis – Płaszczyzna Przestrzeni Wyobraźnia”.

Podczas jubileuszowego spotkania koncert muzyki kameralnej zaprezentował zespół Royal String Quartet. Zaproszeni goście mieli również okazję podziwiać sponsorowaną przez firmę wystawę malarstwa francuskiego – „Cienie i światła”.

Firma zorganizowała imprezy jubileuszowe z tortem „urodzinowym” w 9 miastach – od Wrocławia przez Kraków, Katowice, Lublin, Łódź, Poznań, Warszawę, Bydgoszcz aż po Gdańsk. Program imprez urozmaicały pokazy strojów wykonanych z papierów ozdobnych Curious Collection. Goście firmy Antalis mogli również np. zagrać w ruletkę.

### **Złote Spinacze 2005 – do dzieła!**

Startuje trzecia edycja organizowanego przez Związek Firm Public Relations konkursu na najlepsze projekty PR. Od 10 czerwca do 16 września działają PR i komunikacji korporacyjnej w firmach i instytucjach, agencje PR, organizacje pozarządowe, organy samorządów lokalnych mogą zgłaszać swoje projekty – kampanie i akcje PR zrealizowane na rynku polskim w okresie 2004/2005. Celem konkursu jest budowanie pozytywnego wizerunku branży public relations poprzez promowanie najciekawszych i najefektywniejszych kampanii. W tegorocznej edycji nagrody zostaną przyznane w dziewięciu kategoriach. Po raz pierwszy – w kategorii Corporate Social Responsibility. Nowością w regulaminie konkursowym jest także możliwość przyznania przez jury specjalnego wyróżnienia. W tym roku w jury zasiadło 36 osób. Wśród nich znajdują się przedstawiciele organizacji biznesowych, branżowych i środowiskowych, świata biznesu, nauki i mediów. Regulamin, formularz zgłoszeniowy i inne informacje na temat konkursu Złote Spinacze 2005 można znaleźć na [www.zfpr.pl](http://www.zfpr.pl). ■