

## Zawód Specjalista ds. PR

### ZADANIA I CZYNNOŚCI ROBOCZE

Osoba pełniąca rolę specjalisty ds. kontaktów z mediami koordynuje i odpowiada za bieżące kontakty z przedstawicielami środków masowego przekazu (prasa, radio, TV). Kształtuje pozytywny wizerunek swojej instytucji i reprezentuje ją na zewnątrz. Jej zadania koncentrują się na oddziaływaniu na opinię publiczną, poprzez upowszechnianie informacji o działalności firmy, planach na przyszłość, problemach i sukcesach. Rzecznik prasowy kreuje tożsamość firmy, dbając o jej wyrazistość i odmienność na tle innych. W tym celu wykorzystuje różne metody rozpowszechniania informacji: przygotowuje materiały prasowe, organizuje konferencje prasowe i spotkania z dziennikarzami, udziela wywiadów. Do zakresu obowiązków należy zwykle również opracowywanie materiałów szkoleniowych i promocyjnych, organizacja spotkań dla klientów i kontrahentów, udział w zebraniach zarządu oraz kontakty z władzami państwowymi i samorządowymi. Specjalista ds. kontaktów z mediami musi doskonale orientować się w sprawach swojej organizacji, znać jej cele i strategię. Rozpowszechniane przez niego informacje mają ułatwić funkcjonowanie instytucji, budzić do niej zaufanie i wzmacniać pozycję. Ważnym zadaniem jest nieustanne czuwanie nad wizerunkiem firmy w mediach: rzecznik musi natychmiast wychwycić i sprostować pojawiające się nieścisłości i odpowiednio zareagować na zarzuty, czy wypowiedzi krytyczne. Część obowiązków dotyczy również upowszechnianiu wśród pracowników wiedzy o polityce i strategii przedsiębiorstwa i ma na celu kształtowanie postaw zaangażowania i utożsamiania się z pracodawcą oraz przeciwdziałanie kryzysom. Charakterystyczną cechą tego zawodu jest duża częstotliwość kontaktów z ludźmi, praca wiąże się ze znacznym obciążeniem psychicznym oraz koniecznością szybkiego podejmowania decyzji. Pożądana jest łatwość operowania słowem pisanim i mówionym, pomysłowość i kreatywność. Rzecznik prasowy zobowiązany jest zachować szczególną staranność, rzetelność i uczciwość w pracy zawodowej - musi być wiarygodny. Fakty powinien relacjonować w ich właściwym kontekście i bez zniekształceń. W związku z różnorodnością zadań i indywidualnymi predyspozycjami osób pracujących w tym zawodzie, można zaobserwować wyodrębnienie się kilku specjalności (takich jak: budowanie pozytywnego wizerunku w mediach, organizacja dużych imprez, promocja osób lub

produktów). W różnych firmach (produkcyjnych, handlowych, usługowych) specjalista ds. kontaktów z mediami ściśle współpracuje z pracownikami działów reklamy, czy marketingu, niekiedy sam nadzoruje kampanie reklamowe i promocje.

## ŚRODOWISKO PRACY

### Warunki materialne

Praca na tym stanowisku jest głównie wykonywana w biurach, czasem jednak również na wolnym powietrzu. Wykorzystywane w pracy urządzenia, to: komputer wyposażony w oprogramowanie graficzne, dźwiękowe i multimedialne, telefony (stacjonarny, komórkowy), kserokopiarka, radio, kamera video i odtwarzacz, aparat fotograficzny cyfrowy, rzutnik folii i multimedialny, projektor, telewizor i samochód. Do czynników szkodliwych i uciążliwych można zaliczyć długotrwałą pracę przy komputerze, czasem również intensywne oświetlenie. Osoby pracujące w tym zawodzie są narażone na choroby wzroku, narządu głosu (zwłaszcza u wykładowców public relations), choroby centralnego układu nerwowego i choroby serca - praca w napięciu i w stresie.

### Warunki Społeczne

Ze względu na specyfikę pracy kontakty interpersonalne są bardzo intensywne i niezbędne, dlatego też osoby wykonujące ten zawód są narażone na konflikty z ludźmi. W kontaktach tych specjaliści głównie odpowiadają na pytania, konsultują, negocjują, reprezentują innych, udzielają wywiadów, organizują różnorodne spotkania oraz doradzają, ochraniają, świadczą usługi, rywalizują i nauczają. W pracy tej dominuje ustny i pisemny sposób komunikowania się (często z wykorzystaniem internetu i urządzeń biurowych). Specjaliści ds. kontaktów z mediami najczęściej pracują indywidualnie, choć zdarzają się sytuacje, w których konieczna jest praca zespołowa.

### Warunki organizacyjne

Praca na tym stanowisku trwa przeciętnie 6-9 godzin. Najczęściej spotykane są stałe godziny jej wykonywania, jednak ze względu na jej specyficzny charakter wielu specjalistów pracuje również po godzinach. Wynika to z konieczności realizowania wielu niezaplanowanych zadań oraz z dodatkowych obowiązków służbowych. Praca jest wykonywana głównie w dzień, choć

w rzadkich przypadkach również w nocy (np. wybory). Są firmy, w których wymagana jest praca w niedziele i święta oraz wolne soboty. Jednak w wielu instytucjach osoby pracujące na opisywanym stanowisku nie są do tego zobligowane. Praca wymaga dużej samodzielności, chociaż wybór głównych celów i zadań jest nadzorowany przez bezpośredniego przełożonego. Stanowisko rzecznika prasowego jest zwykle ulokowane dość wysoko w strukturze organizacyjnej. Osoba taka ma bezpośredni kontakt z kierownictwem firmy, czy instytucji. W przypadku doraźnych potrzeb może koordynować pracę zespołu zadaniowego. Ze względu na to, iż specjaliści ds. kontaktów z mediami w istotny sposób wpływają na wiele obszarów działalności firmy, ponoszą szeroki zakres odpowiedzialności za wykonywaną pracę. Praca na tym stanowisku wymaga mobilności i gotowości do częstych wyjazdów służbowych zarówno w kraju jak i za granicę. W pracy tej ważna jest właściwa prezencja i strój odpowiedni do okoliczności.

#### WYMAGANIA PSYCHOLOGICZNE

W pracy na tym stanowisku niezbędne są następujące umiejętności: nawiązywania kontaktów z ludźmi, współdziałania (relacje z dziennikarzami), takt i dyskrecja (dysponowanie wszelkimi informacjami o organizacji), kreatywność (niestandardowe rozwiązania trudnych sytuacji), odporność emocjonalna. Ważna jest umiejętność podejmowania szybkich i trafnych decyzji, umiejętność pracy w szybkim tempie (praca w stresie i często pod presją czasu), samodzielność, zdolność przekonywania (posługiwanie się logicznymi argumentami w dyskusjach), dokładność. Przydatne są także takie cechy jak: niezależność, wytrwałość, cierpliwość, ciekawość (ciągle poszerzanie swoich horyzontów myślowych), zdolności organizacyjne (przeprowadzanie konferencji prasowych i innych ważnych spotkań oraz poczucie humoru pomocne w rozładowaniu kłopotliwych, niezręcznych sytuacji). Zawód ten może wykonywać osoba, która posiada umiejętność podporządkowania się (liczenie się ze zdaniem kierownictwa firmy) oraz rezygnacji z własnych ambicji na rzecz budowania autorytetu innych (pisanie przemówień dla przełożonych). Przydatne w pracy na tym stanowisku okazują się zainteresowania naukami społecznymi, humanistycznymi oraz orientacja w dziedzinie zarządzania.

#### WYMAGANIA FIZYCZNE I ZDROWOTNE

W pracy na tym stanowisku ważna jest duża odporność psychiczna oraz w miarę dobra kondycja fizyczna, duża sprawność narządu wzroku, słuchu, jak również duża sprawność układu krążenia ze względu na stresujący charakter pracy. Istnieje możliwość zatrudnienia osób niepełnosprawnych (z dysfunkcją kończyn dolnych, poruszające się na wózkach inwalidzkich), przeciwwskazaniem natomiast są choroby psychiczne, socjopatie, wady wymowy i choroby serca.

#### WARUNKI PODJĘCIA PRACY W ZAWODZIE

Do pracy na tym stanowisku preferowane są osoby z wykształceniem wyższym. Mimo, iż najczęściej nie jest wymagana określona specjalizacja, to mile widziane są osoby, które ukończyły humanistyczne kierunki takie jak: dziennikarstwo, politologia, socjologia, marketing polityczny lub public relations. Często wymaga się również dodatkowych kwalifikacji: znajomości języków obcych (angielskiego i niemieckiego), prawa jazdy kat. B, obsługi komputera i rzutnika multimedialnego. Poza wymogami formalnymi, często decydującym kryterium przydatności kandydata do pracy są jego predyspozycje oraz umiejętności takie jak: zdolność improwizacji, łatwość wypowiedzi, zarówno pisemnej jak i ustnej. Bardzo mile widziana jest praktyka w dziedzinie kontaktów z mediami: udział w organizacji konferencji prasowych, czy spotkań z dziennikarzami. Liczy się ogólna orientacja w branży: dobrze jest śledzić specjalistyczną prasę i literaturę. Najlepszym punktem wyjścia do ubiegania się o prace w tym zawodzie są studia.

#### MOŻLIWOŚCI AWANSU W HIERARCHII ZAWODOWEJ

W zawodzie tym istnieją duże możliwości rozwoju kariery zawodowej. Awans przejawia się piastowaniem tego stanowiska w kolejnych, coraz bardziej prestiżowych instytucjach (np. gdy wykładowca akademicki tematyki public relations zostaje rzecznikiem prasowym prezydenta miasta).

#### MOŻLIWOŚCI PODJĘCIA PRACY PRZEZ DOROSŁYCH

W zawodzie tym nie występują raczej ograniczenia wiekowe. Mogą go więc z powodzeniem wykonywać zarówno osoby młodsze jak i dojrzałe. Ułatwiony start mają w nim doświadczeni dziennikarze. Ze względu na to, iż ważną rolę w pracy na tym stanowisku odgrywa doświadczenie osoby młode (zaraz po studiach) mają większe problemy ze znalezieniem pracy

w tym zawodzie. W niektórych firmach przy zatrudnieniu na tym stanowisku preferuje się osoby w wieku około 30 lat i powyżej, posiadające odpowiednią prezencję.

## ZAWODY POKREWNE

- dziennikarz
- specjalista ds. promocji
- specjalista ds. marketingu
- specjalista ds. komunikacji
- dyplomata
- menadżer

## MOŻLIWOŚCI ZA TRUDNIENIA ORAZ PŁACE

Specjalistów z zakresu kontaktów z mediami zatrudniają większe firmy produkcyjne i usługowe, a także instytucje i urzędy (państwowe, czy samorządowe). Wynagrodzenie uzależnione jest od wielkości, prestiżu i sytuacji finansowej instytucji oraz od kompetencji konkretnej osoby. Początkujący pracownik w dobrej agencji może zarabiać dwie średnie pensje krajowe, a doświadczony - w prestiżowej instytucji nawet powyżej sześciu średnich pensji krajowych.

## POLECANA LITERATURA

- P. Andrzejewski, W. Kot, Media relations
- S. Black, Public Relations, Dom Wydawniczy ABC, Warszawa 1998
- W. Budzyński, Public relations czyli zarządzanie reputacją firmy, Poltext, Warszawa 1999
- E. Cenker, Public Relations, Wydawnictwo Wyższej Szkoły Bankowej, Poznań 2000
- M. Goldman, Współpraca z prasą I public relations, Wydawnictwo Sic, Warszawa 1997
- A. Sznajder, Sztuka promocji, Business Press, Warszawa 1995.
- K. Wojcik, Public relations od A do Z, Agencja Wydawnicza Placet, Warszawa 2001