

PSPR ZDECYDOWAŁO O SWOJEJ PRZYSZŁOŚCI

Polskie Stowarzyszenie Public Relations zatwierdziło kierunek swojej ewolucji i zmiany organizacyjne poprzez uchwalenie nowego statutu oraz przepisów wewnętrznych. W trakcie realizacji lub w bliskich planach jest szereg inicjatyw poszerzających spektrum działań PSPR na rzecz całej branży, w tym przede wszystkim osób, podmiotów, które tworzą zawodową społeczność stowarzyszenia. Kręgosłup PSPR mają stanowić Kluby Eksperckie oraz aktywne ciała doradczo-opiniujące: Komisja ds. Samoregulacji i Dobrych Praktyk Branży PR oraz Rada Etyki Public Relations.

Walne Zebranie Członków Polskiego Stowarzyszenia Public Relations pochyliło się nad opracowaną przez zarząd strategią rozwoju swojej organizacji, a także nad wynikającymi z niej zmianami formalnymi (statut, regulaminy). Plan obejmuje czas do marca 2021 roku, z możliwością kontynuacji w kolejnej kadencji.

Obrady Walnego w gościnnych progach siedziby PZU wzbudziły duże zainteresowanie członków, którzy przyjechali nie tylko z Warszawy, ale też z Krakowa, Gdańska, Olsztyna, Śląska czy Wrocławia. Wśród tych, którzy nie mogli uczestniczyć osobiście konsekwentnie propagowana jest możliwość zdalnego głosowania - w trybie pełnomocnictw, z czego tym razem skorzystało kilkadziesiąt osób. Poparcie poszczególnych uchwał na Walnym zebraniu oscylowało w przedziale 80-90%.

Jak podkreślają władze stowarzyszenia nadrzędnym celem strategii jest praktyczność i użyteczność realizowanych działań. - *Strategia rozwoju PSPR w ujęciu wewnętrznym ukierunkowana jest na podwojenie liczby członków względem stanu z początku kadencji, aktywizacja członków dzięki sieci Klubów Eksperckich zrzeszających ludzi wokół ich specjalizacji PR-owych lub sektorowych zamiast wokół regionu ich zamieszkania. A to wszystko przy jednoczesnym formalnym uproszczeniu struktury organizacji i biurokracji z tego wynikającej. Priorytetem jest pragmatyczna współpraca przynosząca realną zmianę np. w postaci kodeksów, rekomendacji, wzorców dokumentów, raportów oraz wymiana doświadczeń i networking. Będziemy równocześnie wzmacniać pakiet bezpośrednich i pośrednich korzyści z członkostwa w PSPR. W ujęciu na zewnątrz wdajemy w praktyce poszerzenie katalogu działań z naciskiem na wszelkie regulacje prawne i samoregulacje podnoszące profesjonalizm branży, a także zabiegamy o wzmocnienie pozycji PR w polskiej nauce. Dysponujemy skromnym budżetem, ale sukcesywnie rośnie nasz ambitny zespół aktywistów. Należy podkreślić, że wszyscy pracujemy społecznie. Wspólnie chcemy osiągnąć poważny, korzystny wpływ stowarzyszenia na branżę. Poczynając od rzeczy tak oczywistych, ale pożądanых, jak reaktywacja w odświeżonej wersji nagród PSPR, po udział w Radzie Sektorowej Branży Komunikacji Marketingowej, aranżowanej przez SAR i IAB - wyjaśnia Luiza Jurgiel-Żyła, prezeska PSPR.*

Organizacja w praktyce już od kilku miesięcy samodzielnie inicjuje lub poszukuje okazji i partnerów do współpracy w zakresie wszelkich uregulowań, standaryzacji wartościowych dla szeroko rozumianego zawodu specjalisty PR oraz rynku usług PR. Między innymi stowarzyszenie zamierza doprowadzić do sformułowania obszernej i praktycznej linii orzeczniczej Rady Etyki Public Relations w oparciu o regularne

przekładanie zgłoszeń do Rady oraz reformę jej funkcjonowania. Warto też odnotować, że Emilia Zakrzewska jako przedstawicielka zarządu PSPR dołączyła do Coalition of Influencers on Integrity in Public Decision-Making OECD, która zrzesza ekspertów z całego świata zainteresowanych działaniem na rzecz transparentności i przejrzystości działań lobbujących. Stowarzyszenie wstąpiło również do Rady Towarzystw Naukowych przy PAN, do czego upoważnia je stale poszerzające się w PSPR grono naukowców specjalizujących się w PR i komunikacji społecznej. Natomiast Komisja ds. Samoregulacji i Dobrych Praktyk Branży PR przy PSPR będzie przygotowywała praktyczne rekomendacje i przewodniki wspierających PR-owców w ich codziennej pracy oraz zaproponuje standardy branżowe i skonsultuje analogiczne inicjatywy Klubów Eksperskich PSPR.

Najważniejsze zmiany uchwalone w statucie oraz regulaminach organizacji to: poszerzenie skali i wachlarza działalności, formalne powołanie do życia Klubów Eksperskich oraz odejście od formuły oddziałów regionalnych (od kilku lat istniał już tylko jeden - na Śląsku), doprecyzowanie charakteru członkostwa wspierającego, czy dwukadencyjność Prezesa. Ponadto Walne Zebranie z aprobatą przyjęło nową formułę wyborów władz, która ma sprzyjać transparentności i podniesieniu jakości procesu wyborczego. Będzie on trwał 6 tygodni i pozwoli kandydatom na skuteczne dotarcie ze swoim programem do każdego z członków, a z kolei członkom umożliwi spokojną, rzeczową ocenę kandydatur.

- Wszystkie te inicjatywy merytoryczne i formalne składają się w czytelną, odważną wizję naszej organizacji, odpowiadającą na szereg problemów i wyzwań branży public relations. Jest to strategia bardzo trudna do zrealizowania, wymagająca wielkich nakładów pracy. Niemniej, aktywność Stowarzyszenia w kończącym się roku napawa optymizmem. Natomiast przyjmowanie w każdym miesiącu po kilkoro nowych członków, od specjalistów po dyrektorów PR, czy szefów agencji, wydaje się być najlepszym miernikiem tego, jak branża ocenia kurs obrany w PSPR. Rezultaty głosowań naszego środowiska podczas Walnego Zebrania również nie pozostawiają wątpliwości. Zapowiada się, że 26. rok działalności będzie niezwykle ważnym oraz interesującym w historii PSPR - przewiduje Jan Matysik, przewodniczący Rady Nadzorczej PSPR.