

Kategoria: Wywiady

Opublikowano: środa, 26, listopad 2025 09:21

Joanna Gryboś-Chechelska

Odśłony: 2489

Jak przez 25 lat zmieniło się polskie public relations i czym dziś jest odpowiedzialność za słowo w świecie nadmiaru informacji i dezinformacji? Jaką rolę odgrywają autentyczność, etyka oraz nowe technologie, w tym sztuczna inteligencja?

O wyzwania teoretyczne i praktyczne - także w pracy samorządów - zapytaliśmy prof. dr hab. Dariusza Tworzydło, organizatora jubileuszowego Kongresu PR.

Jakie najważniejsze zmiany w polskim PR-ze dostrzega Pan z perspektywy 25 lat organizacji Kongresu? Co w tym czasie najbardziej ewoluowało - ludzie, narzędzia, wartości, czy sposób myślenia o komunikacji?

Dziś public relations stanowi integralną część zarządzania organizacją, z wyraźnym naciskiem na analizę ryzyka i odpowiedzialność za dystrybucję informacji. Narzędzia przez te 25 lat również uległy ewolucji - technologia istotnie zmieniła charakter tej pracy - jednak najgłębsza transformacja dokonała się w ludziach i wartościach, a przede wszystkim w rozumieniu znaczenia etyki, prawdy i uczciwości w procesie komunikowania.

Tegoroczny Kongres odbył się pod hasłem komunikacji w czasach kryzysów i zmian geopolitycznych. Jak - Pana zdaniem - zmienia się odpowiedzialność specjalistów PR w świecie nadmiaru informacji, konfliktów i dezinformacji?

Praktycy PR pełnią dziś rolę strażników jakości informacji. W realiach przepełnionych niepewnością, emocjami i fałszywymi treściami, konieczne jest precyzyjne działanie, przewidywanie skutków i minimalizowanie ryzyk informacyjnych. Rola public relations przesuwa się wyraźnie z funkcji wykonawczej w kierunku wnioskowania, głębokiej analizy i myślenia strategicznego. To już nie tylko zarządzanie przekazem, ale również weryfikacja danych, dbałość o bezpieczeństwo informacji i wzmacnianie odporności organizacji na dezinformację. W takich warunkach rzetelność staje się obowiązkiem.

Podczas jubileuszowego Kongresu wielokrotnie padały słowa „autentyczność” i „prawda”. Czy to tylko modne hasła, czy rzeczywista zmiana w podejściu do komunikacji? Jak budować wiarygodność instytucji i marek w czasach kryzysu zaufania?

Dziś odbiorcy natychmiast konfrontują komunikaty z rzeczywistymi działaniami, dlatego autentyczność staje się warunkiem wiarygodności. Tę buduje się przede wszystkim poprzez konsekwencję, przejrzystość i gotowość do komunikowania także trudnych decyzji. Prawda stanowi element definicji public relations, dlatego współczesny przekaz powinien się na niej opierać.

Jak Pan ocenia wpływ sztucznej inteligencji na przyszłość public relations? Czy AI stanie się sprzymierzeńcem w efektywnej komunikacji, czy raczej zagrożeniem dla jej autentyczności i ludzkiego wymiaru?

AI wspiera analizę danych, automatyzację procesów i personalizację przekazów. Problem pojawia się, gdy traktuje się ją jako substytut człowieka. PR opiera się na zrozumieniu kontekstu społecznego, empatii i odpowiedzialności - tego algorytm nie zastąpi. Kluczowe jest rozsądne wykorzystanie AI jako narzędzia wspierającego, a nie zastępującego człowieka. Największym zagrożeniem nie jest sama technologia, lecz brak umiejętności krytycznego myślenia u osób, które z niej korzystają.

Kategoria: Wywiady

Opublikowano: środa, 26, listopad 2025 09:21

Joanna Gryboś-Chechelska

Odsłony: 2489

Jako naukowiec i praktyk - jak widzi Pan przygotowanie młodych adeptów PR do pracy w branży? Na ile ogólne przygotowanie fachowców w obszarze PR przekłada się na ich praktyczną efektywność w pracy w samorządzie terytorialnym? Jakie kompetencje będą kluczowe w najbliższych latach i czy uczelnie nadążają za zmianami?

Młodsze pokolenie jest dobrze przygotowane technologicznie, jednak często brakuje im doświadczenia w analizie, zarządzaniu kryzysowym i rozumieniu konsekwencji decyzji komunikacyjnych. W samorządach są to umiejętności szczególnie ważne. Liczy się odpowiedzialność, a przede wszystkim znajomość prawa, procedur i zdolność łagodzenia napięć społecznych. Uczelnie reagują na zmiany, ale nadal kluczowe jest silniejsze łączenie teorii z praktyką i rozwijanie myślenia strategicznego, nie tylko narzędziowego.

Jubileuszowa edycja podniosła poprzeczkę bardzo wysoko. Jaką rolę widzi Pan dla Kongresu w kolejnej dekadzie? Czy będzie to bardziej przestrzeń dialogu o etyce i wartościach, czy laboratorium nowych technologii komunikacyjnych? Czy planuje Pan poszerzyć formułę aby docierać mocniej do grup branżowym, w tym do samorządowców?

Kongres nadal będzie przestrzenią dla refleksji nad etyką komunikacji i laboratorium, czyli miejscem analizy i dyskusji na temat rozwiązań technologicznych. Przyszłość to odpowiedzialność za słowo połączona z kompetencjami cyfrowymi, więc tych obszarów nie da się rozdzielać. Moim celem jest utrzymanie Kongresu jako przestrzeni rozmowy o standardach, zaufaniu i jakości informacji, a zarazem miejsca prezentacji narzędzi, które realnie zmieniają sposób naszej pracy. Jeśli chodzi o samorządowców, już dziś znajdują tu potrzebne treści, a kolejne edycje mają ten segment jeszcze silniej wspierać - bo komunikacja publiczna jest ważnym obszarem profesjonalizacji w Polsce. Warto śledzić naszą stronę, na której zamieszczamy ważne informacje o Kongresie: www.kongrespr.pl

Dziękuję za rozmowę.