

**Rafał Szczepanik**

**Nietypowe przypadki public relations**

**Autor recenzji: Kinga Kubiak**

- W końcu jakieś polskie case studies – ucieszyłam się po kilkunastu pierwszych stronach lektury publikacji Rafała Szczepanika „Nietypowe przypadki public relations”. W książce od tytułowych studiów przypadków aż gęsto i choć oprócz polskich, znanych Czytelnikowi projektów czy większych akcji, pojawiają się opisy kampanii zagranicznych nie są one dobrane w sposób tendencyjny, według klucza – w Polsce słabo, zagranicą – wzorcowo. To niewątpliwy plus. Minusem w zgromadzonych opisach jest ciągle powracanie do własnego podwórka i opisywanie sytuacji, z którymi miało się do czynienia bezpośrednio w trakcie praktyki własnej. Nie byłoby w tym w sumie ani nic dziwnego (w końcu autor jest PR-owcem), ani szczególnie niepokojącego (dlaczego miałby ukrywać, że nim jest i pracuje dla poszczególnych firm), gdyby nie fakt, że w opisywanych przypadkach Szczepanik nie wymienia klientów z nazwy.

Co więcej, w rozdziale poświęconym sytuacjom kryzysowym – darmo szukać opisu sytuacji trudnej, z którą w lepszy czy gorszy sposób autor-PR-owiec by sobie poradził.

Nota bene – rozdział o radzeniu sobie z krysem – należy rzeczywiście do najciekawszych. Za godne polecenia należy także uznać ustępy o plotce kontrolowanej, wywiadzie konkurencyjnym oraz przykłady sytuacji wyjętych z polskiego i zagranicznego życia politycznego.

Książka jest jednak nierówna. Jedne passusy przeznaczone są dosłownie dla juniorów, którym trzeba wyjaśnić, czym jest feedback i exclusive (oczywiście, jeśli rzeczywiście konieczne w tym przypadku jest używanie angielskiego nazewnictwa...), inne mogą z zainteresowaniem przeczytać doświadczeni PR-owcy. Na szczęście lektura pierwszego rozdziału nie jest warunkiem niezbędnym do lektury kolejnego – stanowią one całości tematyczne. Jeśli autor w innym miejscu książki porusza dany problem – wyraźnie daje znać Czytelnikowi, gdzie jeszcze może on podobne informacje znaleźć.

Ogólnie – książka lekka, łatwa i przyjemna, miejscami zbyt oczywista, ale jak pokazuje praktyka – niekiedy o rzeczach oczywistych właśnie przypominać trzeba bez końca.