

Dzień Przedsiębiorczości

22.03.2012.

CHOSZCZNO Dziś w magistracie gościliśmy uczniów Zespołu Szkół Nr 1 w Choszcznie, którzy w ramach Dnia Przedsiębiorczości podglądali na czym polega praca w poszczególnych wydziałach. MAGDALENA KLUCZNIK (z lewej) posmakowała pracy w wydziale organizacyjnym, natomiast uśmiech KATARZYNY TRYZNO świadczy o tym, że podoba się jej w promocji. Katarzyna zbierała materiały do artykułu o wizycie gimnazjalistów z Furstenwalde, a także opisała swoje spostrzeżenia dotyczące ogólnie pojętej promocji wśród młodzieży. Zapraszamy do lektury.

(tk)

Promocja a zainteresowanie młodzieży

Mogłoby się wydawać, że w dobie całodobowego, nieograniczonego łącza internetowego, telefonów komórkowych, GPS-ów i permanentnej dominacji telewizji, żadne wydarzenie, tym bardziej na tle masowym, nie może obejść się bez echa. Afisze oblepiające miasta od stóp do głów, informacje w prasie, ogłoszenia parafialne – wszystkie próby nawiązania kontaktu z potencjalnym odbiorcą potrafią spełznąć na niczym. Najmniejsze prawdopodobieństwo zadania sobie trudu odczytania wielkich jak stodoła, rażących w oczy liter na plakatach i bilbordach, dotyczy młodzieży. Młodzi ludzie, którym paradoksalnie wydaje się, że nie mają na nic czasu, pędzą przed siebie, gubiąc obraz kulturalnych wydarzeń. Promocja to bardzo niewdzięczna branża – efekt zazwyczaj nie jest adekwatny do trudu włożonego w wykonaną pracę, innymi słowy: człowiek narobi się jak wół, a przeciętny obywatel użyje jego plakatów jako podpałką do kominka.

Żaden współczesny środek masowego przekazu nie zastąpi bezpośredniego kontaktu z odbiorcą - bo cóż bardziej zwróci jego uwagę niż krzyk prosto do ucha? Ludzie choć patrzą - nie widzą, należy postawić ich przed faktem dokonanym, a czasem wręcz zaciągać podstępem. Najlepszym sposobem by ściągnąć licealistów na patriotyczny czy też naukowy spektakl, jest zorganizowanie go w trakcie lekcji. Mały szantaż, którego celem wybranie jest „mniejszego zła”. Na szczęście istnieje liczebnie bliżej nieokreślona grupa młodzieży, którą interesuje rozwój, ubogacanie swojej wiedzy i pielęgnowanie tradycji – niewielki odsetek, który nie wstydzi się na szkolnym apelu stać na baczność w trakcie rozbrzmiewania hymnu, czy płakać w kinie na filmie opowiadającym o spustoszeniu holokaustu.

Wnioskiem może być odważne stwierdzenie, że promocja to tylko

rozpaczliwy apel do niewielkiej grupy, która zwróci uwagę na zaangażowanie innych ludzi, by coś w ich życie wnieść.

Nie traćmy jednak nadziei, cała Polska czyta dzieciom, możliwe, że za 20 lat struktura polskiego narodu ulegnie całkowitej przemianie intelektualnej i promocja stanie się głównym czynnikiem informującym, w czasach człowieka spragnionego duchowych, intelektualnych i patriotycznych doznań, jakich nie jest w stanie dostarczyć szara rzeczywistość.

Katarzyna Tryzno