

Представяме ви интервю с д-р Зехра Гюнгор – председател на международното жури в BAPRA Bright Awards 2015 – шестото издание на престижния PR конкурс, организиран от Българска асоциация на ПР агенциите (БАПРА)*



За д-р Зехра Гюнгор

Президент на Международната PR асоциация (ИПРА) за 2014 г. Д-р Гюнгор е член на Турската PR асоциация (TUHID), учредител и бивш член на борда на Турската асоциация

на жените предприемачи (KAGIDER) и клуба Propeller. През 1999 г. основава PR агенция STAGE Communications Consultancy, като преди това е работила 20 години като икономически журналист. Д-р Гюнгор е член на ИПРА от 14 години и работи в Борда и в Съвета на ИПРА от 11 години. Д-р Зехра Гюнгор притежава магистърска и докторска степен по „Комуникации“, заедно с бакалавърска степен по „Английска литература“. Лектор е по комуникации в два частни университета в Турция.

Всяка година председателското място на журито се заема от водещи имена в световната PR индустрия със забележителни постижения в областта. За първи път в историята на конкурса жена застава на начело на журито. През годините председатели са били доказани световни PR експерти като Пол Холмс, Дейвид Галахър и Франсис Ингам.

Членовете на журито са утвърдени професионалисти с богат опит в областта на PR и комуникациите – в тазгодишното издание на Bright Awards журито беше съставено от общо 20 членове.

Каква е ролята на PR в един социален проект?

Дали проектът е социален или комерсиален, PR е винаги „необходим“ за него, да допринесе за репутацията, важността или публичността му. Ако е вид социален проект, PR е много по-важен, защото в сравнение с рекламата, PR има много повече убеждаващ елемент заради своята същност. Така че, това, което ни е нужно в социалните дейности, ние можем да го реализираме с помощта на PR.

Всеки социален проект ли има нужда от PR? Когато социалните проекти са чиста благотворителност необходимо ли е винаги да правим PR?

Ние винаги имаме нужда от PR. PR е инструмент, с който напомняме за проект, популяризираме или го представяме. За всяко действие – добро или лошо, вярно или невярно хората имат нужда от PR.

Какви са ползите от това да комуникираме добрите дела?

Вашите усилия могат да достигнат лесно целта си. В другите случаи PR професионалистът е нужно да вложи повече усилия за да проучи и убеди своята целева аудитория.

Какво Ви впечатли в българските проекти? Отличават ли се с нещо от останалите в другите страни?

Честно казано ги намирам за много добре подготвени и много професионално изпълнени. В някои случаи харесвах оригиналните идеи на проектите, а в други – начинът, по който те са разгърнати в проекта. Проектите бяха много професионални.

С какво Ви спечели [победителя в категорията "Кампания за устойчиво развитие"](#) – [„Погледни бежанците с други очи“](#) ?

Позволете ми да не обсъждам специфична кампания. За мен, като председател на журито, е необходимо да бъда близо до всички проекти и кампании. Затова, ще обобща като цяло всички те бяха много добри.

Все още ли се противопоставят PR и КСО** или са добри партньори?

Те винаги са били добри партньори.

*PR=Public Relations

**КСО=Корпоративна социална отговорност

Това интервю се реализира със съдействието на [Българска асоциация на ПР агенциите \(БАПРА\)](#)

Интервюто подготви Десислава Тодорова, Главен редактор на Българската мрежа за Корпоративна социална отговорност CSR Bulgaria