**Abanana przeszkoliła młodych Wiślaków**

**Czy internet zawsze jest przyjacielem młodego piłkarza? Na to pytanie staraliśmy się odpowiedzieć podczas spotkania z młodymi zawodnikami Akademii Piłkarskiej Wisły Kraków z drużyn U14, U15 i U17, które odbyło się w Loży Prezydenckiej Stadionu Miejskiego im. Henryka Reymana.**

 **Spotkanie rozpoczęło się uroczyście, od wręczenia nagrody dla najlepszego piłkarza miesiąca. Potem przyszła pora na obowiązki - w tym wypadku obowiązki zawodnika wobec mediów oraz działań promocyjnych klubu. Marek Hejmo, Dyrektor Biura Prasowego Wisły Kraków SA, wyjaśnił kwestie związane z przebiegiem konferencji prasowych i relacjami zawodników z mediami.**

Wizerunek piłkarza w mediach społecznościowych

Po wykładzie Marka Hejmo przyszedł czas na prezentację Maksa Michalczaka – Managera ds. PR z agencji Abanana, który omówił kilka bardzo ważnych zagadnień związanych z obecnością zawodników w internetowych mass mediach. Publikatory szerokiego zasięgu społecznego są domeną młodego pokolenia, dlatego należy uświadamiać adeptów futbolu w sprawach, które mogą zaważyć na wizerunku klubu, drużyny czy ich samych.

Podstawa to taktyka, czyli wiem, co robię

Przedstawiciel agencji Abanana, bazując na faktach, odniósł się do istotnych kwestii. Pierwszą był nagłaśniany obecnie w mediach status prywatności zawodnika. Dlaczego hasło „Wisla1906” nie jest dobrym wyborem? W jaki sposób oddzielić treści prywatne od tych, które piłkarze chcą udostępnić swoim fanom? Jakich sztuczek i taktyk używać, by postawić wyraźną granicę między tym, co widzą wszyscy a tym, co mogą zobaczyć nieliczni.

Jak nie strzelić sobie samobója

Hasło i ustawienia prywatności to jedno, a sprawne poruszanie się w obszarze mediów społecznościowych to drugie. Michalczak przypomniał kilka ciekawych zdarzeń, które każdy sportowiec może mieć w swojej biografii: gdy piłkarze za pośrednictwem Internetu odreagowywali krytykę, szukali kandydatek na żony lub publicznie obrażali sędziów i fanów. Po każdym negatywnym przykładzie biorący udział w szkoleniu otrzymywali zestaw dobrych praktyk, które pomogą uniknąć kłopotów lub wybrnąć z podobnego kryzysu.

Nie samymi antywzorcami człowiek żyje, dlatego w prezentacji pojawili się również ci, którzy czują się w mediach społecznościowych jak ryba w wodzie. Jednym z nich był Kuba Błaszczykowski, którego na Instagramie obserwuje 655 tys. osób. Liczba robi wrażenie, ale nie jest żadnym zaskoczeniem, Kuba bowiem kieruje do swoich fanów doskonałe i przemyślane treści.

Podsumowanie pomeczowe

Media (te tradycyjne i te internetowe) są wszechobecne wśród nas. Będąc piłkarzem, trzeba umieć sobie z nimi radzić. W relacjach z tymi pierwszymi zawsze pomoże Biuro Prasowe klubu, a z drugimi można poradzić sobie po mistrzowsku, stosując się do kilku ważnych zasad. Czwartkowe szkolenie było cennym doświadczeniem, które wzbogaciło o powyższą wiedzę wszystkich uczestników.