

# 20-lecie

NIE JEST  
TAKA CIĘŻKA...



14 CZERWCA 2014 • EGZEMPLARZ BEZPŁATNY

# ZJAZDOWNNIK

## OD NAPIÓRKOWSKIEGO DO SZULCA

Od zarania:) WSR największym kapitałem byli ludzie. Ci, którzy na początku lat 90-ch zaczęli u nas naukę byli absolutnie wyjątkowi. Razem wyrąbywali kształty polskiego rynku reklamy. Razem, dosłownie, stawialiśmy ściany, skręcaliśmy ławki, organizowaliśmy kampanie społeczne.

Pamiętam jak z Wojtkiem Dagiem pojechaliśmy po pieluchy dla dzieci niepełnosprawnych: wypakowany pod dach bus nie chciał się domknąć... „Przytrzymaj te pieluchy ręką” - mówię do niego - „a ja zamknę drzwi”. Przytrzymał a ja zamknąłem... Wariactwo!

Używaliśmy wówczas dość kontrowersyjnego sloganu: „Głupoli nie przyjmujemy”. Wątpię, że to za jego sprawą, ale szkoła pełna była otwartych głów, pełnych pasji i radości tworzenia. Z czasem Sławek Wojtkowski i Małgorzata Bałdowska mieli na mnie coraz większy wpływ i hasła stały się bardziej uładzone.

Najgłębsze jakie pamiętam to: „Zawód gwarantowany”. Polski język jest magiczny i zawsze podpowiada ukryte znaczenia. To była komunikacyjna wpadka połączona z kolejną przeprowadzką - tym razem z Wytwórni Filmowej Czołówka na Ursynów. Kompletna masakra.

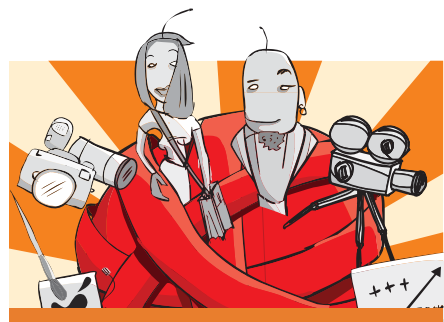
Potem były: „Wyjątkowym bądź” - to hasło szczególnie przypadło do gustu dziewczynom:). „Zostań specjalistą, zdobądź pracę” miało pokazać praktyczny wymiar nauki ale jakoś „nie siadło”. Wreszcie za czasów Agnieszki Gniotek pojawiły się „Kreatywny narybek”, „Pracownicy Kreatywni”, „Wylęgarnia pomysłów” i używane do dziś „Zapylanie umysłów” z nieśmiertelnymi pszczołkami.

Za czasów obowiązkowej służby wojskowej do szkoły zapisywało się wielu młodzińców „niezdolnych do walki”. To dla nich powstał najśmieszniejszy moim zdaniem plakat z żołnierzami za eRKeMem i hasło: „Nauczmy cię trafiać do ludzi”.

Z Gosią Klimkiewicz stworzyliśmy ponad dwadzieścia komiksów z hasłami typu: „Rób co kochasz i zarabiaj pieniądze” albo „U nas sam dokonujesz wyboru”. Potem porwały ją wielkie korporacje i znów musiałem szukać grafika. Na szczęście na pokładzie był wówczas Cezary Szulc. Gdy była trwoga biegłem do niego.

Wielu pominąłem: Belina Czechowicza, Łukasza Traczyka, Agatę Lusę, Adriana Napiórkowskiego. Dziś znów łakomie wyglądam wariata, który chciałby ze mną pracować.

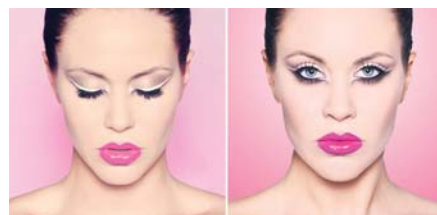
Artur Waczko



**NOWE SPECJALIZACJE  
W WSR**  
> STR. 7



**INSTYTUT MEDIÓW  
I NAUK SPOŁECZNYCH  
- MINI JUBILEUSZ**  
> STR. 15

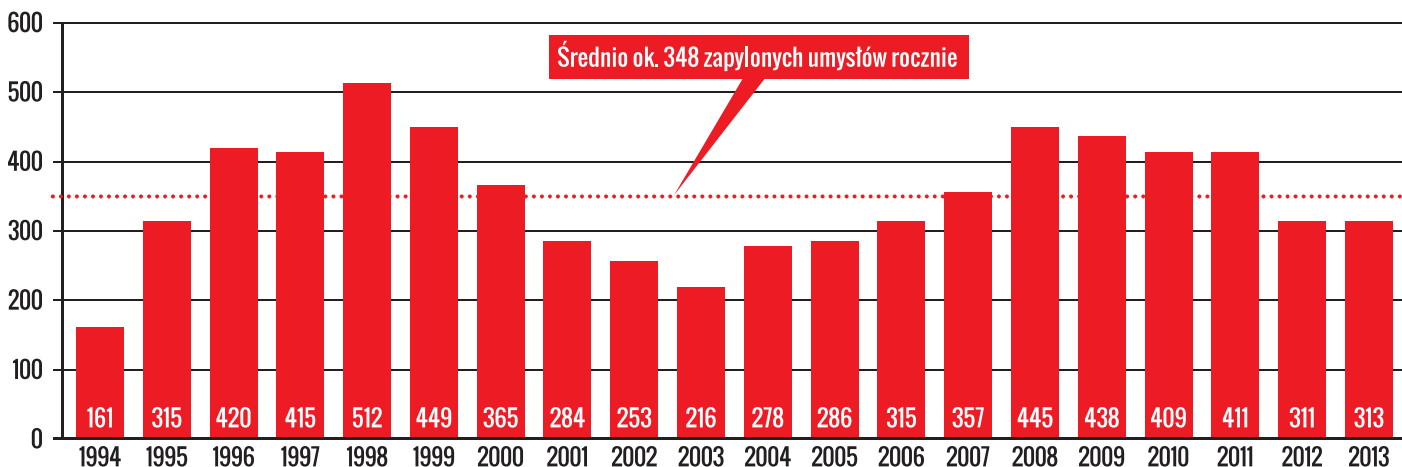


**PIĘKNIJSZA SIOSTRA  
WSR - SZKOŁA WIZAŻU  
I CHARAKTERYZACJI**  
> STR. 21

# WSR W LICZBACH

Ilu słuchaczy zdobyło zawodowe przygotowanie w murach WSR w ciągu 20 lat? Infografikę na ten temat przygotował wykładowca WSR **Mateusz Stryjecki**, dołączając przy okazji kilka ciekawych informacji:

## Prawie 7000 zapyłonych umysłów!



W pierwszym roku działalności WSR przyjęto 161 słuchaczy. Później było już tylko lepiej. Aktualnie jest to w sumie **6719 słuchaczy**. Ciekawe, co przyniosą lata następne?

## Pań (jak na razie) więcej. Zapraszamy Panów!

### NAJCZĘSTSZE IMIONA PANI

Anna	468
Agnieszka	242
Katarzyna	239
Joanna	231
Magdalena	188
Marta	111
Karolina	90
Dorota	73
Paulina	47
Parycja	30

Badania naukowców amerykańskich wykazały, że w ciągu dwudziestu lat działalności WSR większość populacji słuchaczy stanowiły Panie. Czyżby logo WSR przewidywało ten scenariusz? Proporcje kolorów wydają się podobne. No – chyba jednak nie...



### NAJCZĘSTSZE IMIONA PANÓW

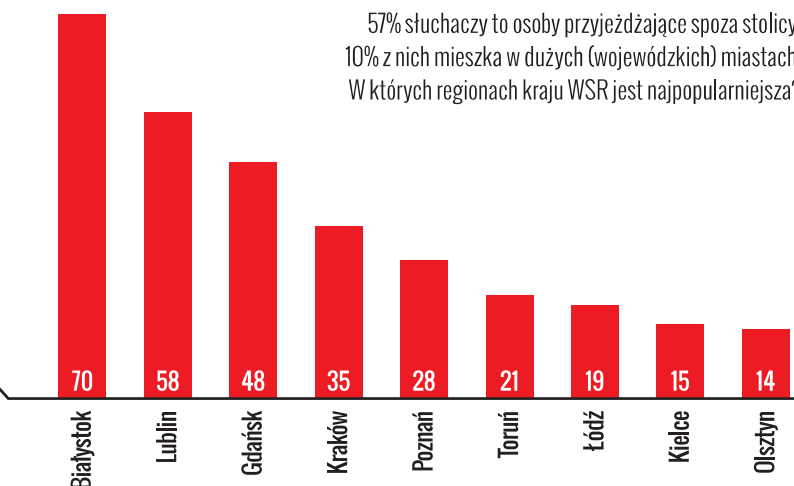
Piotr	391
Paweł	266
Michał	265
Marcin	245
Tomasz	142
Maciej	134
Adam	90
Kamil	64
Przemysław	44
Sebastian	43

Imiona, które najrzadziej występowały w historii szkoły (ale pojawiły się co najmniej raz):  
 PANOWIE: Arnold, Błażej, Bożydar, Ernest, Erwin, Florian, Gniewomir, Olin, Roch, Wawrzyniec  
 PANIE: Apolonia, Blanka, Delfina, Gracja, Letitia, Roksana, Samanta, Sławomira, Taida, Zoja

## Tylko Warszawa? Ależ nie. Cała Polska!



57% słuchaczy to osoby przyjeżdżające spoza stolicy. 10% z nich mieszka w dużych (wojewódzkich) miastach. W których regionach kraju WSR jest najpopularniejsza?



# HISTORIA WARSZAWSKIEJ SZKOŁY REKLAMY



Idea szkoły reklamy z prawdziwego zdarzenia, pierwszej w Polsce, narodziła się jeszcze w **1993** roku. Szkoła została powołana do istnienia jako Policealne Studium Reklamy Handlowej z inicjatywy grupy kilku osób skupionych wokół **Artura Waczko**, jej założyciela, głównego pomysłodawcy i ideologa. Organem założycielskim szkoły była Fundacja Przeciw Obojętności Na Rzecz dzieci Specjalnej Troski, która oprócz szkoły prowadziła także ożywioną działalność charytatywną. Pierwszą siedzibą szkoły były pomieszczenia na IV, V i VI piętrze budynku przy ul. Smulikowskiego 4A, wynajmowanie od ZNP. Tu, w marcu **1994** roku, odbyły się pierwsze zajęcia.

W semestrze wiosenno-letnim roku szkolnego **1993/94** w szkole było... 16 stu-

chaczy podzielonych na dwie grupy. To byli prawdziwi pionierzy, protagoniści WSR, a przy tym wyjątkowi zapaleńcy, którzy nie tylko brali udział w zajęciach, ale też często angażowali się w budowanie i organizację szkoły od podstaw (remonty pomieszczeń, budowanie ławek i mebli, pozyskiwanie sprzętów, prace porządkowe). Pierwszą księgę słuchaczy szkoły otwierają następujące nazwiska m. in. Małgorzaty bałdowskiej i Mai Zwolskiej, które są w istocie współzałożycielkami WSR.

Połączone siły dyrekcji, wykładowców i słuchaczy przyniosły szybko efekty promocyjne. W kolejnym semestrze słuchaczy w szkole było już 161. W **1995** roku szkoła uzyskuje uprawnienia szkoły publicznej do kształcenia w zawodzie Technik handlowiec. Nie istniał wówczas

w Polsce oficjalnie żaden zawód związany bezpośrednio z reklamą, a to właśnie m. in. z inicjatywy szkoły powstanie w ciągu następnych kilku lat najpierw specjalność „Reklama” (dodana do Technika handlowca), a później nowy zawód: Technik organizacji reklamy.

Szkoła od początku nastawiona była na przekazywanie nie tylko wiedzy, ale przede wszystkim praktycznych umiejętności, czego skutkiem było m. in. uruchomienie w szkole już od pierwszego roku istnienia trzech specjalizacji. Ich nazwy to: Reklama telewizyjna (kilka lat później przekształcona w Realizację filmową i telewizyjną), Strategia reklamy (później: Strategia reklamy i public relations) oraz Studio grafiki. Ta ostatnia specjalizacja stała się wkrótce „lokomotywą” szkoły, a jej



adeptów stanowią dziś mniej więcej połowę wszystkich absolwentów. Stała się ona także powodem nawiązania, a później zacieśnienia współpracy z warszawską ASP, dzięki której z kolei znalazł się w szkole **prof. Ksawery Piwocki** - nieoceniony przyjaciel, mentor, doradca programowy, wspomagający jej działalność od dziś. Mniej więcej w tym samym czasie (1996 rok) zaczyna karierę wykładowcy w szko-

le **Sławomir Wojtkowski**, postać, która odegra w jej historii niemałą rolę, zresztą obecny dyrektor WSR.

Kultowymi wykładowcami w najstarszym okresie istnienia szkoły byli: **Jędrzej Stanisławek** (wykładowca filozofii i etyki zawodowej, imponujący wnikliwym umysłem i skrupulatnym, drobiazgowym, sformalizowanym podejściem do zajęć i zaliczeń), **prof. Stanisław Kuśmierski** (nestor polskiego marketingu, autor książki „Reklama jest sztuką”) i **prof. Kazimierz Niemczycki**, prowadzący zajęcia z Ekonomii i zaliczający je zawsze wszystkim w skali do 1 (ndst.) do 2 (dop.), a ocenę 3 (dst.) stawiający raz na kilka lat, za to chętnie opowiadający na zajęciach o Dolly Parton, muzyce country, kowbojach i westernach. Ważnym wykładowcą był **Przemek Młynczyk**, wieczny prezes Fundacji (wiecznie) młodego Kina, bez którego zajęć filmowych trudno byłoby wyobrazić sobie specjalizację TV.

W 1996 roku do trzech specjalizacji realizowanych w szkole dołącza czwarta: Fotografia reklamowa. Merytoryczną i programową opieką otacza ją od początków jej istnienia aż do dziś **dr Zbigniew Tomaszczuk**, którego wszystkim znającym się choć trochę na fotografii nie trzeba przedstawiać. Znaczącą rolę odgrywają w tworzeniu podstaw sukcesu

tej specjalizacji **Szymon Kobusiński** (uznany fotograf, właściciel studia Bank współpracujący ze szkołą do dziś) oraz **Michał Zagórny**, ulubieniec młodzieży, prowadzący na luzie na wskroś praktyczne zajęcia, sam niewiele wówczas starszy od swoich uczniów, za to już wzięty praktyk ze sporym doświadczeniem.

Powstanie nowej specjalizacji zbiega się w czasie ze zmianą siedziby szkoły, którą na dwa kolejne lata staje się kilka budynków (w tym studio filmowe) i spora część terenu ówczesnej Wytwórni Filmowej Czołówka, mieszczącej się na Mokotowie, przy al. Lotników 1. Dzięki dobrej infrastrukturze, dopracowanemu programowi i swoistej modzie na naszą szkołę rozwijają się wówczas wszystkie specjalizacje i tryby kształcenia. Jest to czas, w którym szkoła staje się znana w całej Polsce, a liczba słuchaczy spoza Warszawy i województwa mazowieckiego staje się naprawdę liczna. Rodzi się w związku z tym potrzeba nadania szkole nazwy o zwiększonym potencjale promocyjnym. Tak w 1997 roku powstaje Warszawska Szkoła Reklamy, czyli nazwa marketingowa, która identyfikuje nas do dziś i zapewne po wsze czasy.

W charakterze wykładowców pracuje wówczas w szkole kilka niezapomnianych postaci informatyków: **Karol Gordon** (profesjonalista ze stoickim dystan-

## POCZET DYREKTORÓW WSR

**ANNA KOZIŃSKA**  
(1993-1994)

**DARIUSZ OSTROWSKI**  
(1994-1995)

**MAJA ZWOLSKA**  
(1995-2000)

**PAWEŁ BIAŁEK**  
(2000-2001)

**KARINA BANASZKIEWICZ**  
(2001-2002)

**EWA GRUŻEWSKA-KWIECIEŃ**  
(2002-2012)

**SŁAWOMIR WOJTKOWSKI**  
(2012-...)

Nazwa szkoły	Tryb	Rok założenia	Nauczane zawody / specjalizacje
Policealne Studium Reklamy Handlowej	dzienny, (oraz do 2003 sobotnio-niedzielnny i zaoczny)	1994	1994-1997 - Technik handlowiec, trzy specjalizacje: Strategia reklamy, Studio grafiki, Reklama telewizyjna  1997-2004 - Technik handlowiec, cztery specjalizacje: Strategia reklamy i public relations, Studio grafiki, Realizacja filmowa i telewizyjna, Fotografia reklamowa  2003-2014 - Technik organizacji reklamy, cztery specjalizacje: Strategia reklamy i public relations, Studio grafiki, Realizacja filmowa i telewizyjna, Fotografia reklamowa  2012-... Asystent kierownika produkcji filmowej i telewizyjnej, dwie specjalizacje: Strategia reklamy i public relations, Realizacja filmowa i telewizyjna
Warszawska Akademia Reklamy, Fotografii i Filmu	zaoczny	2003	2003-2014 - Technik organizacji reklamy, cztery specjalizacje: Strategia reklamy i public relations, Studio grafiki, Realizacja filmowa i telewizyjna, Fotografia reklamowa  2012-... - Asystent kierownika produkcji filmowej i telewizyjnej, dwie specjalizacje: Strategia reklamy i public relations, Realizacja filmowa i telewizyjna
Niepubliczne Policealne Studium Plastyczne – Warszawska Szkoła Reklamy	dzienny i sobotnio-niedzielnny	2012	2012-2015 - Plastyk dwie specjalizacje: Studio grafiki (Reklama wizualna) i Fotografia reklamowa  2014-... 1. Plastyk 2. siedem specjalizacji: Projektowanie graficzne, Multimedia, Fotografia artystyczna i reklamowa, Realizacja filmowa i telewizyjna, Realizacje intermedialne, Animacja, Wizaż i charakteryzacja (czytaj o specjalizacjach na str. 7)

sem do życia), **Katarzyna Borek** (pierwsza informatyczka w historii WSR), a także **Oskar Dobkowski** (kolejny ulubieniec młodzieży mający z nią fantastyczne relacje, niestety już dziś nieżyjący). Warto też wymienić **Adama Śledańskiego**, do dziś wspomnianego przez wielu absolwentów nauczyciela Promocji, który uczył w szkole przez połowę jej obecnej historii, a także mającą niewiele krótszy staż **dr Annę Batko** z Krakowa, której książka o marketingu ukazała się nakładem WSR i stanowiła przez kilka lat coś w rodzaju podręcznika do tego przedmiotu. Specjalizację filmową rozkręcającą wówczas **Wojciech Sawa** (reżyser realizujący filmy w Polsce i w Ameryce) i białorusko-polski scenarzysta **Robert Mirski**, a ulubionymi lektorami języka angielskiego i hiszpańskiego są **Aleksandra Sempruch** i **Paweł Białek** (później przez rok dyrektor szkoły). Zaczyna natomiast dopiero współpracę z WSR, dziś czwarty stażem wykładowca w naszej szkole, przez wiele lat jej ostoja i ikona, **Tomasz Syrowatko**, potrafiący jak nikt inny przybliżyć ciekawie i przystępnie zdawałoby się nudne problemy związane z gospodarką, przedsiębiorczością czy ekonomiką przedsiębiorstw.

W **1998** roku pada naborowy rekord - do szkoły zapisuje się 512 osób! A był to okres, w którym grupy dzienne miały więcej słuchaczy niż sobotnio-niedzielne i popołudniowe razem wzięte. Grupy mające zajęcia w weekendy spotykały się co tydzień, pomysł na grupy pracujące co dwa tygodnie dopiero powoli się rodzi. W ciągu następnych dwóch lat (**1999-2000**) nastąpią istotne przekształcenia sposobów kształcenia i liczby godzin zajęć edukacyjnych realizowanych w szkole. Powstaną grupy zaoczne, które powoli wyprą najpierw sobotnio-niedzielne, a później także popołudniowe.

W międzyczasie szkoła drugi raz zmienia siedzibę przenosząc się tym razem na Ursynów, z którą to dzielnicą zwiąże się na długie lata i z którą będzie dość silnie kojarzona. Jest tu zresztą do dziś jedyną placówką edukacyjną o charakterze zawodowym. Przy ul. Indiry Gandhi 11 Warszawska Szkoła Reklamy funkcjonuje do kolejnego przełomowego w jej historii, **2001** roku. Wówczas nastąpiła ostatnia jak na razie przeprowadzka szkoły - do budynku SM Na skraju, mieszczącego się przy ul. Szolc-Rogozińskiego 3. Wkrótce podjęto dwie ważne decyzje. Pierwsza była zmia-

na personalna - na stanowisko dyrektora szkoły, jak się okazało na długie lata (rekord w długości urzędowania na tym stanowisku dyrektora) powołano Ewa Grzędzewska-Kwiecień (rekord), której doświadczenie w zarządzaniu oświatą bardzo się szkole przydało nie tylko w okresie transformacji. Jedną z decyzji strategicznych podjętych w pierwszych latach funkcjonowania w nowej siedzibie było powołanie w ramach struktur WSR Warszawskiej Akademii Reklamy, Fotografii i Filmu, Policealnego Studium Zawodowego dla Dorosłych (**2003** rok), która przejęła pod względem formalnym nauczanie w trybie zaocznym.

W tym czasie w szkole pracowało wielu wspaniałych wykładowców: **Magda Robak**, **Jarek Kwiatek**, **Barbara Śmigrodzka**, **Jakub Budzyński** i **Monika Waraxa**, natomiast współpracę ze szkołą dopiero zaczynali **Ewa Kotowska** i **Marek Sioma**.

Lata **2004-2008** to lata stabilnego wzrostu nie tylko liczby słuchaczy, ale także pozycji szkoły na rynku edukacyjnym i w branży reklamowej. Pierwsza (udana) reforma szkolnictwa zawodowego powodu-

## SIEDZIBY WARSZAWSKIEJ SZKOŁY REKLAMY

1994-1996

UL. SMULIKOWSKIEGO 4A  
ŚRÓDMIEŚCIE-POWIŚLE

Julian Smulikowski (1880-1934) - nauczyciel, lider Związku Nauczycielstwa Polskiego, poseł na sejm w II RP, wierny żołnierz marszałka Piłsudskiego; w jego nekrologu napisano, że w życiu przyświecała mu idea, żeby obok wojska uzbrojonego w karabiny i armaty, działała w Polsce druga armia - nauczycielstwo, dobrze wykształcone i uzbrojone w ducha obywatelskiego.

1996-1998

AL. LOTNIKÓW 1  
MOKOTÓW

Polskie lotnictwo ma wiele zasług technicznych (szczególnie w dwudziestoleciu międzywojennym), a polscy lotnicy - także bojowych (szczególnie w czasie II wojny); lotnictwo jest dziedziną, która od czasów prób pierwszego wzbicia się w powietrze aż do epoki bezzałogowych samolotów ponaddźwiękowych niezmiennie porusza i fascynuje ludzką wyobraźnię.

1998-2001

UL. GANDHI 11  
URSYNÓW

Indira Gandhi (1917-1984) - indyjska polityk, wieloletnia premier Indii, w plebiscycie BBC z 1999 roku uznana została za Kobiętę Tysiąclecia; twierdziła m. in. że „wolność nie znaczy, że można poruszać się po niewłaściwej stronie ulicy” oraz że „mieć trudne życie - to przywilej”.

2001-...

UL. SZOLC-ROGOZIŃSKIEGO 3  
URSYNÓW

Stefan Szolc-Rogoziński (1861-1896) - polski podróżnik, badacz Afryki; w 1882 roku za czarny tużurek, cylinder i trzy skrzynki dżinu kupił wyspę Mondoleh, położoną u wybrzeży Kamerunu, założył tam później polską kolonię, która niestety - ze względu na przybycie Brytyjczyków i Niemców - przetrwała tylko 2 lata.

je, że dotychczasowe prace dyplomowe (i ich obrony) zastępują egzaminy zewnętrzne potwierdzające kwalifikacje zawodowe, nadzorowane przez Okręgową Komisję Egzaminacyjną w Warszawie. Od **2006** roku wiedzę i umiejętności naszych absolwentów weryfikuje zobiektywizowany system. Mimo znacznych modyfikacji obowiązujących programów nauczania dokonywanych przez naszą szkołę (programy autorskie i eksperymentalne), słuchacze WSR uzyskują bardzo dobre, żeby nie powiedzieć rekordowo wysokie, wyniki w skali kraju. W zawodzie Technik organizacji reklamy nasze szkoły uzyskują zdawalność od 85% do 96% (zależnie od rocznika).

W latach **2008-2011** szkoła przeżywa okres prosperity. Stabilna sytuacja finansowa i duża liczba słuchaczy pozwalają na realizację wielu inicjatyw, wśród których należy wymienić powołanie Szkoły Wizażu i Charakteryzacji (**czytaj na str 21**), Polskiego Muzeum Reklamy (**czytaj na str 23**), kupno ośrodka wypoczynkowego w Międzybrodzu Bialskim czy... uruchomienie własnego przedszkola (**4 Słonie** - [www.4slonie.com](http://www.4slonie.com)). Jest także czas rozszerzania trwającej do dziś współpracy z licznymi mediami nie tylko branżowymi w ramach patronatów, organizacjami branżowymi (m. in. Stowarzyszeniem Komunikacji Marketingowej SAR), udziału i nagród słuchaczy w niezliczonych konkursach branżowych (m. in. Polskim Festiwalu Reklamy), a także wielu działań o charakterze wspierających inne organizacje.

Szczególnie istotny jest rok **2009**, w którym następują dwa wydarzenia. Zwołany zostaje pierwszy w historii szkoły zjazd absolwentów (w klubie Arco), na który przybywają dawni słuchacze wszystkich roczników, trybów i specjalizacji z różnych stron Polski i świata. W tym też roku WSR nawiązuje współpracę z Wyższą Szkołą Teologiczno-Humanistyczną w Podkowie Leśnej, co sprawia, że w ramach Instytutu Mediów i Nauk Społecznych, realizując indywidualny tok studiów, kolejne roczniki absolwentów WSR mogą odbywać - w murach swojej ulubionej szkoły - wyższe studia licencjackie z zakresu dziennikarstwa.

W roku **2011** ogłoszona zostaje druga (nieudana) reforma szkolnictwa zawodowego, w ramach której zostaje zlikwidowanych wiele zawodów, natomiast Technik organizacji reklamy - wbrew opiniom specjalistów i protestom naszego środowi-

ska - zostaje przeniesiony do nauczania wyłącznie na poziomie technikum. Dla Warszawskiej Szkoły Reklamy jest to impuls do realizacji działań, o których myśleliśmy od dawna, mianowicie uczynienia z naszej placówki szkoły o charakterze bardziej artystycznym. W **2012** roku w ramach struktur WSR powołane zostaje do życia Niepubliczne Policealne Studium Plastyczne - Warszawska Szkoła Reklamy, które niecały rok później uzyskuje uprawnienia szkoły publicznej i patronat Ministerstwa Kultury i Dziedzictwa Narodowego. Z formalnego punktu widzenia nowa szkoła odwołuje się oczywiście do tradycji specjalizacji artystycznych (grafiki, fotografii i filmu) obecnych w WSR od początku istnienia, nie tylko umożliwiając ciągłość kształcenia w tych dziedzinach, ale także otwierając się na nowe kierunki.

W kończącym się właśnie roku szkolnym **2013/14** Warszawska Szkoła Reklamy, zgodnie ze swoją misją praktycznej nauki zawodu oraz rozwijania pasji, talentów i zainteresowań słuchaczy, prowadząc kilka placówek o różnym charakterze, realizuje z rozmachem kształcenie w zawodach Plastyk (specjalności: Reklama wizualna oraz Fotografia) oraz Asystent kierownika produkcji filmowej i telewizyjnej. Jednak już nowy rok szkolny **2014/15** przyniesie ekscytujące zmiany, które polegają przede wszystkim na wprowadzeniu nowych specjalizacji (**czytaj na str 7**). Zaczyna się zupełnie nowy rozdział w historii szkoły, w który chcemy wejść z rozmachem. Wyzwaniem nie tylko dla kadry zarządzającej i wykładowej, ale także działu marketingu jest prowadzenie i skuteczne promowanie aż dziewięciu (w miejsce istniejących „od zawsze” czterech) specjalizacji. Pełni zapala przystępujemy do realizacji tego zadania.

Jednak przygotowując zupełnie nowy rozdział w historii WSR, zatrzymajmy się jeszcze na chwilę. **Witajcie na II Zjeździe Absolwentów!** Spójrzmy z dumą, ale też refleksją i - nie wstydzmy się tego słowa - nostalgią w przeszłość. Odnówmy kontakty, odświeżmy relacje osobowe, przyjacielskie, koleżeńskie, mistrzowskie, profesjonalne. Wyciągając wnioski z historycznych sukcesów, licznych wspaniałych chwil i miłych wydarzeń (a także porażek, które przecież także nas nie ominęły) zacierpniemy siłę do dalszej pracy.

Sław Wojtkowski

# NOWE SPECJALIZACJE W WARSZAWSKIEJ SZKOLE REKLAMY

Od początku swego istnienia WSR realizuje naukę w specjalizacjach i poprzez specjalizacje. Wynika to z przekonania, że na rynku pracy w branży reklamowej (ale także medialnej, projektowej, fotograficzno-filmowej) łatwiej i sprawniej poruszają się osoby posiadające konkretne, wyspecjalizowane umiejętności praktyczne i specjalistyczną wiedzę z danej dziedziny. Przez 20 lat w szkole istniały cztery specjalizacje: Grafika, Fotografia, Film i Strategia reklamy. Nadszedł jednak czas na zmiany, które wymusił rozwój rynku mediów i reklamy, zarówno w zakresie wymagań stawianych młodym adeptom reklamy i sztuk projektowych, jak również szybkiego rozwoju technologicznego.

Począwszy o roku szkolnego 2014/15 w Warszawskiej Szkole Reklamy nauka będzie się odbywać w 9 różnych specjalizacjach. Będą to:

1. Projektowanie graficzne
2. Multimedia **(nowość)**
3. Fotografia artystyczna i reklamowa
4. Realizacja filmowa i telewizyjna
5. Produkcja filmowa i telewizyjna
6. Realizacje intermedialne **(nowość)**
7. Animacja **(nowość)**
8. Wizaż i charakteryzacja
9. Strategia reklamy i public relations

## PROJEKTOWANIE GRAFICZNE [PG]

Specjalizacja graficzna obejmuje zagadnienia z zakresu grafiki komputerowej i warsztatowej. Wybierając projektowanie graficzne, zdobędziesz wiedzę o kolorze i kompozycji, pogłębisz swoją wrażliwość estetyczną. Na warsztatach rysunkowych, malarskich oraz rzeźbiarskich rozwiniesz umiejętności manualne. WSR ma propozycje rozwoju zarówno dla kreatorów realizujących własne projekty, jak i dla zapalo-

nych maniaków technik komputerowych skupionych na adaptacji najnowszych osiągnięć software'owych z tego zakresu. Ucząc się w ramach tej specjalizacji, masz szansę na stworzenie bogatego portfolio projektów, które może się okazać przepustką do wymarzonej pracy w branży reklamowej lub medialnej.

### ► KIM MOŻNA ZOSTAĆ PO TEJ SPECJALIZACJI?

Grafikiem-freelancerem bądź w agencji reklamowej, ilustratorem, art directorem, grafikiem-redaktorem, grafikiem-kolorystą, operatorem DTP lub grafikiem-łamaczem.

► **UZYSKIWANY TYTUŁ ZAWODOWY:** Plastyk, specjalność: Techniki graficzne, specjalizacja: Projektowanie graficzne

## MULTIMEDIA [M]

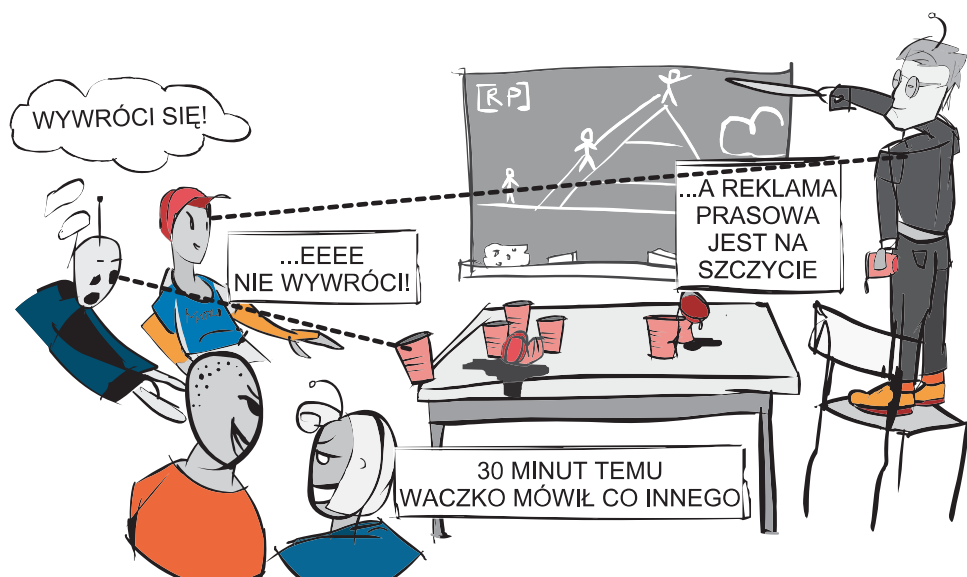
W ramach tej specjalizacji nabędziesz wiedzę i umiejętności potrzebne do tworzenia publikacji elektronicznych. Chciałbyś projektować strony www, magazyny interneto-

we, grafikę do aplikacji, prezentacje? Dobrze trafieś. Tutaj zapoznamy cię z niezbędnymi zagadnieniami z zakresu projektowania graficznego, kompozycji, typografii, teorii barwy. Nauczysz się lub pogłębisz znajomość obsługi programów komputerowych niezbędnych w twojej przyszłej pracy, takich jak Photoshop, Illustrator, InDesign oraz pozostałych używanych w branży. Nauka na tej specjalizacji pozwoli ci na stworzenie portfolio, dzięki któremu już poszukując pierwszej pracy będziesz mógł się zaprezentować jako profesjonalny grafik specjalizujący się w projektowaniu na potrzeby mediów elektronicznych i audiowizualnych (internet, kino, telewizja, elektroniczne nośniki outdoorowe).

### ► KIM MOŻNA ZOSTAĆ PO TEJ SPECJALIZACJI?

Grafikiem-freelancerem lub zatrudnionym w agencji reklamowej czy studiu graficznym, specjalistą od web designu, projektantem www, grafikiem-kolorystą.

► **UZYSKIWANY TYTUŁ ZAWODOWY:** Plastyk, specjalność: Techniki graficzne, specjalizacja: Publikacje multimedialne



## FOTOGRAFIA ARTYSTYCZNA I REKLAMOWA [FOTO]

Wybierając tę specjalizację, zdobędziesz niezbędną wiedzę z dziedziny fotografii, ale przede wszystkim praktyczne umiejętności z tego zakresu. To wszystko pod okiem specjalistów i fotografów-praktyków, którzy z pasją i zaangażowaniem wprowadzą cię w świat sztuki, jaką jest fotografia i podzielią swoim doświadczeniem. Ucząc się na tym kierunku stworzysz (lub wzbogacisz) swoje portfolio, będziesz miał okazję pokazać swoje prace na wystawach organizowanych przez WSR oraz odbyć praktyki w jednej z agencji lub studiów fotograficznych współpracujących z Warszawską Szkołą Reklamy. W toku nauki szczególny nacisk kładziemy na fotografię reklamową oraz jej związki z fotografią kreatywną, nie zaniedbując jednak innych klasycznych tematów fotograficznych (portret, moda, dokument, reportaż).

### ► KIM MOŻNA ZOSTAĆ PO TEJ SPECJALIZACJI?

Fotografikiem! Pracującym jako freelancer czy w studiu fotograficznym, realizując sesje zgodne z wymaganiami klienta lub własne projekty artystyczne czy dokumentalne.

► **UZYSKIWANY TYTUŁ ZAWODOWY:** Plastyk, specjalność: Fotografia i film, specjalizacja: Fotografia artystyczna

## REALIZACJA FILMOWA I TELEWIZYJNA [RTV]

Wybierając specjalizację filmową w zakresie realizacji, nauczysz się tworzenia koncepcji filmowej od scenariusza, przez zagadnienia związane z organizacją produkcji, kosztorysem, prawami autorskimi, reżyserią, pracą z aktorem, operatorką, reżyserią dźwięku, montażem, aż do zagadnień dokumentacji i promocji dzieła filmowego. Nacisk w tej specjalizacji kładziemy jednak na aspekty twórcze i artystyczne. Chodzi tu przede wszystkim o umiejętność samodzielnego kreowania utworu filmowego, do czego niezbędna ci będzie także wiedza z zakresu języka filmu, plastyczna (rysunek, malarstwo, rzeźba), techniczna i technologiczna. Poznasz tu od strony praktycznej wszystkie elementy sprzętu filmowego, dźwiękowego i oświetleniowego, a także programy komputerowe wykorzystywane wspólnie przy produkcjach filmowych. Rozwiniesz się więc twórczo, ale też nauczysz się realizować komercyjne zlecenia w ramach wszystkich współczesnych gatunków filmowych.

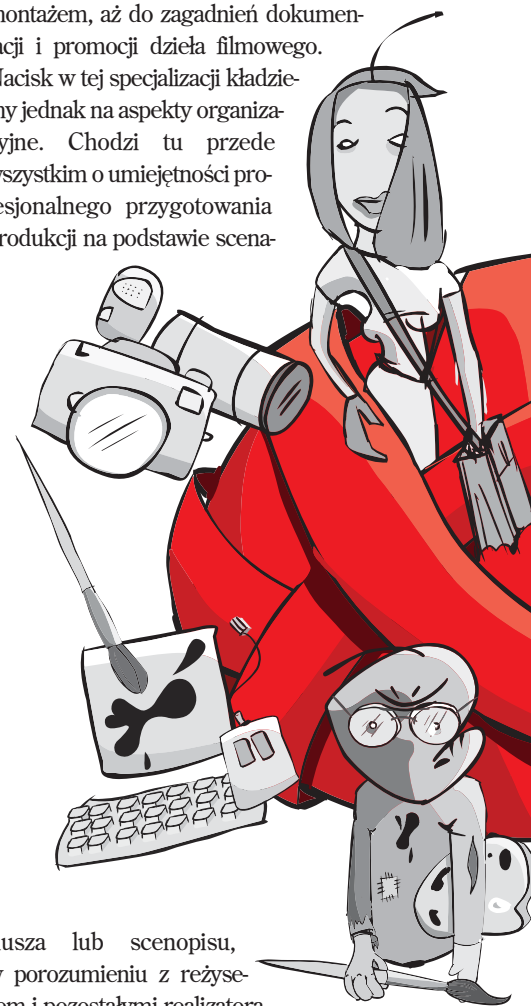
### ► KIM MOŻNA ZOSTAĆ PO TEJ SPECJALIZACJI?

Samodzielnym lub pracującym w zespole twórcą filmowym: scenarzystą, reżyserem, operatorem, montażystą, realizatorem dźwięku w filmie

► **UZYSKIWANY TYTUŁ ZAWODOWY:** Plastyk, specjalność: Fotografia i film, specjalizacja: Realizacja obrazu filmowego

## PRODUKCJA FILMOWA I TELEWIZYJNA [PTV]

Wybierając specjalizację filmową w zakresie produkcji, nauczysz się tworzenia koncepcji filmowej od scenariusza, przez zagadnienia związane z organizacją produkcji, kosztorysem, prawami autorskimi, reżyserią, pracą z aktorem, operatorką, reżyserią dźwięku, montażem, aż do zagadnień dokumentacji i promocji dzieła filmowego. Nacisk w tej specjalizacji kładziemy jednak na aspekty organizacyjne. Chodzi tu przede wszystkim o umiejętności profesjonalnego przygotowania produkcji na podstawie scenar-



riusza lub scenopisu, w porozumieniu z reżyserem i pozostałymi realizatorami. Warsztaty realizowane w trakcie nauki polegają sporządzaniu planu produkcji i budżetu filmu, co z kolei wymaga także praktyki w zakresie wyboru i angażowania aktorów i pracowników, negocjowania wynagrodzeń i innych warunków umowy, przyjmowania wspólnie z reżyserem planów zdjęciowych, projektów dekoracji, kostiumów, rekwizytów.

### ► KIM MOŻNA ZOSTAĆ PO TEJ SPECJALIZACJI?

Kierownikiem produkcji lub asystentem kierownika produkcji wszelkiego rodzaju obrazów filmowych oraz form telewizyjnych

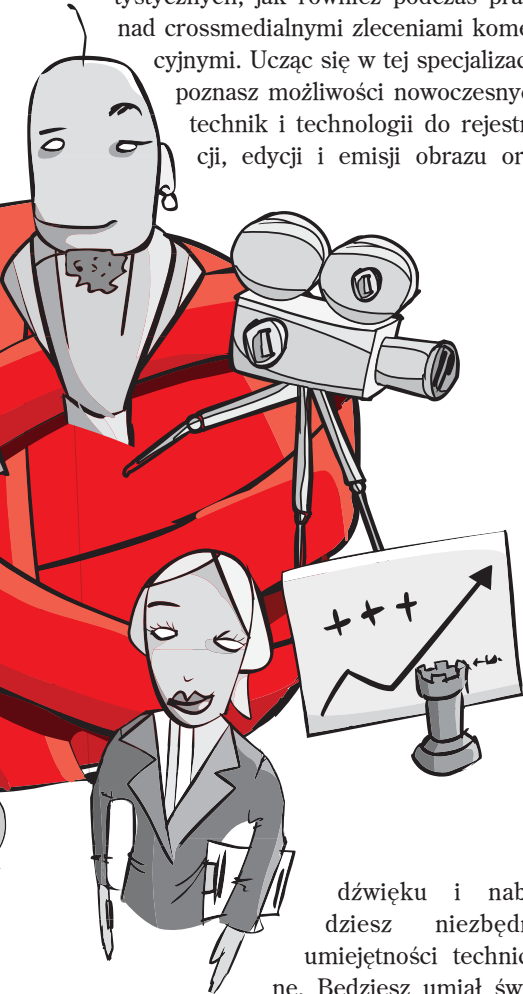
► **UZYSKIWANY TYTUŁ ZAWODOWY:** Asystent kierownika produkcji filmowej i telewizyjnej





## REALIZACJE INTERMEDIALNE [INT]

Ta specjalizacja to coś dla tych, którzy nie lubią ograniczeń. Fascynuje cię fotografia, film, wideo, animacja? Tutaj nauczysz się integrować różne elementy komunikacji wizualnej i audiowizualnej. Swoje umiejętności będziesz mógł wykorzystać w przy realizacji autorskich projektów artystycznych, jak również podczas pracy nad crossmedialnymi zleceniami komercyjnymi. Ucząc się w tej specjalizacji, poznasz możliwości nowoczesnych technik i technologii do rejestracji, edycji i emisji obrazu oraz



dźwięku i nabedziesz niezbędne umiejętności techniczne. Będziesz umiał świadomie wykorzystywać i łączyć środki wyrazu właściwe dla różnych mediów do realizacji wielopoziomowych zadań. Istotą tej specjalizacji jest interdyscyplinarność, niekonwencjonalność i eksperymentowanie.

► **KIM MOŻNA ZOSTAĆ PO TEJ SPECJALIZACJI?** Artystą tworzącym przy użyciu wielu różnych mediów, uniwersalnym twórcą przekazów i kampanii reklamowych zarówno mono- jak i intermedialnych

► **UZYSKIWANY TYTUŁ ZAWODOWY:** Plastyk, specjalność: Fotografia i film, specjalizacja: Realizacje intermedialne

## ANIMACJA [A]

Wybierając tę specjalizację, dowiesz się wszystkiego na temat tworzenia ruchomych obrazów, a przede wszystkim będziesz miał okazję wypróbować swoje umiejętności w praktyce. Poznasz podstawy technik animacji klasycznej: rysunkowej, kukielkowej, poklatkowej oraz komputerowej w programach Flash, AfterEffects, 3DSMax. Po zakończeniu nauki będziesz posiadał portfolio, które pozwoli ci już przy poszukiwaniu pierwszej pracy zaprezentować się jako kompetentny animator. Nieobce Ci będzie również zagadnienie motion designu, czyli tworzenia czołówek, tyłówek, teledysków i innych animowanych elementów produkcji telewizyjnych i filmowych, w tym szczególnie efektów specjalnych.

► **KIM MOŻNA ZOSTAĆ PO TEJ SPECJALIZACJI?** Specjalistą od animacji 2D lub 3D w studiu produkcyjnym bądź pracującym jako freelancer, specjalistą od motion designu

► **UZYSKIWANY TYTUŁ ZAWODOWY:** Plastyk, specjalność: Fotografia i film, specjalizacja: Animacja filmowa

## WIZAŻ I CHARAKTERYZACJA [WIZ]

W ramach tej specjalizacji pozyskasz wiedzę z obszarów: teorii koloru, właściwości dziennego i sztucznego oświetlenia, szeroko pojętej techniki makijażu, stylizacji i modelowania włosów, kreowania własnego wizerunku oraz wizerunku osób publicznych, psychologii zawodu, charakteryzacji, historii sztuki i mody. Nauczysz się wykonania makijażu: epokowego, charakterystycznego, artystycznego, estradowego, telewizyjnego i filmowego. Będziesz także uczestniczyć w zajęciach z body paintingu, charakteryzacji filmowej i teatralnej oraz w warsztatach rysunkowych, malarzkich, rzeźbiarskich i fotograficznych. Oczywiście istotne będzie ćwiczenie umiejętności nowoczesnych technik komputerowych wykorzystywanych w zawodzie.

► **KIM MOŻNA ZOSTAĆ PO TEJ SPECJALIZACJI?** Wizażystą/wizażystką, charakteryzatorem/charakteryzatorką

► **UZYSKIWANY TYTUŁ ZAWODOWY:** Plastyk, specjalność: Techniki scenograficzne, specjalizacja: Charakteryzacja i wizaż

## STRATEGIA REKLAMY I PUBLIC RELATIONS [SR]

Specjalizacja Strategia Reklamy i PR obejmuje wiele obszarów problematyki marketingowej: od badań rynku i planowania produktu, przez budowanie strategii rozwoju i kształtowania wizerunku marki, po zarządzanie sytuacją kryzysową firmy i redukcję dysonansu poznawczego jej klientów. Najważniejsze jest jednak planowanie, budżetowanie, realizacja, koordynacja i badanie skuteczności kampanii reklamowych oraz działań z zakresu public relations zgodnie z założonymi celami. Po ukończeniu Strategii Reklamy i PR możesz znaleźć zatrudnienie w agencjach public relations, agencjach reklamowych, organizacjach non-profit, przedsiębiorstwach wszystkich branż lub jednostkach administracji publicznej, gdzie będziesz miał okazję kreować, realizować i rozliczać strategię komunikacji i kampanie promocyjne.

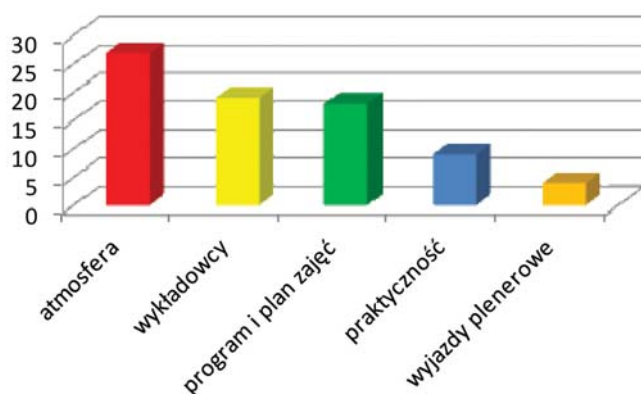
► **KIM MOŻNA ZOSTAĆ PO TEJ SPECJALIZACJI?** Strategiem reklamy, brand managerem, specjalistą PR, PR managerem, specjalistą do spraw promocji, specjalistą do spraw reklamy, specjalistą do spraw wizerunku, media planerem, accountem, dziennikarzem wyspecjalizowanym w pisaniu o reklamie i w kontaktach ze światem reklamy

► **UZYSKIWANY TYTUŁ ZAWODOWY:** Licencjat na kierunku Dziennikarstwo, w specjalności Strategia reklamy i PR.

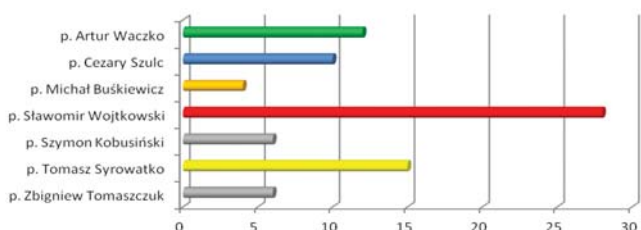
► **UWAGA!** Nauka w tej specjalizacji odbywa się jako 3-letnie zawodowe studia licencjackie (warunkiem podjęcia nauki jest posiadanie świadectwa maturalnego lub rozpoczęcie nauki jako wolny słuchacz, a po zdaniu matury zostanie pełnoprawnym studentem z możliwością zaliczenia wcześniejszej nauki do toku studiów) lub jako zestaw trzech rocznych kursów menedżerskich stopnia (świadectwo maturalne nie jest wymagane). Nauka w tej specjalizacji jest droższa, szczegóły na naszej stronie internetowej.

# 15 LAT MINĘŁO, CZYLI I ZJAZD ABSOLWENTÓW

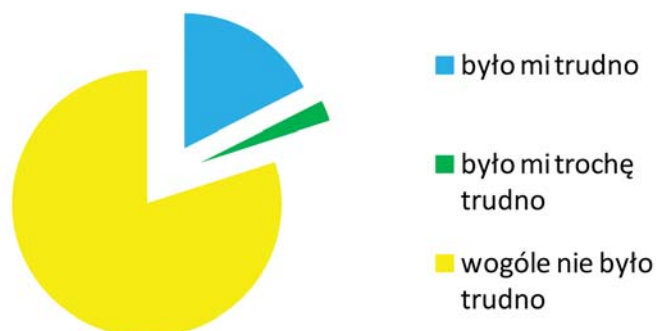
JAKIE SĄ NAJWAŻNIEJSZE ZALETY WSR?



JACY SĄ ULUBIENI WYKŁADOWCY ABSOLWENTÓW?



CZY PO WSR TRUDNO CI BYŁO ZNALEŹĆ PRACĘ?



My tu hucznie świętujemy 20-lecie Warszawskiej Szkoły Reklamy, a przecież tak całkiem niedawno, bo zaledwie 5 lat temu, spotkaliśmy się po raz pierwszy w podobnym gronie, aby wspólnie powspominać i wypić za 15 pięknych lat istnienia WSR. Dlatego cofnijmy się na chwilę w czasie i przypomnijmy jak to było, gdy codziennie lub co dwa tygodnie przekraczaliśmy progi naszej szkoły żądni wiedzy i nie tylko!). Pomogą nam w tym wyniki ankiety, którą podczas I Zjazdu Absolwentów (klub Arco, 26/09/2009) wspaniałomyślnie część z Was dla nas wypełniła.

A cóż z tych ankiet interesującego wynika? Prawie same pozytywne rzeczy! Przede wszystkim, że aż 98% z absolwentów wspomina Warszawską Szkołę Reklamy co najmniej dobrze, z czego większość wspaniale! Spośród ankietowanych tylko jedna osoba stwierdziła, że było tak sobie: (

Jedna z absolwentek tak argumentowała swój werdykt: „*WSR to najlepsza szkoła. Z charakterem i osobowością. Bardzo dużo wniosła w moje życie i rozwinęła mi skrzydła. Dzięki za to z całego serca.*”

Na liście zalet, wartości i cech charakterystycznych dla WSR, za które najbardziej ceniliście nas i - mamy nadzieję - cenicie nadal, znalazło się aż pięć przymiotów.

Jeden z absolwentów uznał, że „*większość szkół tylko twierdzi, że ją (atmosferę) ma.*” A my po prostu ją mamy!). Lubicie nas za to, że jest tu jak w rodzinie, koleżeńsko, domowo, a także nieskrępowanie i fajnie. Co do wykładowców, to cenicie ich za „*zaangażowanie w tematy i umiejętność porwania, która powodowała, że wiedza sama wchodziła do głowy.*” Program i plan zajęć, często wszechstronny i różnorodny, doceniacie z powodu „*możliwości chodzenia na różne zajęcia, niezależnie od specjalizacji*” oraz dlatego, że „*zajęcia prowadzone są w profesjonalny i konsekwentny sposób.*” Praktyczne podejście do nauki w WSR uzasadnia najlepiej następująca wypowiedź „*5 lat studiów nie daje tyle co 2 lata w tej szkole.*”

Międzyzdroje mają słynną Aleję Gwiazd, Władysławowo Aleję Gwiazd Sportu, a Karpacz upamiętnił dość nietypowo himalaistów. WSR zarażony coraz powszechniejszym hollywoodzkim trendem może pochwalić się własną Galerią Kultowych Wykładowców.



UCZESTNICY I ZJAZDU ABSOLWENTÓW WSR, FOT. ANNA ZAKRZEWSKA

### Oto kilka cytowanych absolwenckich wypowiedzi na temat naszych Gwiazd:

**o Sławku Wojtkowskim:** „Umiejętność przekazania wiedzy z nowatorskim podejściem, którą wykorzystuję do dziś.” „Pasja z jaką prowadzi zajęcia nie ma sobie równych.” „Za to, że na wszystkich zajęciach mu zależało (przynajmniej takie sprawiał wrażenie).”

**o Tomaszu Syrowatko:** „Potrafił nauczyć ekonomii nawet matematyczną analfaberkę.” „Był cool. Polubiłam ekonomię.”

**o Arturze Waczko:** „Artur 'zmusza' wszystkich do sięgania do najgłębszych zasobów kreatywności.” „Za wiedzę i urok osobisty.”

**o Cezarym Szulcu:** „Był wymagający, mobilizował do pracy, za-

wsze miał czas na korekty, potrafił zainspirować.” „Cokolwiek prowadzi, robi to w sadystycznie zabójczy sposób.”

**o Zbigniewie Tomaszczuku:** „Wspaniała osobowość, potrafi zainteresować przedmiotem.” „Profesjonalista zaangażowany w pracę słuchaczy.”

**o Szymonie Kobusińskim:** „Pomocny, dobrze przekazywał wiedzę. Sympatyczny. Pozytywnie nastawiony.”

**o Michale Buśkiewiczcu:** „Poczucie humoru oraz cierpliwość w tłumaczeniu.”

I miły akcent na koniec, wskazujący, że nauka w Warszawskiej Szkole Reklamy nie idzie w las, tylko w Was.

„WSR dała mi dużą pewność siebie i solidne podstawy.” „Nie było trudno. Obecnie mogę przebiegać w ofertach dlatego, że posiadam rozbudowaną siatkę kontaktów oraz umiejętności.”

I tak trzymać:) Za wszystkie Wasze dobre, pełne życzliwości, cenne, ale i te mniej przychylnie komentarze oraz uwagi wszystkim absolwentom, którzy wzięli udział w ankiecie I Zjazdu Absolwentów - bardzo dziękujemy!

[ds/sw]

W dawnych czasach, gdy ulice miast były pokryte końskimi kupami, a luksusowe limuzyny marki Warszawa napędzane były bimbrem, gdy pismo było znane tylko nielicznym kompanom zgrupowanym w towarzyskich klubach pomalowanych niechlujnie czerwoną farbą, gdy **wiadomości podawano sobie jedynie z ust do ust, po dokładnym ich przeżuciu**, a informacje o istotnych wydarzeniach (np. gdzie można dostać limitowane krzesiwa), usiłowano podawać sobie z nie umytych rąk do brudnych rąk, gdy radio w postaci kartofla z wbitą antenką, zanurzonego w płynie koloru jasnej ochry, podawało ci chutko jedynie informacje o ilości sznurka do wiązania suchych badyli i to tylko przez siedem minut dziennie itd. itp. etc.

W tych czasach właśnie spotkali się dwaj koledzy. Nazwijmy ich A. i S. Mówią, a być może to nawet prawda - ginie to w mroku dziejów i zatartych inskrypcji, do których nie mamy już dostępu - byli i inni, nieznan nam już z imienia i ponoć było ich 12. W ich mniemaniu, ten otaczający ich wówczas świat był nieciekawym, zapyziałym i nudnym po prostu. W całonocnych rozmowach (noce już były) powoli zaczęła się krystalizować **nowa idea obejmująca swoim**

**zasięgiem wszystko. Po prostu wszystko.** Pracownicy zaczęli ten, wydawało się kompletnie wówczas nierealny projekt wdrażać w życie. By coś takiego, coś tak ważnego, ogromnego, bo dotyczącego przebudowy technicznej, społecznej, politycznej, świadomościowej, społecznej, a nawet intelektualnej i artystycznej, udało się wcielić w życie, należało zbudować jakąś strukturę organizacyjną, dobrać setki współpracowników, ideą zarazić miliony ludzi (ludzie też już byli). Tak powstało to słynne i historyczne, opisywane w encyklopediach i elementarzach na całym świecie, ba, w całej galaktyce, przedsięwzięcie, w skrócie nazwane przez jego twórców - WSR.

Stwierdzamy dziś, po upływie tych 20 lat, że dzięki ich działaniom i determinacji zmieniło się wszystko. Powstały miasta, wsie, fabryki, cywilizacja. Dzieci wesołym gwarem wypełniły gmaszyska szkół i uniwersytetów, a kolorowe ruszające się obrazy każdy z obywateli miał na własność w każdej chwili i wszędzie, w torebce lub kieszeni. A nad wszystkim uniosły się kolorowe samolociki, rakiety, ptaszki i baloniki ze znakami znanych marek. To oni - A. i S. - sprawili, że ten ponury i smutny

świat zakwitł w ciągu ostatnich 20 lat jak panna młoda w dzień po swojej małżeńskiej inicjacji. Ramą całego pomysłu, tak prostego, i dzisiaj już banalnie oczywistego, było odkrycie przez A. i S., że **tajemnica wszystkiego tkwi po prostu w sposobie i jakości przekazywanych informacji**, w jej zapakowaniu, jej opakowaniu i w jej odpakowaniu. Chwała, chwała, chwała!

[Jarząbek X]



## RÓŻNORODNOŚĆ BIOLOGICZNA

Każdy z nas jest inny. Księżniczki z Bajki, Wielcy Wodzowie Indian, Androidzi, Trzy Świnki, Dziewczynki z zapalkami i wiele, wiele innych postaci z Zasiadmiogórogródu. Każda z tych postaci rozwinie się indywidualnie, we własnym tempie i we własnym kierunku. Największą radością w pracy wykładowcy jest obserwowanie tego rozwoju i jego różnorodności. Arcydziałem oddane w dniach zaliczeń to sprawa drugorzędna. W szkole słuchacz rozwija nie tylko swoje umiejętności zawodowe, ale również swoją osobowość.

## ARTYSTA JEST SAMOTNIKIEM, ALE NIKT NIE ROZWINIE SIĘ SAM

Indywidualność grafika jest wartością, której nie przełamie komercyjne podejście. Grafik ma za to szansę spotkać współpracownika, kontrahenta, przyjaciela od ołówka. Aby dojrzeć, trzeba spotkać oponenta, wroga, przyjaciela lub wzór do naśladowania. Taką rolę pełni wykładowca, koleżdy z grupy, autorzy podglądani na rynku i w internecie. Zadaniem wykładowcy jest animowanie tych kontaktów.

## STREAPTESE NA ZAJĘCIACH

Grafik nie jest artystą estradowym. Grafik jest raczej dzikiem, pracującym w dziczej norze. Moment, kiedy się ujawnia, zazwyczaj przynosi rozczarowanie. Praca wyniesiona na światło dzienne wydaje się nieciekawa i obnażona z klimatu, którym grafik obdarzył ją w studyjnym zaciszu. Pozbawiona komentarza jest bezbronna i stremowana. Pokazywanie swoich prac wobec wykładowcy i kolegów to obnażanie swojego wnętrza, poziomu wiedzy, inteligencji. Zadaniem wykładowcy jest pozbanienie słuchacza zawstydenia. Słuchacz, aby się rozwijać, musi być bezwstydnym.

## KĄŻDY MA PRAWO DO DENNEJ PRACY

Zadaniem wykładowcy jest znaleźć zaletę i korzyść we wszystkim, co robi student. Denna praca to próba i doświadczenie. Znak, że niektórych rzeczy nie wolno: rozciągać czcionek, bezkarnie zagryzać logo, działać bez pomysłu. Szkoła to miejsce na denną pracę. Wchodząc w życie zawodowe, słuchacz ma ten etap już za sobą. Słuchacz, dopóki nie zrobi dennej pracy sam lub nie zaobserwuje błędu kolegi, nie będzie wiedział. Wykładowca pozbawiony dennych przykładów nie jest wiarygodny. Ważne, aby nie wytworzyć atmosfery wstydu z powodu (nie) udanej próby.

## TEAMY I WSPÓLNA KOREKTA

Praca w grupach i parach jest bardzo ważna. Słuchacz uczy się pracować z każdym,

co w przyszłej pracy etatowej jest bezcenne - tam też nie wybieramy sobie szefa ani kolegi z biurka obok. Wspólnie dbamy o efekt i wynagrodzenie. Zadaniem słuchacza jest ustawienie swojej pozycji w teście. Praca w szkolnej grupie to pierwsza zawodowa ustawka. Z kolei praca w portfolio podpisana kilkoma nazwiskami to ważny sygnał dla przyszłego pracodawcy. Słuchacze uczą się wzajemnie na swoich błędach. Jeśli omawiamy prace wspólnie i wspólnie typujemy oceny, wytwarza się między nami więź wzajemnej nauki, doświadczenia i docenienia. Denne prace nabierają wówczas podwójnej wartości, a prace rewelacyjne - potrójnej.

## ODPORNI NA WYKŁADOWCĘ

Krytyka pracy grafika to jego chleb powszedni. Chcąc pracować w zawodzie, trzeba sobie z nią radzić. Wykładowca to pierwszy marudny klient, który kupuje pracę za 3, 4+, 5, 6... albo nie kupuje jej wcale. Ustna obrona własnej pracy

## ŁĄCZYMY SIĘ W PARY, CZYLI SAMOTNOŚĆ GRAFIKA

graficznej, umiejętność argumentowania i szukania kompromisu to ważna umiejętność zawodowa, która zaowocuje w pracy z klientem. Wykładowca szczepi swoich słuchaczy. Każdy słuchacz rokuje. Zadaniem wykładowcy jest udowodnić młodemu człowiekowi, że szkoła przygotowuje go na sukces. Wykładowca musi znaleźć w każdym słuchaczu jego drogę zawodową.

## RYWALIZACJA: DOBRA CZY ZŁA?

Dobra, jeśli każdy robi co innego. Każdy słuchacz jest postacią z innej bajki. Trzem Świnkom nie każemy sprzedawać zapalek, a Złemu Wilkowi nie każemy pocałować księżniczki. Ostatni Mohikanin nie rzuci warkocza z wieży, a Shrek nie będzie Mistrzem Polski w piłce nożnej. Rywalizacja z innymi jest zła. Rywalizacja z samym sobą jest równą walką o postęp i sukces.

## PORTFOLIO I NOTES PEŁEN KONTAKTÓW

Grafika można zabić na rynku w kilka tygodni. Ukierunkowane mocnymi stronami portfolio i notes pełen kontaktów to magiczne miecze w naszych zawodowych Gwiezdnym Wojnach. Oba miecze wykuwacie w Szkole Reklamy. Elfy, Krasnoludy, Trolle i Orkowie kupią miecze, równocześnie zawiązując sojusze. Przyjaźń może połączyć istoty o różnych charakterach i różnych umiejętnościach.

## NIEZNISZCZALNI

W WSR zawiązujecie pierwsze zawodowe kontakty. Wiele z nich, wiemy to, przetrwa lata wzajemnego windowania się na rynku pracy, korekt, podrzucania sobie zleceń, wzajemnych „Kliknij, co myślisz”, „Na ile to wycenić?”. Wykładowcy również spotykają w szkole swoich zawodowych partnerów. Czujnym okiem wypatrują ich w gronie słuchaczy. Szkoła Reklamy to zawodowa społeczność. Warto mieć wzorce i warto podziwiać. Warto się wymieniać i warto grać w teamie. Warto być otwartym na cudzy sukces. Cudzy sukces uczy, jak to robić. Cudzy sukces jest godzien naśladowania. Sukces daje power, jest zaraźliwy i inspirujący.

Sylwia Giżka



# AUTOPORTRET WIELOKROTNY



**Cieszę się, że tu jestem.** W Warszawskiej Szkole Reklamy osiągnąłem zawodową pełnoletniość. Od osiemnastu lat współtworzę przestrzeń, która inspiruje, motywuje, nagradza i cieszy. Odwdzięcza się za włożony trud. Czasem mści za niedociągnięcia, niedoróbki. Generalnie jednak jest sprawiedliwa, bo pomagamy jej do tej sprawiedliwości dążyć, sprawiedliwość osiągać. Myślę, że zawdzięcza jej więcej niż ona mi.

**Najważniejsze są dla mnie relacje osobowe.** Także w szkole. Chciałbym, aby szkoła pomagała przede wszystkim w budowaniu przyjaźni, koleżeństwa, wspierała pozytywne postawy we wzajemnych kontaktach. Możecie to nazwać po staroświe-

ku „programem wychowawczym”, ale to chyba coś więcej, bo dotyczy w moim przekonaniu nie tylko słuchaczy i studentów, ale również wykładowców i pracowników szkoły. Nas wszystkich.

Dopiero na drugim miejscu jest nauka, rozumiana u nas przede wszystkim jako **odnajdywanie i rozwój talentów, pasji i zainteresowań każdego słuchacza**. Tak, nauka kreatywności (kreatywności można się uczyć!), ale poprzez ćwiczenie praktycznych umiejętności, zyskiwanie kompetencji. Najlepiej tych trafiających prosto do celu, a więc potrzebnych do dalszego rozwoju, ale też poszukiwanych na rynku pracy. Tego i tak powinniśmy uczyć w naszej szkole.

Nie, nie jestem zmęczony. Mimo przywalania coraz większą ilością „głupiej roboty” (raporty, sprawozdania, zalecenia, wizytacje, ekspertyzy, zestawienia, kontrole, systemy informacji, ewaluacje) i największej bolączki, czyli coraz mniejszej ilości czasu, odnajduję sens. Mam dużo satysfakcji z bycia tu na co dzień. Zarówno z pracy, jak i jej wyników. Mówię tu o naszej wspólnej pracy, jej owocach. **Mimo trudności, ograniczeń, uwąrunkowań, szkoła trwa, jest silna.** Nie tylko aktualną liczbą uczniów mierzę ten sukces, ale także karierami absolwentów. Współpracę z ważnymi i wartościowymi instytucjami. Możliwością spotykania na swojej drodze tych, których już dobrze znam oraz nowych, inspirujących osób: artystów, naukowców, dziennikarzy, reklamiarzy, technokratów, mafiaków, szaleńców bożych, zapaleńców, czasem dziwaków podobnych do mnie, a czasem innych ode mnie.

Cieszę się z tej rocznicy, z jubileuszu szkoły. **A ponieważ czuję przede wszystkim wdzięczność - dziękuję.** Dziękuję za ten wspaniały czas doświadczeń i możliwości rozwoju osobistego i zawodowego. Także doświadczeń, które sporo mnie nauczyły. Dziękuję najpierw Arturowi, że mnie tu wciągnął, zaraz potem mojej żonie, że mi na tę pracę pozwalała (a reszcie rodziny za cierpliwość), a także Małgorzacie, Mai, Dominice, Ewelinie, Ewie i Pani Ewie, Aniom i Pani Ani, Dorocie, Ksaweremu, Adamowi, Andrzejowi, Pawłowi, Panu Tomkowi i Panu Zbyszowski, także wszystkim innym współpracownikom i wykładowcom. Za wszystko. Trzymajmy się razem przynajmniej do ćwierćwiecza WSR!

Sław Wojtkowski

**MISJA:** Szeroko rozumiana edukacja ekonomiczna słuchaczy  
**MISJA BIS:** Wolni ludzie szanujący tradycję, gotowi na nowe wyzwania, budujący wolny rynek Państwem minimum  
**MIEJSCE WALKI:** WSR  
**CZAS:** 17 ciężkich rocznych rund  
**WIDOWNIA:** Kolejne roczniki słuchaczy  
**PRZECIWNIK:** media głównego „ścieku”, funkcjonariusze partyjni przebrani za dziennikarzy i rywal największy - mentalność moich Rodaków  
**MÓJ SZTAB SZKOLENIOWY:** Strategia - A. Smith, M. Freedman, A. Hayek, J. Korwin-Mikke; Praktyka - R. Regan, M. Theather, L. Balcerowicz  
**ODNOWA PSYCHICZNA:** poezja C. K. Norwida, muzyka Cz. Niemena, mecze Barce-

lony (co się z tobą ostatnio dzieje, Dumo Katalonii?)

**EFEKT 17-LETNICH ZMAGAŃ:** Kongres Nowej Prawicy - jedyna w III RP prawdziwie wolnorynkowa partia - zdobyła w ostatnich wyborach do Europarlamentu 7% głosów. Mała rzecz, a cieszy! Podwójnie cieszy także fakt, że w przedziale 18 - 25 lat partia ta wygrała te wybory. Pytanie retoryczne: do kogo należy przyszłość?

**PRZYSZŁOŚĆ:** Jeszcze długa droga przed nami, będzie ciężko - nawet bardzo. Ale jeszcze 5 lat temu słyszałem od skądinąd życzliwych mi ludzi: „Tomek, sprawa jest beznadziejna, ten program nie przejdzie... Przejdzie!”

Tomek Syrowatko



# KAMPANIE REKLAMOWE

Cokolwiek projektowaliśmy, przyświecała nam zawsze zasada: angażować do pracy młodych słuchaczy i absolwentów. Idea „Call to action” zawsze przegrywała z potrzebą zabawy i kreowania wizerunku szkoły innej niż wszystkie - odjechanej, nietuzinkowej.

Praca do późnej nocy z Arturem Żebrowskim prawie zawsze kończyła się wizytą w jakimś klubie i happeningami pantomimy albo teatru cieni. Podrywaliśmy też nieudolnie różne dziewczyny, udając artystów rzecz jasna.

Czegokolwiek byśmy nie wymyślili, jakich wyróżnień i nagród nie otrzymali, nasi ludzie i tak nie zostawiali na nas suchej nitki. Tak jest do dziś i to dobrze, bo motywuje nas to do ciągłych poszukiwań i eksperymentów.

Są oczywiście gorący zwolennicy prac Łukasza Traczyka z hasłem „Nie jest taka ciężka” i dwoma leserami nabijającymi się ze wszystkich przejawów głupoty i napuszenia. Są też zwolennicy prac Paczki Kreatywnej z rozmaitej maści robactwem rozpełzającym się po świecie reklamy.

Z Gosią Klimkiewicz planowaliśmy doprowadzić komiksy do momentu, w którym będzie z nich można złożyć kompletny informator, opowiadający o najważniejszych atutach szkoły językiem obrazkowym, utrzymanym w konwencji absurdu.

To wszystko już jednak historia. Dziś w przygotowaniu jest nowa kampania, oparta o hasło stworzone przez team dziewczyn na zajęciach Anety Siejki: „Nadaj myślom kształt”. Jeśli jednak chodzi o wizualizację, tej idealnej kreski wciąż jeszcze szukamy.



A KTO TO BYŁ TEGO CZEGOŚ AUTOREM? KUNISZEWICZ, FOT. MICHAŁ ROGALA



O, ZNOWU PSZCZÓŁKI!



Artur Waczko AAA, TO, TO WIEM. TO TA, GOSIA MONDRA PEEL TO POPEŁNIŁA.

# 5 LAT MINĘŁO JAK JEDEN DZIEŃ...

# CZYLI MINI JUBILEUSZ



INSTITUT  
MEDIÓW I NAUK  
SPOŁECZNYCH



ZAJĘCIA Z DZIENNIKARSTWA TELEWIZYJNEGO W STUDIUM POLSATU, WYKŁADOWCA PATRYK KUNISZEWICZ, FOT. MICHAŁ ROGALA

Losy absolwentów Warszawskiej Szkoły Reklamy zawsze były bliskie naszemu sercu. Dlatego po wielu latach, chcąc ułatwić im start w życie zawodowe i rozwój kariery, postanowiliśmy otworzyć w murach WSR **Institut Dziennikarstwa** (to pierwsza jego nazwa, zmieniona na obecną w ubiegłym roku) i **realizować studia licencjackie o profilu dziennikarskim**. We współpracy z Wyższą Szkołą Teologiczno-Humanistyczną w Podkowie Leśnej w październiku

2009 roku rozpoczęliśmy nowy etap edukacyjny i nowy rozdział w historii WSR.

Początkowo z „pewną taką nieśmiałością” i ciekawością tego co przyniesie przyszłość, liczyliśmy na zainteresowanie nową ofertą. Dziś śmiało możemy powiedzieć, że odnieśliśmy niemały sukces. Od 2009 roku do dnia dzisiejszego studia licencjackie podjęło u nas **296 absolwentów WSR**. Co ciekawe: o ile WSR jest szkołą „babską” (prawie 3 uczących się to kobiety), o tyle w Instytucie proporcje się wyrównują. I to, przynajmniej jak na razie, co do jednego studenta i co do jednej studentki!

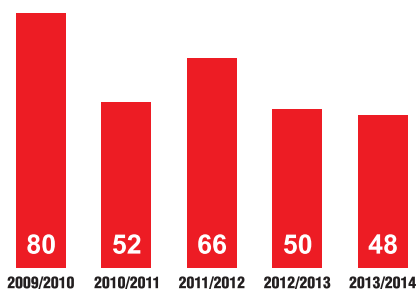
W czasie 5 lat istnienia Instytutu dumni posiadaczami dyplomu szkoły wyższej stało się **115 studentów**. Łezka w oku się kreci, kiedy kolejni studenci opuszczają progi naszej uczelni, ale to właśnie rosnąca z roku na rok liczba absolwentów jest najlepszą nagrodą za nasz trud i wkład w prowadzenie Instytutu.

Choć jesteśmy niewielką placówką, mamy dużą siłę przyciągania znanych w środowisku dziennikarskim osobistości. Do tej pory odwiedzili nasze progi i poprowadzili u nas warsztaty dziennikarskie między innymi tacy dziennikarze, jak: mistrzowie felietonu **Daniel Passent, Janusz Korwin-Mikke, Marcin Wolski**, znani reportażyści **Jacek Hugo-Bader, Lidia Ostaszewska, Marek Nowakowski** oraz specjaliści od wywiadu **Jacek Żakowski, Tomasz Raczek, Vadim Makarenko** i wielu innych.

Cieszymy się każdą osobą, która w świadomy i przemyślany sposób chce u nas kontynuować naukę. Dla wszystkich mamy przygotowany ITS (indywidualny tok studiów) biorący pod uwagę ścieżkę edukacyjną zrealizowaną w szkole reklamy.

**Dorota Szymańska**  
szefowa sekretariatu IMiNS  
[www.institutdziennikarstwa.pl](http://www.institutdziennikarstwa.pl)

## ILU STUDENTÓW PODJĘŁO NAUKĘ W IMiNS?



# WSR JAKO SZKOŁA MUZYCZNA?

Co ma wspólnego Warszawska Szkoła Reklamy z muzyką? Wbrew pozorom - sporo. Nie tylko dzięki zajęciom z reżyserii dźwięku. Przede wszystkim dzięki zainteresowaniu swoich słuchaczy i absolwentów.

Pod koniec ubiegłego wieku kończył naszą szkołę Fisz. Nie, nie ten z Marillion, ten z Kabat. Występujący pod tym pseudonimem **Bartosz Waglewski** jest kompozytorem, tekściarzem, wokalistą i instrumentalistą, członkiem zespołów **Tworzywo Sztuczne** i **Kim Nowak**. Nagrał z nimi już kilka płyt, a realizuje także projekty solowe. Od czasu do czasu występuje z rodziną (ojcem Wojciechem, tym z VooVoo i bratem Piotrem). Jego muzyka wymyka się jednoznacznym klasyfikacjom. Niektóre płyty są hip-hopowe, inne jazzujące bądź eksperymentalne. W WSR był w specjalizacji graficznej. Przez kilka lat projekt jego autorstwa był oficjalnym logo WSR.

W 2001 roku, po dwóch latach pilnej nauki w specjalizacji Strategia reklamy, skończył naszą szkołę **Piotr Blak**, dziś gitarzysta i klawiszowiec popularnej kapeli **Sorry Boys**. Zespół ma w dorobku dwie płyty, a to dopiero początek wielkiej kariery. Potwierdzają to ostatnie sukcesy, przede wszystkim nagroda dziennikarzy na Sopot TopTrendy Festiwal w konkursie Trendy 2014. Z pewnością usłyszą o nich jeszcze nie raz miłośnicy rockowego, co nieco alternatywnego grania.

Nieco później, na początku XXI wieku, uczył się w naszej szkole **Mariusz Duda**, lider prog rockowego **Riverside**. Gra w tym zespole na gitarze basowej i śpiewa, ale także komponuje i pisze teksty. W ostatnich 10 latach razem ze swoją formacją wydał pięć albumów studyjnych, z których dwa ostatnie zyskały oficjalny status złotych płyt. W 2014 roku Riverside odbyło niezwykle udane europejskie tourne. Szczególną popularnością zespół cieszy się w Wielkiej Brytanii, nie licząc Polski oczywiście. Promotorem pracy dyplomowej Mariusza Dudy był Sławomir Wojtkowski, ówczesny wykładowca strategii reklamy i reklamy prasowej w WSR.

Wśród młodszych, a więc jeszcze mniej znanych zespołów, w które inwestują swoje ar-

tystyczne talenty absolwenci Warszawskiej Szkoły Reklamy, warto wymienić **Rubber Dots** (elektryczny duet z **Anią Iwanek** z WSR w składzie), **Psycho Suzie** (zespół **Michała Dutkiewicza** piszącego aktualnie w IMiNS WSR / WSTH pracę licencjacką), **Insecure** (w którym grało aż trzech WueSeRowiczów: **Paweł Lewczuk**, **Michał Wróblewski** i **Dawid Trzeciak** aka Dejew Trzeci) oraz **Merge Conflict** (z dwoma absolwentami WSR w składzie), który zagra na Zjeździe Absolwentów.

Początki działalności warszawskiej załogi, znanej obecnie jako **Merge Conflict**, sięgają wczesnej jesieni 2012 r., kiedy Marcin Muller (gitarą), **Marcin Samociuk** (bas, absolwent WSR) i Jagoda Podskarbi (perkusja) rozpoczęli wspólne próby. Z ob-



MERGE CONFLICT, REMONT, 2014-03-26

bywających się średnio raz na tydzień jamów wyłoniły się pierwsze kompozycje, które potem staną się punktem wyjściowym do repertuaru grupy. Próby trzyosobowego składu zakończyły się w styczniu 2013 roku, kiedy do grupy dołączyli **Bartek Feruś** (gitarą, absolwent WSR) i **Azymut Łazęga** (wokal).

Zadebiutowali na festiwalu Jagórfest w grudniu 2013 roku i od tej pory regularnie koncertują, głównie na stołecznych scenach. Mają na swoim koncie wiele udanych występów, między innymi u boku takich grup jak: Chainsaw, Kruk, Scream Maker, Korpus oraz God Said No. Jak do tej pory zawsze przyjmowani dobrze przez publiczność, zwłaszcza tę **zakochaną w hardrockowym, melodyjnym, ale i ciężkim graniu**, w którym łączą się dia-

logi dwóch gitar prowadzących, podparte ciężką acz bujającą sekcją rytmiczną, oraz potężny, melodyjny wokal.

**Bartek** pytany o zespoły, które sprawiają że chwytą za wiosło, wymienia takie formacje jak: King's X, Black Sabbath, Crowbar, Alice in Chains, Karma to Burn, ale też powermetalowy Iced Earth czy progresywny Pendragon. Inspiracje **Marcina** to głównie progresywne granie spod znaku Opeth, Porcupine Tree, Anathemy czy Riverside, ale także brzmienia rodem z Seattle, z Alice In Chains na czele, oraz oczywiście trochę jeszcze bardziej oldschoolowego grania, głównie progresywnego.

Bardzo interesującym, choć z zupełnie innej półki, jest też inny wykonawca występujący na koncercie towarzyszącym II Zjazdowi Absolwentów WSR. To projekt muzyczny **Formacja Prodiż**, której współtwórcą jest wykładowca WSR, **Mateusz Stryjecki**.

Zespół powstał mniej więcej 5 lat temu, a oficjalnie zainaugurował swoją działalność 1 grudnia 2011 r. w teatrze Academia na Pradze. Celem było odgrzanie starych piosenek Mateusza (w tym tych nagranych dla Programu Drugiego Polskiego Radia), który przy okazji napisał kilka nowych. Jego utwory to „piosenki z tekstem”, które ostatnio **oscylują w klimacie bluesa i rock'n'rolla, ale pojawiają się też elementy country lub po prostu ballady poetyckiej**. W zespole, oprócz Mateusza Stryjeckiego, gra **Andrzej Tomanek** z kabaretu OT.TO (gitary, harmonijka ustna, wokal), **Przemysław Cioch** (perkusja) i **Zuzanna Lindeman** (bas).

W kontekście związków szkoły ze światem muzycznym warto wspomnieć o kilku znanych didżejach i didżejkach związanych ze szkołą oraz prężnie się rozwijającej działalności WSR na polu produkcji teledysków dla mniej i bardziej znanych wykonawców (najczęściej w kooperacji z **Fehu Film** i w reżyserii **Ani Waczko-Budzowskiej**).

[sw]



# PLENERY WARSZAWSKIEJ SZKOŁY REKLAMY



PLENER W ZAKOPANEM AD 2013. FOTO: SŁAW WOJTKOWSKI

W ciągu 20 lat działalności WSR odbyło się **około 50 mniej i bardziej licznych wyjazdów plenerowych**. Były wśród nich wyjazdy kilkunastoosobowe, ale w najbardziej popularnych brało udział grubo ponad 100 osób.

Plenery to bardzo ważne, ale też specyficzne przedsięwzięcia w życiu szkoły. Oczywiście pełnią one funkcje integracyjne i rozrywkowe, ale nigdy się do nich nie ograniczaliśmy. Przeciwnie, zawsze staraliśmy się połączyć atrakcje, luz, zabawę i czas wolny z **aspektami twórczymi i poznawczymi naszych wypraw**. Wspólne wyjazdy są zawsze szansą na przywiezienie ciekawych zdjęć, obrazów, filmów, pierwszych lub zaawansowanych, dojrzałych dzieł, które mogą wzbogacić portfolio słuchaczy.

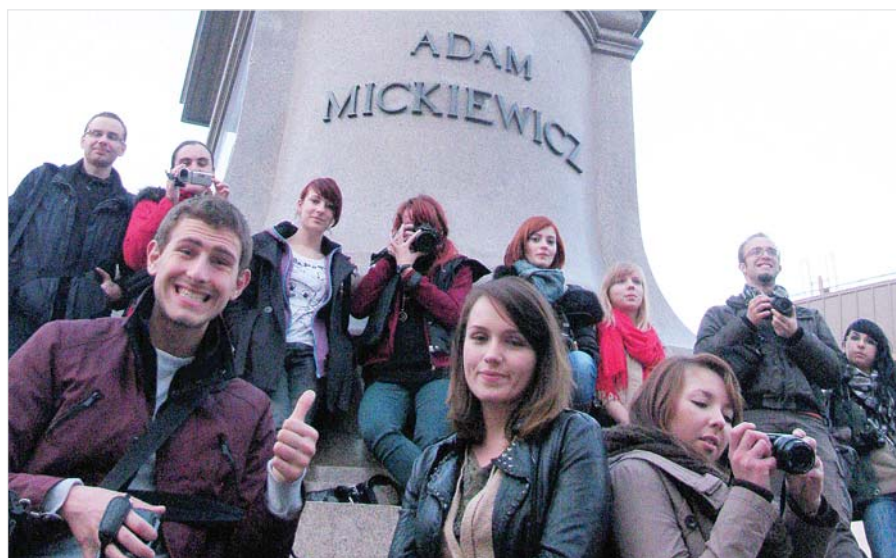
Szkoła organizuje plenery rysunkowe, malarskie, fotograficzne, filmowe, medialne oraz dziennikarskie. Zawsze staramy się wykorzystać miejsce, w którym się znaleźliśmy, jego specyfikę, charakter (lokalną kulturę, klimat, krajobraz, atrakcje).

Najczęściej jeździmy do Zakopanego. Prawdopodobnie celem połowy wszystkich szkolnych wypraw było owo **tajemnicze miasteczko pod Tatrami**. Nie można w tym miejscu nie wspomnieć, że najczęściej naszym wyrozumiałym gospodarzem jest tam **Pan Jacek Kozicki**, i to

niezależnie od tego który pensjonat prowadzi. Do szkolnych legend weszły na zawsze plenery i zimowiska w XIX-wiecznym pensjonacie Modrzejów, którego... już nie ma. (Nie z naszej winy, jakby co.) Jest na szczęście, od kilku lat będący własnością Pana Jacka, dom wczasowy **Biały Ślad** oraz sąsiadująca z nim **willa Jarowit**, z zarządzającą tym obiektem **Panią Ewą Osuchowską**. Dziękujemy Wam, nasi ulubieni zakopiańscy i polecamy się na przyszłość.

Na drugim miejscu pod względem popularności wyjazdów jest w WSR **Kazimierz Dolny nad Wisłą**. Na dalszych miejscach znajdują się Toruń, Łódź i Gdańsk. W pierwszych latach istnienia szkoły kilka plenerów odbyło się w podwarszawskiej Wildze. Zdarzyło się też dwa razy, że na plenery wyjeżdżaliśmy za granicę: do **Berlina** (w 2010 roku) i do **Lwowa** (w 2013 roku).

[sw]



PLENER WE LWOWIE AD 2013. FOTO: SŁAW WOJTKOWSKI

# SPORTOWE PRZYGODY



Czy w szkole o charakterze tak wybitnie twórczym, artystycznym wręcz, jest miejsce na sport? Oczywiście! **Sporty zimowe (narty, snowboard) były i są uprawiane przez kolejne szkolne pokolenia WueSeRowiczów** na wyjazdach organizowanych w okresie ferii zimowych (styczeń, luty). Nie są to wyprawy zbyt licznego grona osób, za to jak już ktoś się ze szkołą w góry wybierze - wybiera często aktywne formy wypoczynku.

**Podczas plenerów uprawiamy niekiedy chód (prawie) sportowy**, a także wspinaczkę (wysoko) górską. Popularne,

szczególnie dawniejszymi laty, były też rozgrywki ping-pongowe. Pod koniec lat 90. XX wieku, a także w pierwszych latach XXI wieku rozgrywano nawet na różnych wyjazdach Mistrzostwa szkoły w tenisie stołowym. Obawiam się jednak, że ich wyniki się nie zachowały.

Zdecydowanie popularniejsze były swego czasu rozgrywki piłkarskie. **Wszystko zaczęło się w 1997 roku, kiedy to na boisku Hutnika Warszawa doszło do meczu Wykładowcy kontra Słuchacze**. Pojedynek był rozgrywany w trudnych warunkach atmosferycznych. Padało, było

mokro i błotniście. W drużynie Wykładowców wystąpili m. in. Brian O'Sullivan (język angielski, na bramce), Karol Gordon (informatyka), Artur Waczko (reklama telewizyjna), Adam Śledański (promocja), Sławomir Wojtkowski (reklama prasowa). Sędziował ówczesny wykładowca dziennikarstwa i kultury słowa - Adrian Brandeburski. W regulaminowym czasie gry był remis. W dogrywce lepsi byli słuchacze. **Ostateczny wynik 6: 5 dla młodzieży** (choć wówczas większość wykładowców śmiało można by do młodzieży zaliczyć). Niektórzy wykładowcy mają jeszcze czarnego koloru koszulki z tamtego meczu. Na

NINIEJSZE WYDAWNICTWO UKAZUJE SIĘ POD REDAKCJĄ ZESPÓŁU OSÓB ZWIĄZANYCH Z WARSZAWSKĄ SZKOŁĄ REKLAMY SERCEM I DUSZĄ. JEGO SKŁAD TO (IN ALPHABETICAL ORDER): KASIA BOSZKO (GRAFIKI), AGATA GUMOŁOWSKA (RESEARCH), GRZEGORZ MIKRUT (ZDJĘCIA, FOTOMONTAŻE), ANDRZEJ SAGIN, ANETA SIEJKA (REKLAMA), DOROTA SZYMAŃSKA, ŁUKASZ TRACZYK (GRAFIKI), **ARTUR WACZKO**, SŁAWOMIR WOJTKOWSKI, ANDRZEJ ZUWAŁSKI (ART DIRECTORING, LAYOUT, ŁAMANIE). NAKŁAD (KONTROLOWANY): 1000 EGZ.



każdej namalowany był na biało numer zawodnika oraz jego nazwisko.

W kolejnych latach, przynajmniej do 2000 roku, miały miejsce **oficjalne futbolowe rozgrywki ligowe WSR**, w których brało udział zazwyczaj od 3 do 5 drużyn grających systemem „każdy z każdym”. Oprócz drużyny wykładowców wystawiały reprezentacje poszczególne grupy lub specjalizacje. Później tradycja ta zanikła, a jedynym łącznikiem między tamtymi zamierzchłymi czasami a współczesnością było luźno związane ze szkołą Koło Żywego Sportu, spotykające się już przez ponad 10 lat w środowe wieczory w GOSiR Piaseczno, w celu ćwiczenia piłki halowej. W zajęciach tych bierze udział kilkoro wykładowców, byłych wykładowców, absolwentów i aktualnych słuchaczy szkoły, ale także osoby ze szkołą nie związane.

**Tradycje futbolowe WSR odnowiono na poważnie dzięki inicjatywie słuchacza Stana Trząskiego**, który nie tylko wpadł na pomysł rozegrania meczu Wykładowcy kontra Słuchacze WSR, ale także ów mecz, przy

pomocy działu marketingu szkoły, zorganizował. Do spotkania doszło 14/05/2014 na boisku zaprzyjaźnionej Szkoły Przymierza Rodzin, mieszczącej się tuż koło siedziby WSR. Po zaciętym pojedynku **górami byli wykładowcy. Zwyciężyli 2: 1 po bramce Marka Siomy**, strzelonej w ostatniej minucie gry! Zwycięska drużyna zagrała w składzie: Sławomir Wojtkowski (dyrektor szkoły, kapitan, reklama drukowana), Artur Waczko (prezes, reklama audiowizualna), Marek Sioma (informatyka), Tomasz Patej (WF), Krzysztof Woźniak (biuro karier), Michał Słomka (studio), Jacek Lewandowski (TV Południe). Dla dwóch z nich, Artura Waczko i Sławomira Wojtkowskiego, był to **symboliczny rewanż za mecz przegrany... 17 lat wcześniej**, w 1997 roku. Słuchacze w 2014 roku reprezentowali między innymi: Piotr Mijański, Alex Rebelliou Bielicki, Artur Rachwał, Damian Obstawski, Piotr Małachowski, Gubert Hortat i Stan Trząski. Wiele osób ma nadzieję, że rozgrywane cyklicznie (raz w semestrze lub raz w roku) mecze wykładowców ze słuchaczami (a być może także dodatkowo z drużyną absolwentów) staną się nową tradycją szkoły.

Co byśmy jednak tu nie napisali, nikt znający choć trochę WSR nie ma wątpliwości, że **prawdziwym, „narodowym” sportem szkoły są - piłkarzyki!** Ich największym fanem, miłośnikiem, maniakiem właściwie, a zarazem znakomitym zawodnikiem w tej dyscyplinie jest Artur Waczko. To on jest największym propagatorem tej specyficznej aktywności psychofizycznej. W piłkarzyki grano w szkole od zawsze, zarówno na wyjazdach plenerowych, jak i w Warszawie, podczas specjalnie organizowanych wieczorów. Od wielu lat szkoła ma też swój stół, na którym można ćwiczyć i rozgrywać turnieje. Nie wszyscy wiedzą, że jest on też atrakcją dni otwartych - **kto ogry prezesa, nie płaci wpisowego!**

Prawdziwe turnieje piłkarskie, kwalifikowane jako Oficjalne Mistrzostwa Warszawskiej Szkoły Reklamy, odbywają się od 4 lat podczas plenerów jesiennych w Zakopanem. Ale to temat na osobny artykuł.

[sw]

**MOBILNY  
INFORMATOR**  
z pełną ofertą  
studiów  
w roku akad.  
2014/15

# Dobrze go mieć!



**Informator  
Matur**

# PIĘKNIEJSZA SIOSTRA WSR SZKOŁA WIZAŻU I CHARAKTERYZACJI

Warszawska Szkoła Reklamy ma niejedno oblicze. Jednym z nich, można powiedzieć tym najpiękniejszym, jest założona w 2004 roku **Szkoła Wizażu i Charakteryzacji**. SWiCh działa w oparciu o roczny autorski rozbudowany kurs wizażu, a także prowadzi krótkoterminowe kursy i szkolenia z zakresu wizażu, stylizacji fryzur, charakteryzacji i kreowania wizerunku, zarówno dla firm, jak i osób prywatnych.

Kadrę SWiCh tworzą **profesjonaliści i specjaliści z zakresu technik makijażu, stylizacji fryzur, podstaw charakteryzacji** oraz psychologii zawodu, którzy chętnie dzielą się ze słuchaczkami swoją wiedzą, ale i wieloletnim doświadczeniem. Cykliczne warsztaty z makijażu prowadzi tu od kilku lat jedna z najsłynniejszych makijażystek gwiazd polskiego show-biznesu, Pani Ewa Gil.

Program Szkoły Wizażu i Charakteryzacji został tak skonstruowany, żeby stworzyć jak największe spektrum możliwości rozwoju słuchaczkom. Dzięki rozbudowanemu programowi Warszawskiej Szkoły Reklamy **słuchaczki mają możliwość zapoznania się z tematyką powiązaną z modą i urodą, czyli: fotografią, filmem i grafiką**. Dzięki tym zajęciom kursantki mają także stały dostęp do profesjonalnego studia fotograficznego i filmowego WSR.

Istotnym elementem kształcenia w Szkole Wizażu i Charakteryzacji jest **system praktyk zawodowych**, które odbywają się przez cały czas procesu dydaktycznego. Nasze słuchaczki na bieżąco uczestniczą w profesjonalnych realizacjach telewizyjnych, filmowych, teatralnych czy korporacyjnych - początkowo asystując wykładowcom, następnie podejmując samodzielne wyzwania. Do tej pory nasze słuchaczki odbywały praktyki przy produkcji takich widowisk telewizyjnych,



FOT. GRZEGORZ MIKRUT

jak „Bitwa na głosy” w TVP2, „The Voice of Poland” w TVP2 i w „Tańcu z Gwiazdami” w TVN.

Od października 2014 r., nie zmieniając obecnych struktur Szkoły Wizażu i Charakteryzacji, poszerzamy ofertę edukacyjną WSR o nową, świeżutką specjalizację **WIZAŻ I CHARAKTERYZACJA [WIZ]**, realizowaną w dwuletnim cyklu **nauczania** we współpracy Niepublicznym Policealnym Studium Plastycznym - Warszawską Szkołą Reklamy (posiadającą uprawnienia szkoły publicznej i działającą pod egidą Ministerstwa Kultury).

W ramach tej specjalizacji słuchaczki pozyskują wiedzę z obszarów: teorii koloru, właściwości dziennego i sztucznego oświetlenia, **szeroko pojętej techniki makijażu, stylizacji i modelowania włosów, kreowania własnego wizerunku** oraz wizerunku osób publicznych, psychologii zawodu, charakteryzacji, historii

sztuki i mody. Nauczą się również **wykonania makijażu: epokowego, charakterystycznego, artystycznego, estradowego, telewizyjnego i filmowego**. Będą uczestniczyć w zajęciach z body paintingu, charakteryzacji filmowej i teatralnej oraz w warsztatach rysunkowych, malarzkich, rzeźbiarskich i fotograficznych. Oczywiście istotne będzie ćwiczenie umiejętności nowoczesnych technik komputerowych wykorzystywanych w zawodzie. Podsumowaniem toku nauki będzie **uzyskanie dyplomu Plastyka** o specjalności: Techniki scenograficzne i w specjalizacji: Charakteryzacja i wizaż.

[mb/ds]

 **SWiCH**  
Szkoła Wizażu i Charakteryzacji  
[www.wizaz.com.pl](http://www.wizaz.com.pl)

# TV

## Południe

# TV POŁUDNIE, CZYLI TELEWIZJA MŁODYCH



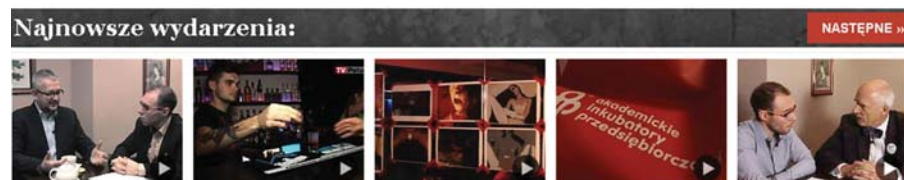
ZESPÓŁ TV POŁUDNIE Z 2012 ROKU, FOT. GRZEGORZ MIKRUT

Warszawska Szkoła Reklamy stawia na praktyczne umiejętności i tworzenie portfolio słuchaczy. Pozwala to szybko odnaleźć się na rynku pracy i rozpocząć karierę w wybranej dziedzinie. Z myślą o osobach uczących się realizacji filmowej i telewizyjnej, w 2011 roku powołano do życia TV Południe. Telewizja internetowa to doskonałe

miejsce na szlifowanie talentów i umiejętności adeptów różnych odmian sztuki filmowej, a także przedsmak przyszłej pracy. Operatorzy, realizatorzy dźwięku, montażyści, redaktorzy i wydawcy mają możliwość praktycznego wykorzystania zdobytych umiejętności i wypłynięcia na szerokie wody, pracując pod okiem profesjonalistów.

Przez ostatnie 3 lata wiele osób rozpoczynających swoją przygodę z telewizją w TV Południe znalazło między innymi dzięki tej praktyce pracę w mediach ogólnopolskich i różnych firmach branży reklamowej. Z kolei dzięki zdolnym i pełnym zapału praktykantom i stażystom telewizja szybko się rozwija. Wśród partnerów, z którymi udało się nawiązać współpracę, warto wymienić m. in. Multikino, Festiwal Miasto Gwiazd, Teatr Kamienica, wydawnictwo Perspektywy czy Urząd Dzielnicy Ursynów. Różnorodność naszych partnerów gwarantuje różnorodność zleceń, możliwość realizacji praktycznie wszystkich form i gatunków dziennikarstwa telewizyjnego, ale także zleceń komercyjnych. Działalność ta, w połączeniu z dochodami z wynajmu studia i wypożyczalni sprzętu, pozwala nam inwestować w nowoczesne urządzenia realizacyjne i montażowe.

Poza działalnością edukacyjną (praktyki, staże) i komercyjną TV Południe pomaga realizować działania promocyjne WSR i jej partnerów, będąc zapleczem produkcyjnym szkoły.



**Andrzej Sągin**  
kierownik TV Południe  
[www.tvpoludnie.pl](http://www.tvpoludnie.pl)

# POLSKIE MUZEUM REKLAMY

To projekt rodzący się w bólach, angażujący czas i niemałe środki materialne. Od początku lat dziewięćdziesiątych z mozołem kolekcjonujemy różne przejawy polskiej aktywności reklamowej. Od trzech lat aktywnie uczestniczymy w cyklu wystaw warszawskiej Nocy Muzeów, koncentrując się na ekspozycjach prezentujących polskie reklamy okresu międzywojennego.

Manifest Polskiego Muzeum Reklamy dowodzi między innymi: „...jak kiedyś, tak i dziś reklama - piękna graficznie, wyrafinowana językowo, ale i zgrzebna, anachroniczna i marna - jest świadectwem pragnień i marzeń potencjalnej klienteli. Staje się drogowskazem w pogoni za wiecznym zdrowiem, pięknem i lepszym życiem jej współczesnych”; „...reklama nie musi być głupia, kłamliwa i natrętna. Jeśli zbudujemy rzetelny fundament, wesprą się na nim pokolenia twórców i odbiorców - wzajemnie swoje role i potrzeby rozumiejąc. I uczynią z tej budzącej często negatywne dziś emocje rozkrzyżowanej formy, sztukę prawdziwą - użytkową”.

Szkoła jest tymczasową bazą wypadową dla cyklicznych, wszechświatowych? wystaw organizowanych przez PMR. Ktokolwiek wie, ktokolwiek słyszał o zbiorach, które mogłyby być zdeponowane w Muzeum proszony jest o niezwłoczne powiadomienie najbliższej delegatury tej szacownej instytucji zlokalizowanej w siedzibie WSR.

W ostatnich tygodniach pomoc i współpracę muzeum zaoferowało Muzeum Plakatu w Wilanowie za sprawą nowego szefa Mariusza Knorowskiego, którego córka na szczęście dla nas kończyła przed laty WSR i szepnęła tacie kilka ciepłych słów. Dziękujemy!



NOC MUZEÓW 2013

# Od bandytów

najpewniej zabezpiecza oświetlenie podwórza **LAMPAMI** naftowo-żarowymi.

- 1) Lampa o sile 1200 świec oświetla 5 mórg za 3 kop. godz.
- 2) " " " 750 " " 3 " 2 " "
- 3) " " " 500 " " 2 " 1 1/2 " "

Małe lampy naftowo-żarowe od 160 świec.

Wszelkie inne oświetlenia Cenniki na żądanie bezpłatnie.

**„PROMIEŃ”** Warszawa, Trębacka № 2.

Inżynier **ZYGMUNT KORYCKI.**

Od roku 1898 firma oświetliła 30 miast i miasteczek, oraz 200 majątków



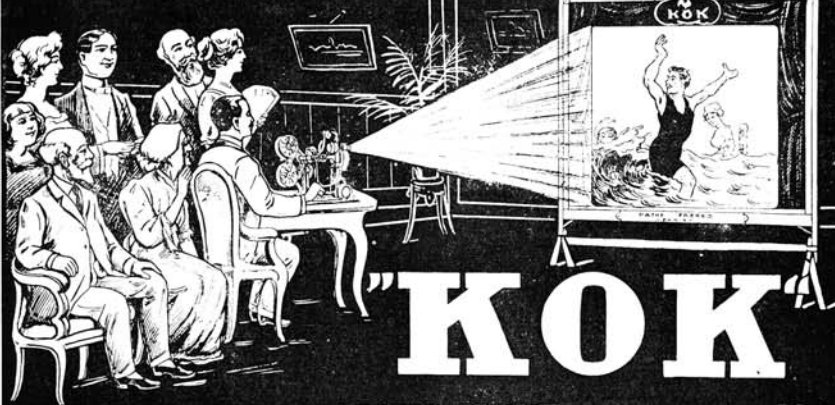
**PANOWIE!!!**

Obojętność na punkcie włosów mści się gorzko. Niema środków cudownych, za pomocą których na lysych głowach odrastają świeże włosy. A zatem: Należy pielęgnować włosy dopóki jeszcze są. Im wcześniej, tem lepiej. **Uoiągliwemu swędzeniu, łupieżowi i jego skutkom, wypadaniu włosów, jak również wczesnej siwiznie** zapobiega regularne mycie głowy.

**Wodą brzoową D-ra Drallego**

Liczne poważne zaświadczenia lekarskie i prywatne w wyrazami uznania **Od lat 25 wypróbowana.** Poważna wartość wewnętrzna, najwyższa hygiena i uskuteczność. Raz zastosowana bywa, używana stale. We wszystkich **perfumeryach, składach aptecznych i sklepach fryzjerskich, oraz aptekach.** Cena rb. 1.25 i 2.50.

## KINEMATOGRAFY

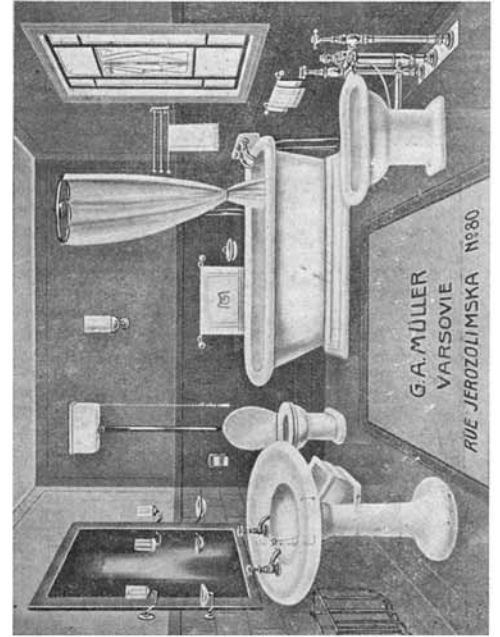


**„KOK”**

**ADAM KLIMKIEWICZ** MARSZAŃKOWSKA 139.

## Kinematograf „KOK”,

sam sobie wytwarza światło, zawsze i natychmiast gotów do użytku, niezbędny **w każdym zamożnym domu,** w każdej szkole, w domach ludowych, klubach. Cena niska, abonament filmów tani. Cenniki na żądanie.



**G. A. MÜLLER** WARSZAWA, Aleja Jeruzolimka № 80

Wielki wybór **WANIEN,** umywalk, zmywaków, angielskich i żelaznolanych emaliowanych **PIECÓW** kąpielowych, **RUR** i **FASONÓW** kanalizacyjnych i wodociągowych, oraz **ARMATUR** wszelkiego rodzaju.

## Najlepszy środek

Przeciw nudom  
JEST GRAMOFON

„Triumphon“

Marszałkowska 146.  
Nowy-Swiat 66.  
Chłodna 12.



**Aparat regulator nosów „Cello”,** patentowanej, świeżo udoskonalonej konstrukcji zmienia wszelką brzydka formę nosa (za wyjątkiem wad kości). Zakłada się na noc. W użyciu więcej niż 60,000. Prof. i królewski radca nadworny D-r med Hanc von Ek. „Pierwszeństwo Pańskiego aparatu nosowego i osiągnięte za pomocą tego dobre rezultaty skłaniają mnie do stałego polecenia takowego”. Sposób użycia załącza się. Cena rb. 2.70, z dokładnym regulatorem 5 rb., także z kauczkiem 7 rb. Aparat dostarcza się po otrzymaniu należności, za zaliczeniem 35 drożej. Zamawiajcie zaraz, dodając niedokładności nosa u ortopedysty; L. M, Bagiński, Ryga 40. Wielka Kuznieczna № 5 i Berlin W. 57.

## Każdy znawca

muzyki  
zachwyca się podwójnymi płytami

„DACAPO”

Największy repertuar

Żądać wszędzie.

