

Drodzy Piarowcy,

trudno przełknąć to, co dzieje się w polityce, chociaż wielkie zdziwienie byłoby lekką hipokryzją. Kiedy musimy oswajać się z powtarzaniem przez polityków słowa lis, można wprawdzie pomyśleć, że zmiany są nieodwracalne, ale przecież wcześniej słyszeliśmy wciąż słowo pis, a spokojnie też nie było.

Dla nas żniwa nadszły, ale czy w lepszym klimacie, jeśli dziennikarze znów wygrzebią zza pazuchy Tymochowicza, który wysłał prezydenta na leczenie?

Być może nie na leczenie, ale na nauki, czym jest piar, również ten polityczny, można by wysłać co niektórych dziennikarzy. Nauki nigdy za wiele. Może wtedy umieliby przełożyć z ichniego na nasze, co jest bulwersującego w fakcie, że straż miejska otwiera się na społeczeństwo i potrafi wygospodarować na to środki z własnego budżetu oraz namówić do współpracy agencję PR po kosztach, jeśli nie poniżej, bo w końcu czym jest 3,5 tys. zł miesięcznie na stworzenie całej koncepcji działań wizerunkowych i jej realizację. Taki oto bulwersujący fakt odkryli dziennikarze w Krakowie.

To, że wizerunek strażnika miejskiego ogółem odbiega od wzoru i że cierpią na tym obie strony, także mieszkańcy miast, którzy nie wierząc w strażników „od blokad”, nie szukają u nich pomocy w żadnym zakresie, nie stało się bynajmniej tematem newsa. Zresztą, co to za news. Znakomity jednak background do wartościowej informacji o wartości dodanej kompleksowych wizerunkowych działań zewnętrznych, które mogłyby pomóc zbudować pozytywne postrzeganie strażników miejskich. Co za ty idzie - otworzyć społeczeństwo na współpracę z nimi i stworzyć dotąd nie istniejące relacje, a także poprawić te, które nie przebiegają tak, jak powinny. Przecież PR, ten nie demonizowany, to działanie długofalowe, którego beneficjentami są obie strony - nie tylko zleceniodawca. Nie jest też laurką dla nikogo, a nawiązaniem relacji.

Od razu pojawiły się też w Krakowie pytania, dlaczego agencja zewnętrzna? Czy nie dałaby rady tego wizerunku po godzinach ukształtować np. pani Kryścia spod 11? To już jest oczywiście ironia, ale przekonanie, że kompleksowe działania może przeprowadzić pomocnik jakże uroczej, ale pewnie również mocno jak inni obłożonej pracą pani rzeczniczki świadczy o pewnym niezrozumieniu sytuacji. Przed oczami już pojawia się rozpiska w terminarzu, w której między godziną 15.45 a 16.00 zaklepane są „działania z wizerunku”, później odhaczane co miesiąc z satysfakcją. Zresztą absorbowanie pracownika zbędnymi pracami nad wizerunkiem jest chyba nie mniej bulwersujące niż zatrudnianie agencji z zewnątrz. Choć pewnie o wiele tańsze. Co z efektywnością? Często zdarza się przecież, że do spojrzenia na sytuację, wytknięcia błędów i niedociągnięć potrzebna jest osoba/firma z zewnątrz. Nie jest to zresztą odkrycie piarowców, a wszystkich tzw. miękkich dziedzin.

Więc niby po nowemu, ale raczej po staremu. Dobrze, że chociaż jesień się zbliża i będzie można trochę na nią ponarzekać dla odmiany.

Redakcja ■

Zdjęcie na okładce:
Maciej Jórdeczka



Wydawca

Prelite Sp. z o.o.
ul. Zeylanda 4/6,
60-808 Poznań

UWAGA ZMIANA ADRESU!

Redakcja

ul. Zeylanda 4/6,
60-808 Poznań
tel. (+ 48 61) 855 14 53 – 55
fax (+ 48 61) 851 99 54

Redaktor naczelna

Kinga Podraza
kinga@piar.pl

Sekretarz redakcji

Maciej Dominiak
m.dominiak@piar.pl

Rada naukowa

prof. Ryszard Ławniczak
(Akademia Ekonomiczna w Poznaniu) – szef Rady
dr Anna Adamus-Matuszyńska
(Akademia Ekonomiczna w Katowicach)
dr Ewa Hope (Politechnika Gdańska)
prof. Jerzy Olędzki (Uniwersytet Warszawski)
dr Dariusz Tworzydło,
(prof. WSliZ w Rzeszowie)
prof. Krishnamurthy Sriramesh
(University of Singapur)
dr Dejan Verčič (Pristop PR, Słowenia)
dr hab. Przemysław Deszczyński
(prof. AE w Poznaniu)
dr Waldemar Rydzak

Zespół redakcyjny

Roma Busse, Magdalena Czarnecka,
Grzegorz Kowal, Adrian Łażniewski,
Małgorzata Twardo, Anna Wojciechowska

Współpracownicy

Justyna Gaj, Wiesław Gałązka,
Szymon Koszel, Anna Miotk, Marek Skąła

Fotografia

Maciej Jórdeczka

Korekta

Sylvia Grała

Marketing i reklama

reklama01@piar.pl
reklama02@piar.pl

Skład

ORNATUS, Poznań
tel. (+48 61) 835 36 51

Druk

CGS Drukarnia Sp. z o.o.
ul. Sianowska 7, 60-431 Poznań
tel. (61) 664 75 40, fax. 662 36 81

Redakcja nie odpowiada za treść reklam i ogłoszeń oraz nie zwraca materiałów niezamówionych. Zastrzega też sobie prawo do skracania i adjustacji tekstów oraz zmiany ich tytułów.

Nakład: 5000 egz.

ISSN 1733-7488