

Drodzy Piarowcy,

dziennikarz biorący udział w IV Kongresie PR w Rzeszowie namawiał nas do większej pewności siebie, ale też rzetelności w tym co robimy. Przekonywał do chęci zgłębiania spraw, którymi się zajmujemy i próby patrzenia na dany temat oczami przedstawiciela mediów. Mimo, że są to truizmy, warto je od czasu do czasu przypomnieć. Dobrym do tego miejscem jest symboliczna „stolica PR”, którą na kilka dni staje się raz w roku Rzeszów. Jeszcze nie zdążyliśmy ochłonąć po tegorocznym kongresie, a organizatorzy już zapowiadają kolejny.

Zanim jednak spotkamy się wiosną przyszłego roku w Rzeszowie, już niebawem czekają nas nie mniej ciekawe, bardziej „wyspecjalizowane” wydarzenia. Tylko w najbliższych dniach, Piar.pl wspiera próby aktywizacji środowiska PR w samorządach (konferencja w Kraśniku) i w placówkach medycznych (Wizerunek 2005+ w Warszawie). Będziemy również towarzyszyć autorom biblii współczesnego PR – profesorom Larissie i Jamesowi Grunigom, którzy wezmą udział w 4. Międzynarodowej Konferencji Public Relations – „Introducing Market Economy Instruments and Institutions – the Role of Public Relations in Transition Economies”. Impreza ta odbędzie się w czerwcu w Poznaniu.

Tymczasem zapraszamy do lektury trzeciego numeru Piar.pl. W związku z rozpoczęciem przez niektóre partie i ich liderów nieformalnej kampanii prezydencko-parlamentarnej, postanowiliśmy bliżej przyjrzeć się naszej scenie politycznej. Dokonałiśmy analizy, jak czołowi jej aktorzy są postrzegani przez nasze media. Nie byłibyśmy piarowcami, i dziennikarzami jednocześnie, gdybyśmy nie wytknęli ich komunikacyjnych błędów. Nie chcemy być posądzeni o tendencyjność, dlatego przedstawiamy na łamach Piar.pl również opinie krytykujące (konstruktywnie rzecz jasna) drugą stronę. O złych nawykach dziennikarzy i tego konsekwencjach można przeczytać w dziale „Na pograniczu”.

Przybliżając specyfikę branży PR w innych krajach, tym razem udaliśmy się na wschód. Ukraińskie doświadczenia przedstawiamy na stronach działu „PR Świat”. W wywiadzie udzielonym Piar.pl, Mikołaj Dowgielewicz, rzecznik Komisji Europejskiej ds. Stosunków Instytucjonalnych i Strategii Komunikacji, wyjaśnia, jak można dobrze „sprzedać” Europę. Na naszych łamach tradycyjnie już pojawia się „PR Nauka” i „Barometr PR”. W „Notesie PR” – niespodzianka – tym razem wzięliśmy pod lupę dwie redakcje.

Na co dzień zapraszamy Was do odwiedzenia wortalu Piar.pl

Redakcja ■

Zdjęcie na okładce:
Maciej Jórdeczka

Wydawca

Prelite Sp. z o.o.
Web&Art Sp. z o.o.
ul. Wielka 19/7
61-775 Poznań

Redakcja

ul. Wielka 19/7
61-775 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 Tworzydo,
(prof. WSliZ w Rzeszowie)

prof. Krishnamurthy Sriramesh
(Nanyang Technological University USA/Indie)
dr Dejan Vercic (Pristop PR, Słowenia)
Arturas Jonkus (A.Jonkus&Partners, Litwa)

Zespół redakcyjny

Roma Busse
Paulina Goździewicz
Grzegorz Kowal
Maciej Makuszewski
Marysia Marciniak
Magdalena Szatkowska

Fotografia

Maciej Jórdeczka

Korespondenci zagraniczni

Dmitri Romanovski

Marketing i reklama

Katarzyna Gorzkowska
k.gorzkowska@piar.pl

Skład

TAKO
ul. św. Jakuba 7/3, Toruń
tel./fax (+48 56) 657 53 21

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.