

Mniej pijaru, więcej PR

Nowy Zarząd Polskiego Stowarzyszenia Public Relations określił główne obszary działań dla Stowarzyszenia. Wśród priorytetów znalazły się: poprawa wizerunku branży, wzmocnienie PSPR jako organizacji branżowej, zwiększenie nacisku na edukację praktyków oraz rynku w zakresie PR, a także poparte działaniami promowanie członków stowarzyszenia.

Komunikacja pełni coraz ważniejszą i odpowiedzialną funkcję w polskich przedsiębiorstwach. Branża Public Relations zмага się jednak z kryzysem wizerunkowym, wynikającym z niezrozumienia, bądź nadużywania, terminu PR dla określania nieetycznych praktyk - takich, jak propaganda, czy manipulowanie sztucznie generowanymi wpisami na forach internetowych. Działania polityczne rozmaitych opcji przez przeciwników nazywane są „pijarowymi zagrywkami”, obietnice „pijarowskim mydleniem oczu”, a podszywanie się pod nieistniejących użytkowników na forach internetowych - budowaniem wizerunku. To rykoszetem odbija się na osobach, które profesjonalnie związane są z branżą PR. Takie szkalowanie należy piętnować, sam wizerunek branży natomiast najlepiej budować przez pokazywanie dobrych praktyk i tego, czym PR w rzeczywistości jest.

Jako jeden z priorytetów dla branży, określona została także konieczność edukacji. Żyjemy w dobie przełomu informacyjnego, gdzie coraz silniejszym głosem są media społeczne, gdzie komunikacja jest - siłą rzeczy - coraz bardziej polifoniczna i coraz trudniej się odnaleźć w tym pejzażu komunikacyjnym. Rzetelna edukacja praktyków PR, oparta na teorii i poparta doświadczeniem, stanowi wyzwanie dla tych, którzy z branżą związani są najdłużej i mają w swoim dorobku projekty dla rozmaitych podmiotów. Obecnie, gdy samo studiowanie Public Relations stało się zwyczajnie modne, wyłonienie tych, którzy po latach faktycznie będą mogli nazwać się profesjonalistami, jest zadaniem karkołomnym i wymaga określenia cech pożądanых i niepożądanых w branży już teraz. Taki cel przyświeca obecnej kadencji PSPR.

Cele PSPR w latach 2011 - 2013

cele	działania
Budowanie wizerunku branży	<ul style="list-style-type: none">- poprawienie relacji z mediami- wsparcie Rady Etyki Public Relations- reagowanie na sytuacje nadużywania terminu PR, łamania Kodeksu Etyki PR- wspieranie edukacyjnych projektów
Wzmocnienie PSPR w branży	<ul style="list-style-type: none">- rozwój stowarzyszenia, poszerzenie bazy członków- projekty branżowe (konferencje, nagrody, kampanie)
Edukacja	<ul style="list-style-type: none">- stworzenie Karty Standardów Edukacyjnych- otwarcie Stowarzyszenia na projekty edukacyjne- wsparcie pracowników merytorycznych, naukowców, pomoc wydawnicza i promocyjna dla prac związanych z PR
Promowanie członków stowarzyszenia	<ul style="list-style-type: none">- dostarczanie eksperckich wypowiedzi i materiałów dla mediów

Kontakt:



Szymon Sikorski

Prezes Zarządu Polskiego Stowarzyszenia Public Relations

szymon.sikorski@polskipr.pl

GSM: +48 600968951