

# PR w mediach

W majowym raporcie wizerunkowym branży PR przygotowanym przez wortal PRoto wyodrębniono nowe tematy, którym media poświęciły w maju szczególną uwagę. Jest to m.in. temat zagranicznego PR-u politycznego, w zakres którego weszły materiały i analizy działań PR zagranicznych polityków (25 publikacji). Wyodrębniono też tematykę relacji inwestorskich, którym media poświęcają coraz więcej uwagi oraz PR-u sportu.

W maju 2008 roku ukazały się 302 publikacje związane z PR-em, to o ok. 11% mniej niż w kwietniu tego roku, ale aż o 50% więcej niż w maju roku ubiegłego.

W maju najczęściej poruszonym przez media tematem związanym z public relations był PR Polski (w zestawieniu znajdują się 82 publikacje o tej tematyce). Na drugim miejscu znalazła się tematyka PR-u politycznego ? 70 publikacji, a na trzecim ogólne zagadnienia dotyczące branży PR, którym poświęcono 51 materiałów. Osobą najczęściej cytowaną w kontekście public relations był Eryk Mistewicz. A najczęściej wspominaną w mediach agencją PR stał się ComPress.

Pełna treść raportu znajduje się na stronie [www.proto.pl/raport\\_proto](http://www.proto.pl/raport_proto). Raport na temat wizerunku branży public relations w mediach powstaje dzięki współpracy z Instytutem Monitorowania Mediów ([www.institut.com.pl](http://www.institut.com.pl)).