

Naukowa przeplatanka

Możliwość korzystania z osiągnięć innych dyscyplin nauki jest dobrodziejstwem dla każdego piarowca. Mowa jednak o możliwości czy raczej obowiązku? Na to pytanie cały czas starają się odpowiedzieć twórcy programów studiów podyplomowych z zakresu PR, a także opracowywana przez Polskie Stowarzyszenie Public Relations Karta Edukacyjna.

Kierownicy popularnych „podyplomówek” są zgodni co do tego, że interdyscyplinarność jest dla adeptów sztuki dużym wyzwaniem, które należy realizować nie po omacku, a z pomocą fachowców z pokrewnych dyscyplin. – Na taką konieczność wskazuje dziesięcioletnie doświadczenie prowadzenia studiów podyplomowych public relations. Dlatego w ich programie można znaleźć przedmioty pozornie nie mające związku z dziedziną, a w praktyce okazujące się fundamentem do zapoznania się z jej tajnikami – wyjaśnia dr Anna Adamus-Matuszyńska z AE w Krakowie. Wśród zagadnień najczęściej są wymieniane podstawy zarządzania, socjologii oraz politologii, a także elementy psychologii.



Fot. Arch

Rafał Czechowski, prezes Polskiego Stowarzyszenia Public Relations

Większość osób wskazuje bezbłędnie te dyscypliny, które są szczególnie istotne dla rozumienia i efektywnego wykorzystywania PR w praktyce. Pozostaje jednak kwestią niedomkniętą dla środowisk związanych z kształceniem w obszarze PR, jakie elementy tych nauk mają dla public relations istotne znaczenie. Przyjęte przez niektóre zagraniczne organizacje optymalne profile zawodowe w PR wskazują jednoznacznie na konieczność posiadania wiedzy z zakresu socjologii, psychologii,

teorii zarządzania, ekonomii i politologii. Organizacje te nie wskazują jednak pożądanego zakresu wiedzy z tych obszarów.

Warto zadać pytanie o zasadność dokonywania takich precyzyjnych wskazań; zwłaszcza na potrzeby kształtowania programów studiów podyplomowych, z których korzystają osoby o zróżnicowanym backgroundzie. Z jednej strony stanowiłoby to cenną wskazówkę dla wykładowców tych studiów – nie zawsze osób związanych z PR. Z drugiej niesie ze sobą ryzyko „utruty” wartości indywidualnego kształtowania programu. Rozwiązaniem może być zespołowe opracowywanie programów studiów i dyskusja nad zasadnością wprowadzania do nich poszczególnych elementów. Właśnie w ten sposób PSPR spróbuje zdefiniować pewien kanon w przygotowywanej Karcie Edukacyjnej.

Nie ma jednak dokładnej recepty na proporcje dawkowania wiedzy z tych obszarów. W tej materii bardziej pomocny wydaje się przykład z innej pokrewnej dziedziny, czyli lobbingu, przekonuje dr Małgorzata Molęda-Zdziech, kierownik Podyplomowego Studium Rzecznictwa Interesów i Procesów Decyzyjnych (Lobbing) w Collegium Civitas. Modelowo na lobbing w tradycji europejskiej składa się po 20 proc. prawa, ekonomii, dyplomacji, polityki i komunikowania. Staramy się, aby można było doszukać się analogii w programie zajęć na naszych studiach podyplomowych w Collegium Civitas – wyjaśnia. Dlatego obok prowadzenia kampanii lobbingowych można poznać na nich zasady wystąpień publicznych, zgłębić procesy ustawodawcze w Polsce, a także regulacje prawne i etyczne lobbingu na forum UE.

Nie tylko proporcje i dobór przedmiotów, ale również tematyka poruszana w ramach danej dziedziny nauki jest stosunkowo dobrowolna. Opiera się na doświadczeniach prowadzącego zajęcia i wizji całości programu szefa studium. – Przed modyfikacją programu nauczania, w naszym Studium funkcjonował system, w którym słuchacze dokonywali wyboru zajęć należących do czterech modułów tematycznych. Od roku akademickiego 2004/2005 część z nich znalazła się wśród przedmiotów obowiązkowych, chociaż możliwość wyboru indywidualnej ścieżki kształcenia w zakresie przedmiotów specjalistycznych i uzupełniających została zachowana – mówi dr Marek Kłosiński, kierownik Podyplomowego Studium Public Relations, utworzonego przed dziesięcioma laty jako wspólna inicjatywa Instytutu Filozofii i Socjologii PAN i Instytutu Stosowanych Nauk Społecznych UW, przy wsparciu Fundacji Centrum Prywatyzacji (obecnie Instytut Rozwoju Biznesu). Obok „Wstępu do PR”, do zajęć obowiązkowych należą obecnie m.in. zajęcia z zarządzania, komunikacji społecznej, komunikacji interpersonalnej oraz z prawa prasowego i autorskiego. Dr Kłosiński wyjaśnia również, że nie wyobraża sobie sytuacji, w której można by legitymować się dyplomem ukończenia tych studiów bez znajomości choćby podstaw etyki życia gospodarczego, uwzględniającej specyfikę działalności PR.

Miękkie umiejętności

Dr Włodzimierz Piotrowski nie ukrywa, że 8 godzin to zbyt mało, aby szczegółowo omówić niezbędne zagadnienia z zakresu zarządzania na studiach podyplomowych z PR w Wyższej Szkole Przedsiębiorczości i Zarządzania im. Leona Koźmińskiego w Warszawie. Stara się więc przede wszystkim nauczyć studentów szerszego spojrzenia na organizację i proces zarządzania. – Po zakończeniu zajęć studenci powinni wiedzieć, że jako piarowcy mają do zrealizowania wielkie zadania

Ciekawostka: na studiach podyplomowych z PR w Wyższej Szkole Przedsiębiorczości i Zarządzania im. Leona Koźmińskiego w Warszawie jest przedmiot „Podstawy rachunkowości zarządczej”, wykładany 8 godzin. – Chcemy wyposażyć studenta w umiejętności praktyczne – kosztorysowanie działań, tak aby mógł na przykład swobodnie operować różnymi pojęciami wielkościami w rozmowie z klientem – wyjaśnia Piotr Lignar, szef studium.

nie wpływania na klimat w organizacji. W zależności od tego, jak ludzie identyfikują się z firmą przebiegać będzie – mniej lub bardziej sprawnie – proces zarządzania – opowiada dr Piotrowski. Tłumaczy, że każdy, zarówno menedżer, jak i jego podwładny, musi poznać funkcje zarządzania, żeby korzystać z nich świadomie lub świadomie się im poddawać. – Zarządzanie to zawsze działanie dla ludzi, wśród ludzi i poprzez ludzi. Każdy ruch w organizacji ma swój kontekst społeczny i początek we wspólnym myśleniu – tego właśnie uczyć piarowców. Z mojego punktu widzenia najistotniejsze są umiejętności miękkie, choć twarde, jak zarządzanie czasem czy delegowanie uprawnień, które także znajdują się w programie – dodaje. Przedmioty interdyscyplinarne często nauczane są w pierwszej kolejności, jeszcze w semestrze zimowym. Podobnie jak treningi interpersonalne prowadzone przez psychologa-praktyka na podyplomówce na Akademii Ekonomicznej w Poznaniu. Ich termin wskazali studenci. – Mieliśmy głosy, że zajęcia są przydatne, ale powinny być usytuowane na początku programu – mówi kierownik studium dr Piotr Andrzejewski. Dlatego wśród przedmiotów komplementarnych, ale jednak obowiązkowych, znalazło się sześć godzin z zajęć praktycznych pod hasłem „Psychologiczne aspekty komunikacji społecznej”. – Piarowiec spotyka się z różnymi ludźmi, także gdy robi się już naprawdę „gorąco”, tj. w czasie kryzysu. Nie tylko wtedy, ale także na co dzień, musi umieć opanować każdą sytuację. Do tego przydatna jest znajomość mechanizmów psychologicznych. Na treningu uczy się np., jak nie dać się wpędzić w ślepią uliczkę przez grupę dziennikarzy zadających „niewygodne” pytania – opowiada dr Andrzejewski.

Z dziennikarstwem za pan brat

Z kolei w Instytucie Dziennikarstwa Uniwersytetu Warszawskiego interdyscyplinarność na studiach podyplomowych PR zaplanowanych na kolejny rok akademicki ma być w zgodzie z dotychczasowym kierunkiem kształcenia studentów na studiach dziennych. – Od zarania naszej dydaktyki w zakresie public relations, czyli od początku lat 90. wychodziliśmy z założenia, że PR jest roz-

dr Anna Adamus-Matuszyńska, AE w Katowicach

Dwa oferowane bloki podczas studiów w AE w Katowicach odbiegają od tradycyjnych tematów wykładanych na takich studiach. Są to: Podstawy gospodarki rynkowej (8 godzin) oraz Zarządzanie strategiczne (6 godzin). Dlaczego zdecydowaliśmy się na takie rozwiązanie? Studia z zakresu PR podejmowane są przez absolwentów różnych kierunków, często humanistycznych, które w znikomym sposób kształtują wiedzę o gospodarce. Trudno zrozumieć ideę relacji inwestorskich, nie rozumiejąc zasad działania współczesnej gospodarki opartej na mechanizmach rynkowych. Niewystarczająca wiedza z zakresu ekonomii może wpływać na uproszczenia w postrzeganiu związków gospodarki z polityką w stosowaniu lobbingu jako narzędzia PR. Powodem wprowadzenia drugiego przedmiotu jest sam proces budowania kampanii PR, który musi wynikać ze strategii firmy (organizacji) oraz sam w sobie być strategicznym zamierzeniem. Zrozumienie roli i znaczenia zarządzania strategicznego jest kluczowe dla skutecznego budowania programów PR.



Fot: Arch

dr Marek Kłosiński, Podyplomowe Studium Public Relations

Wprowadzamy naukę zarządzania nie tylko jako umiejętności kierowania zespołami ludzkimi, lecz także organizacjami znajdującymi się w procesie przemian, restrukturyzacji, dostosowywania się do uwarunkowań rynkowych. Tym samym staramy się spełniać standardy europejskie wskazywane przez stowarzyszenie EUPRERA, którego nasze Studium jest instytucjonalnym członkiem. Na forum międzynarodowym od kilku już lat trwa dyskusja, w jaki sposób i w jakim zakresie można dokonać standaryzacji wiedzy i umiejętności specjalistów PR w skali Europy, biorącej pod uwagę zróżnicowany kontekst społeczny i kulturowy każdego z państw.



Fot: Arch

winiętą formą komunikacji społecznej w uprzemysłowionym państwie, w którym wszystkie podmioty korzystają ze wszystkich środków przekazu – zarówno tych ogólnospołecznych i ogólnie dostępnych, adresowanych do wszystkich odbiorców, jak i mediów korporacyjnych – opowiada prof. Jerzy Olędzki z Instytutu Dziennikarska na UW. Wyjaśnia on, że dzięki takiemu podejściu Instytut kształci kadry, które będą umiały dla tych mediów pracować – jednych jako dziennikarzy, drugich jako piarowców. Ci ostatni znają także warsztat dziennikarski, a jednocześnie umieją organizować i kierować różnymi mediami korporacyjnymi.

Prof. Olędzki, podobnie jak kierownicy studiów podyplomowych PR, przekonuje, że nabyte podczas zajęć umiejętności będą przydatne w przyszłej karierze zawodowej piarowców. Zanim jednak wybiorą oni studia, często porównują nie tylko cenniki i dobór kadry, ale także programy nauczania. Czym przyszli studenci powinni się kierować przy ich ocenianiu? Jak dużą wagę przykładać do zajęć będących odpowiedzią na interdyscyplinarność public relations? Wskazówką w tym zakresie mogłyby być zalecenia minimum programowego zawartego w Karcie Edukacyjnej Polskiego Stowarzyszenia Public Relations. Tylko żeby przy jego tworzeniu nie okazało się, że możliwość korzystania z osiągnięć innych dyscyplin nauki zamiast dobrodziejstwem, stanie się przekleństwem meritum szkół podyplomowych PR, czyli public relations.

Kinga Podraza ■