# Relacje interpersonalne Proces porozumiewania się

**Adler Ronald, Rosenfeld Lawrence, Dom Wydawniczy Rebis, 2006**

Tego nie da się czytać, to się po prostu studiuje
W tej książce prawdopodobnie ani razu nie pojawia się sformułowanie Public Relations. Śmiem jednak twierdzić, po dość wnikliwej lekturze, że książkę „Relacje interpersonalne" powinien przeczytać każdy specjalista komunikowania się, który swą pracę traktuje poważniej niż tylko doraźną chałturę w oczekiwaniu na „poważny" etat.

W zasadzie to solidne, ponad 500-stronicowe tomiszcze trzech amerykańskich autorów jest zbiorem 13 gruntownych wykładów na temat komunikowania. Każdy z wykładów posiada podobną strukturę, po krótkim wprowadzeniu do tematu następuje sukcesywne rozwinięcie z przedstawieniem znaczących przykładów z praktyki, odwołaniem do badań empirycznych, przedstawieniem wniosków końcowych. Dużą zaletą jest logiczna i zwarta konstrukcja. Każdy rozdział poprzedzony jest krótką informacją zawierającą najważniejsze pojęcia wyjaśnione w rozdziale oraz obietnicą, rzetelnie zresztą dotrzymywaną, tego, co po zakończeniu lektury pozna i nauczy się czytelnik. Dodatkowo koniec każdego wykładu zawiera ćwiczenia, których zadaniem jest nie tylko sprawdzenie zdobytej wiedzy, ale również podpowiedzenie, jak ją wykorzystać w praktyce.
Książka poprzez melanż rozważań teoretycznych, badań empirycznych i obserwacji praktyki wpisuje się w specyficzną atmosferę dzieł Roberta Cialdiniego czy Elliota Aronsona. Autorzy nie unikają przy tym przykładów kontrowersyjnych, sugerując jednocześnie w każdym z wykładów obejrzenie kilku filmów szczególnie wyraźnie ilustrujących określoną tematykę. Przykładowo, omawiając potrzeby, jakie zaspokaja porozumiewanie z innymi ludźmi, zachęcają do obejrzenia filmu „Cast Away" z Tomem Hanksem i zastanowienie się, co kierowało bohaterem, który z piłki siatkowej stworzył sobie towarzysza niedoli, niejakiego Wilsona. Książka aż kipi od podobnych przykładów i zachęt do głębszej analizy nawet pozornie płytkich filmów.
Przytoczenie tytułów rozdziałów może odstręczyć mniej ambitnego czytelnika: „Procesy porozumiewania się międzyosobowego", „Dynamika relacji interpersonalnych" czy „konflikty funkcjonalne i dysfunkcjonalne" – to nie jest chyba to, co piarowe tygrysy lubią najbardziej. Jednak pod naukowym sztafażem kryje się napisana barwnym i przystępnym językiem analiza codziennych procesów komunikacyjnych: od randki, rozmowy rodzinnej, negocjacji, po sytuacje ostrego konfliktu. Autorzy nie mają ambicji rozwiązywania problemów, ale fakt, że podsuwają narzędzia do głębszej analizy, nadają wielu procesom określone nazwy czy pokazują źródła wielu krytycznych sytuacji komunikacyjnych już jest znaczącą pomocą.
Osobiście wróżę tej książce sporą przyszłość. Najważniejsze jednak, by dzieło to, dedykowane raczej studentom psychologii, odkryli piarowcy.
I na koniec trochę satanistyczna refleksja. Studiowanie książki zakończyłem 06.06.06, zauważając że jest diabelnie gruba i ciężka. Dodatkowo składa się z 13 rozdziałów, ale co najważniejsze: ta książka jest, jako podręcznik, po prostu piekielnie dobra.

**dr Jacek Trębecki**

**Uwaga! KONKURS!**
Przygotuj hasło promujące jedyny polski magazyn poświęcony PR – „Piar.pl". Dla autora najbardziej przekonywującego (według redakcji Piar.pl;) pomysłu przygotowaliśmy 1 wejściówkę na szkolenie „Marketing Perswazyjny", prowadzone przez Piotra M. Łabuza i Marcina Urbańskiego.
Wśród pozostałych osób rozlosujemy 3 DVD ze szkolenia „Marketing Perswazyjny" i 3 książki „Marketing perswazyjny. 25 niezmiennych praw skutecznej perswazji w tekstach marketingowych."
Na hasła czekamy do końca lipca br. Prosimy przesyłać je na adres redakcja@piar.pl, w temacie wpisując – „Hasło dla magazynu Piar.pl".