

Znacznie mniejsza różnica

Public relations jest przede wszystkim dziedziną wiedzy stosowany w praktyce. Jeżeli przyjmiemy umownie rok 1923 (data opublikowania przez L. Bernaysa pierwszej książki z dziedziny public relations zatytułowanej *Crystallizing Public Opinion*) za początek nowoczesnego PR, a początek lat 90-tych za początek PR w byłych krajach socjalistycznych, okazuje się, że nasze opóźnienie w stosunku do Stanów Zjednoczonych wynosi ponad 70 lat!

Powstaje wobec tego pytanie, czy badania naukowe w dziedzinie PR prowadzone w Polsce i innych byłych krajach socjalistycznych są również aż tak opóźnione w stosunku do sytuacji w USA i innych krajów? Czy naukowcy z byłych krajów socjalistycznych mają szansę wnieść nową wartość do światowych badań w dziedzinie PR? Odpowiedź na te pytania wymaga dokładnej analizy pojęcia „nauka public relations”. Należy pod nim rozumieć całościową wiedzę osiąganą za pomocą metodologii naukowej. Jej celem w dziedzinie PR jest dostarczanie dającej się zweryfikować wiedzy, która pomaga wyjaśnić, przewidzieć i zrozumieć interesujące nas zjawisko empiryczne. W powyższym rozumieniu można przyjąć, że takie początki nauki o PR już istnieją.

Największy autorytet światowy w tej dziedzinie – prof. J. Grunig – w 1992 roku stwierdził, że „jeszcze kilka lat temu badania naukowe z dziedziny public relations w Stanach Zjednoczonych nie istniały”.

Uwzględniając przy tym fakt, że to właśnie USA jest kolebką public relations, można ze zdumieniem stwierdzić, że nasze opóźnienie w badaniach sięga tylko 10 lat. Jeszcze w 1992 roku w Niemczech dyskusję na ten temat wywoływała książka Avenarius’a/Armbrecht’a zatytułowana „Czy public relations jest nauką?”.

Przeglądając światową literaturę naukową z dziedziny PR można stwierdzić, iż jednym z najczęściej cytowanych autorytetów oraz współwydawców czołowych pozycji jest obywatel jednego z byłych krajów socjalistycznych – Jugosławii (obecnie Słowenii) – dr Dejan Vercic, założyciel pierwszej słoweńskiej agencji public relations Pristop oraz wykładowca Uniwersytetu w Ljublanie. Słynny słoweński kurort – Bled – od ponad 10 lat jest centralnym światowym ośrodkiem wymiany myśli naukowej z dziedziny PR. Poza tym do listy światowych przyczynków w naukowej literaturze z dziedziny PR wpisali się także przedstawiciele Polski, Estonii, Węgier i Rosji. Wkład Vercica w literaturę światową jest dwójakiego rodzaju. Po pierwsze Dejan Vercic jest inicjatorem i współautorem dwóch badań (tzw. EBOK oraz Public Relations in Europe Project). Mają one na celu przeanalizowanie specyfiki europejskiego PR w odróżnieniu od amerykańskiego. Ponadto Słoweniec jest współinicjatorem i współautorem (wraz z Sriramesh’em) teoretycznych podstaw globalnego PR.

Oprócz wkładu Vercica, odnotować należy polski wkład (R. Ławniczak) w literaturę światową w postaci teoretycznego podejścia określonego jako „transformacyjne public relations” (transitional public relations). Koncepcja ta oparta jest o tezę, że public relations stało się bardzo przydatnym instrumentem najpierw z punktu widzenia obalenia ustroju socjalistycznego, następnie zaś narzędziem ułatwiającym i przyspieszającym transformację polityczną i gospodarczą na obszarze Europy Środkowo-Wschodniej. Żeby public relations mogło jednak pełnić taką transformacyjną „funkcję”, zachodnie strategie

Wiodący niemiecki naukowiec G. Bentele, kierownik pierwszej w Niemczech Katedry Public Relations w Lipsku, przedstawił w 1997 roku następującą systematykę badań z dziedziny public relations:

| | |
|-------|---|
| I. | Badania podstawowe, a w tym: |
| I.1. | Metabadania |
| I.2. | Historiografia PR |
| I.3. | Badania kwestii prawnych PR |
| I.4. | Badania obszaru profesji PR |
| II. | Badania stosowane, a w tym: |
| II.1. | Uniwersyteckie badania stosowane |
| II.2. | Badania stosowane jako usługa |
| II.3. | Badania stosowane w zinstytucjonalizowanych związkach |

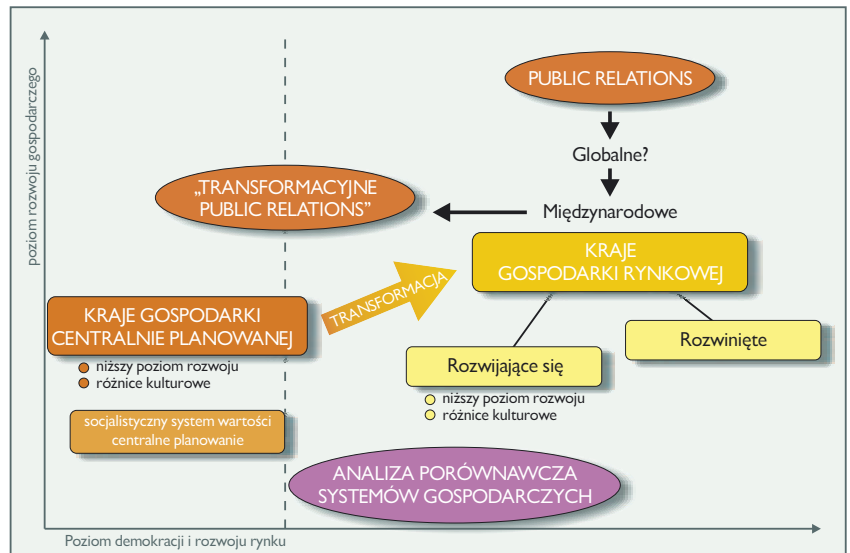
Większość podejmowanych dotychczas w Polsce badań z zakresu PR można zaklasyfikować do uniwersyteckich badań stosowanych.

i instrumenty PR muszą zostać dostosowane do naszych realiów.

Poniższy schemat ilustruje istotę tego transformacyjnego podejścia do public relations.

Estonka Kaja Tampere w swych publikacjach niemiecko- i angielskojęzycznych stara się uwypuklić wpływ transformacji społeczno – ekonomicznej w Estonii na charakter rozwijającego się szybko public relations. W swej książce pt. „Public Relations in a transition Society 1989-2002” podkreśla tzw. pedagogiczną rolę, jaką ma do odegrania public relations w społeczeństwie okresu transformacji, przygotowując je do życia w nowych warunkach.

Węgierski wkład odnotowany dotychczas w literaturze międzynarodowej to sformułowanie przez Józsefa Katus’a (aktualnie wykładającego w Leiden w Holandii) tzw. „podejścia społeczeństwa obywatelskiego”. Wg autora tej koncepcji rolą instytucji tzw. społeczeństwa obywatelskiego jest kształtowanie opinii publicznej. Z tego powodu public relations nie powinno koncentrować się głównie na wykorzystywaniu mediów w swej działalności, ale również, jak sugeruje Katus, przede wszystkim instytucji społeczeństwa obywatelskiego i ich roli w społeczeństwie.



Nowoczesne public relations pojawiło się w byłych krajach socjalistycznych wraz z procesem transformacji politycznej i gospodarczej – tzn. z początkiem lat dziewięćdziesiątych. Wydawałoby się więc, że opóźnienia w badaniach naukowych w tej dziedzinie będą podobnie – jak w praktyce PR – dużo większe. Mniejsza równica wynika z faktu, że na Zachodzie, głównie w Stanach Zjednoczonych – public relations długo było wiedzą stosowaną przede wszystkim w praktyce.

prof. Ryszard Ławniczak ■



17 czerwca, AE w Poznaniu, I zjazd katedr PR
4th PR Transitional Conference
www.prconference.pl

21 czerwca, Warszawa

**James i Larissa Grunig
 oraz nestorzy PR w Polsce**

Jubileuszowe spotkanie PSPR

DAIMLERCHRYSLER



NETO RESOLVE

iBrief.pl

press

Pian.pl

internet PR

Szczegóły i zgłoszenia na www.pspr.org.pl/10lat/