

Sandra Oliver: Public Relations stratégia

Stuart Thomson – Steve John: Public Affairs lobbizás

PR + PA – Akadémiai Kiadó,
Budapest, 2009

Több szempontból is különös könyvet tarthat a kezében az olvasó. Különös egyrészt, mert valójában két könyv jelent meg egy kiadványként. Az egyik oldalról kezdve Sandra Oliver: Public Relations stratégia, a másik oldalról kezdve Stuart Thomson és Steve John: Public Affairs lobbizás című művét.

A public relations szakma napjainkra hazánkban is polgárjogot nyert ugyan, mégis azt mondhatjuk, hogy az angolszász országokéhoz képest még gyerekcipőben jár. A public relations a szervezet jó hírének megteremtőjeként a sikeres működés előfeltétele. Csak az a szervezet tud bizalmat kialakítani maga iránt a környezetében, így csak az lehet elismert és sikeres, amelyik elkötelezetten áll a munkatársait és a társadalmat érintő kérdésekhez, az elvártnál nagyobb áldozatokat is hoz a társadalmi jólét érdekében. A szervezeti menedzsmentnek ezen a téren jelentős fejlesztési feladatai vannak. Szükség van a PR széles körű megismertetésére, a korszerű elméleti ismeretek alkalmazására, a nemzetközi és hazai gyakorlati példák széles körének elemző megismerésére.

A *Public Relations stratégia* az első magyar nyelven megjelenő, külföldi szerzők tollából származó

szakkönyv, amely stratégiai szintre emeli a public relations gyakorlatát, és hatásosan járul hozzá ahhoz a szakmai vitához, amely a PR-tevékenység szerepéről folyik. A modelleket és elméleteket összekapcsolja a PR-gyakorlattal, és annak a szervezetben betöltött irányítói kulcsszerepét bizonyítja. Bemutatja, hogy a globalizáció és az internet hogyan változtatta meg a szervezeti PR-stratégiát, az állandóan változó környezetben hogyan értelmezhető a szervezetek szerepe és státusa. Kiemelten foglalkozik a PR néhány, stratégiai fontosságú elemével, mint a hírnév, imázs, arculat, a belső kommunikáció, a vevőorientáció, a médiakapcsolatok, a morális felelősség. Sandra Oliver – számos angolszász egyetem oktatója, a Nemzetközi PR Szövetség elnöke – a művészet és tudomány besorolások közül a tudományosság mellett érvel, bemutatva a PR kutatási módszereit. A logikusan felépített fejezeteket esettanulmányokkal, majd kérdésekkel, feladatokkal zárja. Így könyve kiválóan alkalmas nem csupán a szakmabeliek ismereteinek bővítésére, újfajta szemléletmód kialakítására, de a PR hazai egyetemi oktatására is, hiszen a könyv az angolszász felsőoktatás egyik alapműve.

Stuart Thomson és Steve John könyve, a *Public Affairs lobbizás* betekintést nyújt a kormányzati, önkormányzati, közösségi kapcsolatok világába, a lobbizás gyakorlatába. Különösen hasznosak lehetnek ezek az ismeretek hazánkban, ahol a lobbitevékenység gyakran megoszlik vállalatvezetők és kommunikációs szakemberek között, ahol a magyar cégek még nem aknázzák ki kellően a modern PR, a technológia és a lobbis adta lehetőségeket. Az érdekérvényesítés szakmájának, a lobbinak a fogalmát több fejezeten keresztül értetik meg a szerzők az olvasóval, bemutatván e tevékenység kapcsolatát a PR többi területével, többek között a hírnévmenedzsmenttel, a közügymenedzsmenttel, a stakeholderekkel való kapcsolattartással. Külön fejezetben foglalkoznak a szervezetek társadalmi felelősségvállalásával, a corporate social responsibilitynek a public affairsre gyakorolt hatásával.

A kötetet neves PR-szakértők ajánlják a magyar olvasóközönség – cégvezetők, menedzserek, PR-szakemberek, oktatók és diákok – figyelmébe.

Konczosné Szombathelyi Márta
Széchenyi István Egyetem, Győr