
Uvodnik

Stanje stvari

Če bi si še tako želeli drugače, nič ne pomaga: odnosi z javnostmi so kot praksa v Sloveniji mlečnozobi z vsemi pozitivnimi in tudi negativnimi posledicami tega dejstva. Primerjali bi jih lahko tudi s hiperinteligentnim in ambicioznim najstnikom, ki s svojim znanjem posega v svet modrecev, ne more pa spremeniti dejstva, da mu manjka še kar nekaj izkušenj (let) do izstopa iz najstništva.

Odnosi z javnostmi so kot praksa v Sloveniji solidno podprti s teorijo, ki je bila ob prvih korakih v celoti uvožena, vendar taka, da je pokrivala tako klasike iz začetkov 20. stoletja kot tudi najnovejša spoznanja. Danes tujo teorijo že dopolnjujejo in nadgrajujejo tudi slovenski teoretiki s svojimi prispevki, ki so prepoznani tudi v mednarodnem okolju. Slovensko telo odnosov z javnostmi se je na svetovnem nebu pojavilo kot neke vrste "čudežni otrok", ki je upravičeno deležen pozornosti velesil tega področja. Pri čemer ne mislimo le na letos že deveti blejski simpozij o raziskovanju odnosov z javnostmi BledCom, ki je priznано največje in najuglednejše srečanje raziskovalcev in teoretikov v odnosih z javnostmi po vsem svetu. Letos smo namreč na Bledu gostili tudi četrto srečanje Global PR Alliance, mednarodnega združenja za odnose z javnostmi in organizacijsko komuniciranje, ki ga sestavljajo predsedniki nacionalnih društev za odnose z javnostmi. Slovenija vodi znotraj združenja Global PR Alliance, katerega temeljno poslanstvo je krepiti dobro prakso odnosov z javnostmi, eno najpomembnejših nalog združenja, to je vzpostavitev odnosov oziroma pretoka informacij med teoretiki in praktiki odnosov z javnostmi. Nenazadnje je pred nami tudi že šesti SKOJ, slovenska konferenca o odnosih z javnostmi, ki jo z vedno večjim zanimanjem obiskujejo tudi tujci in dosega prepoznavnost tudi izven stroke odnosov z javnostmi. Slovensko telo odnosov z javnostmi očitno izžareva nebrzdano mladeniško hiperaktivnost, prekipavanje idej, nadpovprečno sposobnost absorpcije znanja, vsega novega, pa tudi podjetniško smelost in določeno samozaverovanost. Te značilnosti se ne odražajo le v zanimanju tujcev, ampak tudi v skorajda že zastrašujočem srku, ki ga ustvarja slovenska praksa. Govorimo o srku tako imenovanih kooptiranih praktikov, ki nastaja zaradi realne potrebe gospodarskih in javnih subjektov po "piaru". Ta srk, skupaj z mitom o prodajanju megle povzroča, da v "naše vrste" prehajajo strokovnjaki z najrazličnejšimi ozadji, celo novinarji, ki se navzven in povečini sami deklarirajo za naravne sovražnike "piarovcev".

Tu pa se primerjava slovenskega stanja stvari na področju odnosov z javnostmi z mlečnozobim "čudežnim otrokom", na žalost, ne konča. Slabosti, ki so nujno vzporedne s takšnim fenomenom, spremljajo tudi naše telo odnosov z javnostmi. Če se še tako pretvarjamo, oblačimo v obleke, ki naj bi nas postarale, je najstništvo obdobje, ko znanje prehiteva izkušnje. Telo še nima izoblikovane svoje identitete, ne razume se še v celoti ter zaradi tega včasih skače v eno in drugič pač v drugo smer. Zaradi tega nas okolje ne razume in v resnici niti ne more razumeti. Ker

zaradi lastne nezrelosti še nismo zmogli okolju jasno razložiti, kaj smo in v kaj se hočemo razviti, nas to okolje na vsakem koraku poučuje o (za to okolje znanih, preverjenih in seveda popolnoma zgrešenih) razumevanjih, kaj naj bi to telo na tem svetu sploh počelo. Ker še nismo znali in utegnili razložiti, kaj odnosi z javnostmi so, nas karajo kot slabe "piarovce", pri čemer pod "PR"-om razumejo "spin doktorstvo", prikrivanje in prikrojevanje resnice, olepševanje stvari in zlorabo medijev. Naše telo odnosov z javnostmi pa se načeloma odziva s klasično pubertetniško držo: "Kaj morem, če me ne razumete!" Ko to naše telo napiše knjigo, ga okolje ne more razumeti, ker ne razume konteksta. Zato jo razume kot provokacijo, kot grafit na pročelju Univerze.

Teorije se je moč hitro naučiti. Če imaš delo, si takoj tudi praktik. Edino zrelost je v celoti neobvladljiv dejavnik, odvisen izključno od časa. Ni naključje, da svetovalci (tudi v odnosih z javnostmi) pridobivajo in ne izgubljajo z leti. In ni naključje, da je tale uvodnik v četrti vdor odnosov z javnostmi v Teorijo in prakso napisan tako, kot je.

Darinka Pek Drapal
doc. dr. Dejan Verčič
Pedja Ašanin Gole