

wartościowo), Paweł Smaga przeanalizował stopień zaangażowania banków centralnych w UE. Badanie wybranych instytucji nie potwierdziło postawionej hipotezy badawczej o większym zaangażowaniu banków centralnych strefy euro w stosunku do banków pozostałych krajów UE. Ważną cechą skonstruowanego wskaźnika było wykorzystywanie do jego obliczenia wyłącznie publicznie dostępnych informacji. Autor podkreśla, że wyższa wartość wskaźnika nie musi oznaczać większej skuteczności banków centralnych w zapewnianiu stabilności finansowej, choć z pewnością oznacza większy wysiłek na tym polu. Analiza wskaźnikowa wsparta została unikatowymi badaniami ankietowymi, w których udział wzięło 16 z 27 banków centralnych UE.

Podsumowując recenzowaną publikację, należy zatem w szczególności podkreślić nowatorstwo Autora w zakresie konstrukcji wskaźnika zaangażowania banków centralnych. Przeprowadzona w oparciu o autorski miernik analiza empiryczna stopnia zaangażowania banków centralnych UE, wsparta badaniami ankietowymi, jest niezwykle interesująca, a jej wyniki pozwoliły Autorowi na postawienie cennych wniosków aplikacyjnych. Na uznanie zasługuje także pracowitość Autora w zakresie przeglądu dotychczasowego dorobku naukowego, o czym świadczy niezwykle imponująca bibliografia.

Książka Pawła Smagi posiada liczne walory dydaktyczne, choć oprócz przekazania wiedzy, inspiruje do przemyśleń i weryfikacji opinii. O ponadprzeciętnych przymiotach recenzowanej książki stanowią aktualność i ranga podjętej tematyki, poziom naukowy prowadzonego wyводу, bogactwo cytowanej literatury oraz autorski wkład w rozwiązanie problemu badawczego. Z obowiązku recenzenckiego należy wskazać na nieliczne potknięcia językowe, które usprawiedliwiają dużą objętość pracy.

Pewnym mankamentem recenzowanej książki wydaje się niedostateczna uwaga poświęcona konkretnym programom wdrożonym w ramach niestandardowych działań banków centralnych w warunkach globalnego kryzysu finansowego. Autor skoncentrował się na przedstawieniu ogólnych założeń polityki niekonwencjonalnej oraz spodziewanych efektów jej wdrożenia, nie zagłębiając się w specyfikę rozwiązań zastosowanych w poszczególnych krajach. Niedostatek analizy w tym zakresie rekompensuje jednak usystematyzowana wiedza, jaką czytelnik czerpie z książki Pawła Smagi na temat dorobku naukowego w zakresie implikacji polityki bilansu banku centralnego, który został zestawiony w aneksach.

Publikację tę można zatem z pełnym przekonaniem zarekomendować wszystkim zainteresowanym problematyką roli banków centralnych w zapewnianiu stabilności finansowej. Czytelnik znajdzie w recenzowanej książce nie tylko skarbnicę wiedzy na temat analizowanych pojęć, lecz także będzie miał okazję zapoznać się z krytyczną autorską oceną oraz rekomendacjami Autora na temat zarówno strony instytucjonalnej, jak i praktyki stabilizowania rynków przez banki centralne.

Hanna Żywiecka

Krystyna Wojcik, *Public relations. Wiarygodny dialog z otoczeniem*, Oficyna a Wolters Kluwer business, 2013, ss. 972.

Wiek XXI jest erą informacji, erą umiejętnego komunikowania się, w którym public relations odgrywają kolosalną rolę we wszystkich najważniejszych płaszczyznach życia człowieka, począwszy od gospodarczej, a na społeczno-politycznej skończywszy, zarówno w układzie międzynarodowym, jak i w skali poszczególnych państw. W 2001 r. guru zarządzania Peter F. Drucker stwierdził, że „Globalizacja nie oznacza sprzedawania na całym świecie towarów i usług. Oznacza światowy obieg informacji. On staje się czynnikiem decydującym”. Dzisiaj nikt już nie kwestionuje, że Drucker miał rację. Co więcej, wszystko na to wskazuje, że znaczenie informacji będzie z upływem czasu nadal się zwiększać. W tej sytuacji niezwykle ważne jest rozwijanie kompleksowych badań naukowych z zakresu public relations i upowszechnianie ich wyników. Chodzi też o wypracowanie modelu komunikowania dla praktyków funkcjonujących w sferze politycznej, społecznej i gospodarczej, opartego na przekazywaniu szczerych, otwartych, aktualnych,

szczególowych i wartościowych informacji na interesujące społeczeństwo tematy, z zachowaniem dialogu i wzajemnej równoprawnej komunikacji wraz z dążeniem do poszukiwania obustronnych kompromisów.

W Polsce dla rozwoju public relations momentem przełomowym, ze zrozumiałych względów, stała się zapoczątkowana w 1989 r. transformacja ustrojowa. Wówczas to gwałtownie wzrosło również w naszym kraju znaczenie problematyki public relations, w tym przede wszystkim właśnie umiejętności wielopłaszczyznowego komunikowania się, zachodzącego w różnych relacjach: władza (wykonawcza, ustawodawcza, sądownicza różnych szczebli) a obywatel, władza – przedsiębiorstwo i instytucje, przedsiębiorstwo (krajowe, zagraniczne) – przedsiębiorstwo, firmy – klienci itp. Wielkie zasługi w upowszechnianiu i zrozumieniu istoty public relations w Polsce ma działalność naukowa i aktywność wydawnicza Profesor Krystyny Wojcik. Ostatnia jej praca *Public relations. Wiarygodny dialog z otoczeniem* (licząca 972 strony) jest imponującym ukoronowaniem dotychczasowego dorobku i w zasadzie może być tylko porównywalna z dziełem Fräsera P. Seidela, *The Practice of Public Relations*, wydanym po raz pierwszy w 1980 r. w USA i wielokrotnie wznawianym i modyfikowanym, opublikowanym także w Polsce w 2003 r. w wersji oryginalnej i przetłumaczonym na język polski. Redaktorem naukowym polskiego wydania była zresztą Profesor Wojcik.

Public relations. Wiarygodny dialog z otoczeniem składa się z czterech części, obejmujących łącznie 11 rozdziałów. Pierwsza część zatytułowana *Istota, funkcje, organizowanie działalności public relations* liczy 270 stron podzielonych na trzy rozdziały, w których podjęto problematykę zarysowaną w tytule. Część druga *Fazy przedrealizacyjne w procesie public relations* (138 stron) zawiera dwa rozdziały – *Analiza stanu wyjściowego* i *Programowanie w public relations – programy wizerunkowe oraz bieżące*. Część trzecia (najobszerniejsza – 414 stron) *Realizacja programów public relations* składa się z pięciu rozdziałów. Podjęto w niej następujące problemy: rozdział VI: *Profesjonalizm w komunikowaniu warunkiem realizacji programów public relations*, VII: *Narzędzia public relations – jak profesjonalnie kształtować, jakich błędów unikać*, VIII: *Oddziaływanie na ważniejsze części otoczenia w PR – specyfika otoczenia, celów i narzędzi*, IX: *Public relations organizacji różnego typu* i rozdział X: *Kontrola powykonawcza/faza ewaluacji w procesie public relations*. Całość zamyka część czwarta w postaci rozdziału XI: *Public relations wśród naukowych dyscyplin i badań. Krytyczny nurt w teorii public relations*. Dopelnieniem pracy jest aneks (34 strony) zawierający przykłady z praktyki public relations. Tak przyjęta struktura pracy sprawia wrażenie pewnej dysproporcji, choć należy założyć, że ma ona zamierzony charakter. Być może należałoby jednak rozdział I podzielić na dwa (pierwszy – dotychczasowe punkty 1-3, poprzedzone genezą public relations i drugi – punkty 4-5), a część czwartą wykorzystać jako rozdział trzeci, aby w ten sposób zamknąć już na tym etapie pracy część teoretyczną.

Na szczególną uwagę zasługuje zaprezentowanie w sposób nowatorski problemów dotyczących trzech z czterech stadiów procesu public relations, czyli etapu diagnozy stanu wyjściowego aż do zbudowania programu public relations włącznie. Następnie etapu programowania działalności public relations wraz z etapem ewaluacji, przy czym godne podkreślenia jest, że w pracy uzupełniono rozważania w zakresie badań efektów działalności public relations wraz z wskazaniem nowych światowych prób ewaluacyjnych z równoczesną ich krytyczną analizą. Tym samym wypełniono lukę, jaka istniała w polskiej literaturze przedmiotu w odniesieniu do różnych treści nadawanych w światowej literaturze pojęciu image oraz metod jego badania, procedury tworzenia programów oraz braku percepcji, że w praktyce public relations występują zarówno programy wizerunkowe wieloletnie, jak i *ad hoc* – jednostkowe.

Warto też podkreślić, że w *Public relations. Wiarygodny dialog z otoczeniem* w sposób kompleksowy i wysoce wyczerpujący zaprezentowano wiedzę nie tylko z problematyki *stricto* public relations, ale także z obszarów ściśle z nią związanych. W zasadzie trudno w przyszłości wyobrazić sobie, że powstanie podobna praca jednego autora z tak szerokim spektrum poruszanych problemów. A ma to niewątpliwie wymierny bezcenny walor, który trudno zazwyczaj osiągnąć w pracy zbiorowej wielu autorów – stanowi ona bowiem logiczną całość i nie ma w niej zbędnych powtórzeń. Na uwagę zasługuje też erudycja Autorki, znakomita znajomość rozpatrywanej problematyki, w tym także światowego piśmiennictwa w zakresie PR i co równie ważne – także polskiego. Nierzadko bowiem polscy autorzy (w tym nawet, a może przede wszystkim świeżo wypromowani doktorzy) mają manierę pomijania dorobku polskich naukowców.

Walorem pracy jest też aktualność i dokonanie próby udanej weryfikacji i ewaluacji dotychczasowych trendów, jakie powszechnie obowiązywały w zakresie public relations i dziedzin z nimi związanych. W pierwszym przypadku w szczególności chodzi o aktualizację rozważań o stanie teorii i paradygmatach public relations, w tym w pierwszej kolejności o tzw. krytycznym nurcie w teorii stworzonym nie tylko w środowisku naukowym *stricte* wywodzącym się z public relations, lecz także wśród przedstawicieli dyscyplin wiedzy, do których również nawiązuje się w rozważaniach teoretycznych public relations, tj. teorii zarządzania, menedżeryzmu, teorii ekonomii z koncepcją interesariuszy, teorii systemów, czy też perspektywy postmodernistycznej. W drugim przypadku skoncentrowano się na sprawdzeniu trafności dotychczasowych postaw i w przypadku ich nieadekwatności i dezaktualizacji przedstawieniu nowego alternatywnego rozwiązania, opierając się na dorobku naukowego uznanych autorytetów z poszczególnych dyscyplin. W pierwszej kolejności dotyczyło to aktualnych trendów w komunikowaniu, w tym wykorzystywaniu Internetu, manipulowaniu odbiorcą, w socjologii i politologii oraz koncepcjach biznesu.

Praca wprowadza czytelnika z jednej strony w krąg elementarnych problemów teoretyczno-pojęciowych, z drugiej zaś – zawiera szereg praktycznych wskazań i omówień poszczególnych technik oddziaływania w zakresie public relations. To ujęcie jest oryginalną koncepcją Autorki zasługującą na uznanie. *Public relations. Wiarygodny dialog z otoczeniem* wyróżnia właśnie umiejętne połączenie teorii i praktyki, z przewagą strony aplikacyjno-poradnikowej, co sprawia, że praca jest pomocna nie tylko dla wykładowców i studentów wszystkich poziomów kształcenia w zakresie public relations, lecz także dla praktyków o różnym stopniu wtajemniczenia w tajniki tej interesującej, ale jakże niełatwej problematyki. W pełni podzielam przekonanie recenzenta pracy – prof. Jana W. Wiktora, że *Public relations. Wiarygodny dialog z otoczeniem* jest pracą oryginalną i wartościową z poznawczego i dydaktycznego punktu widzenia.

Przemysław Deszczyński

Witold Wrzesień, *Krótką historia młodzieżowej subkulturowości*, Wydawnictwa Naukowe PWN, Warszawa 2013, ss. 419.

Autor *Krótkiej historii młodzieżowej subkulturowości* Witold Wrzesień jest socjologiem, pracownikiem Uniwersytetu im. Adama Mickiewicza w Poznaniu. W jego dorobku naukowym znajduje się wiele książek¹ i artykułów z zakresu socjologii rodziny i młodzieży. Co ciekawe, w młodości był On muzykiem i przebywał w różnych środowiskach subkulturowych, o czym opowiada od lat studentom na zajęciach, które prowadzi w Instytucie Socjologii. Książka ta najprawdopodobniej jest zwięźczeniem Jego zarówno naukowych, jak i pozanaukowych zainteresowań subkulturami młodzieżowymi.

Praca składa się z ośmiu rozdziałów, wstępu oraz epilogu. Na początku Autor wyjaśnia, że tytułowa subkulturowość jest dla Niego cechą i kategorią analityczną oraz że interesują Go „jej różnicowane wcielenia oraz miejsce, które zajmuje w konstruowanej przez młodzież rzeczywistości różnych czasów i przestrzeni” (s. 8). W tym miejscu ponadto esencjonalnie przybliży zawartość całej książki i formułuje kilka refleksyjnych pytań dotyczących subkultur młodzieżowych. Jedno z nich dotyczy sensu badań subkultur młodzieżowych. Autor, odpowiadając na nie, zauważa, że współcześnie są one fenomenami, które różnią się od podobnych grup istniejących w poprzednich dekadach i określa je ponowoczesnymi postsubkulturami² (s. 7). Uważa On jednak, że książka ta

¹ Do najważniejszych książek tego Autora można zaliczyć takie pozycje, jak *Europejscy poszukiwacze. Impresje na temat współczesnego pokolenia polskiej młodzieży* (WN PWN, Warszawa 2009); *Jednostka – rodzina – pokolenie. Studium relacji międzypokoleniowych w rodzinie* (WN UAM, Poznań 2003).

² Podobnego stwierdzenia użył David Muggleton w książce *Wewnątrz subkultury. Ponowoczesne znaczenie stylu*, tłum. A. Sadza, Wyd. UJ, Kraków 2004.

Copyright of Journal of Law, Economics and Sociology is the property of Faculty of Law and Administration of Adam Mickiewicz University in Poznan and its content may not be copied or emailed to multiple sites or posted to a listserv without the copyright holder's express written permission. However, users may print, download, or email articles for individual use.

Właścicielem praw autorskich do „Ruchu Prawniczego, Ekonomicznego i Socjologicznego” jest Wydział Prawa i Administracji Uniwersytetu im. Adama Mickiewicza w Poznaniu. Zawartość czasopisma nie może być kopiowana, przesyłana do innych stron internetowych bądź zamieszczana na blogach bez pisemnej zgody wydawcy. Niemniej artykuły można drukować, kopiować lub przysłać w formie elektronicznej na własny użytek.