

[Научные статьи]

Крукеберг Д., Цецура К.

*Глобальные связи с общественностью
как область теории и практики коммуникации*

ГЛОБАЛЬНЫЕ СВЯЗИ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ КАК ОБЛАСТЬ ТЕОРИИ И ПРАКТИКИ КОММУНИКАЦИИ

Крукеберг Д.

профессор, Университет Северной Каролины в Шарлотте
(Северная Каролина, США)

Цецура К.

Ph. D., Университет Оклахомы (США)

Аннотация:

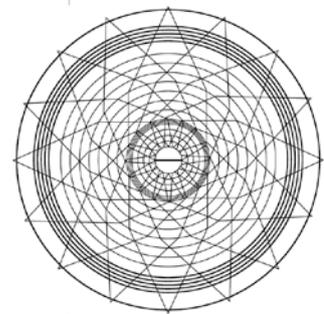
Следующее десятилетие принесет беспрецедентные вызовы глобальному обществу, включая неопределенность социальной, политической, экономической и культурной устойчивости в мире, испытывающем огромные изменения в невероятно сжатые сроки. В глобальном обществе XXI века специалистам по связям с общественностью требуются особые знания и навыки для работы в различных политических, экономических и культурных условиях, но при этом они должны оставаться приверженными универсальным профессиональным ценностям и следовать лучшим образцам практики. Специалисты в области глобальных связей с общественностью обязаны иметь технические знания и навыки, обязательные для всех представителей сферы PR, но при этом должны также иметь дополнительное образование и опыт, которые расширяют и углубляют их мировоззрение, открывая возможности лучше понимать, ценить и уважать разнообразные социальные, политические, экономические и культурные условия во всем мире. Они должны действовать стратегически - как приверженцы и распространители определенных этических норм, а также как разработчики социальной политики в разъяснении деятельности своих организаций и должны взять на себя стратегическую ответственность за оказание воздействия своих организаций на общественное восприятие в глобальном контексте. Однако даже такой базис недостаточен для ответов на беспрецедентные вызовы глобального общества. Это обязывает сообщество теоретиков и практиков в сфере глобальных связей с общественностью постоянно пересматривать роль и функции PR и базовые положения данного вида деятельности в глобальном обществе 21-го века.

Ключевые слова: связи с общественностью, стратегическая коммуникация, PR, теория коммуникации, практика коммуникации, глобализация

[Научные статьи]

Крукеберг Д., Цецура К.

*Глобальные связи с общественностью
как область теории и практики коммуникации*

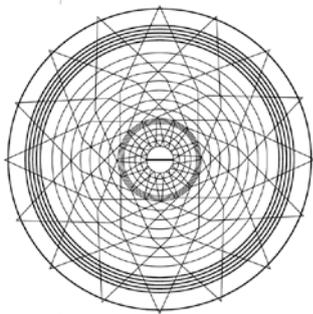


Введение

Следующее десятилетие принесет беспрецедентные вызовы глобальному обществу, включая неопределенность социальной, политической, экономической и культурной устойчивости в мире, испытывающем огромные изменения в невероятно сжатые сроки. Дин Крукеберг и другие авторы широко описали влияние коммуникационных технологий, сделав вывод, что сегодняшние быстро и хаотично развивающиеся коммуникационные технологии — это первичная промежуточная переменная, создающая глобализм, как и его лицо — мультикультурализм, вместе с сопровождающими последний напряженностью и конфликтами в глобальной среде, которая насыщена множеством критически важных проблем, жаждущих разрешения (см., напр.: [Valentini, Kruckeberg 2012; Valentini, Kruckeberg 2011; Kruckeberg, Tsetsura 2008; Kruckeberg, Vujnovic 2007]). Крукеберг также показал, что эти колоссальные изменения имеют социетальные последствия, понятые и оцененные неадекватно, не говоря уже о том, что их глубокое влияние на индивидов остается недостаточно изученным [Kruckeberg 2000]. При этом он признает, что стремление к возврату в пасторальное и изоляционистское существование похоже на попытки Кнуда Могучего сдерживать приливы¹, учитывая, что возврат в до-глобальное, до-технологическое общество невозможен, и у большинства людей нет никакого желания это делать - они с готовностью принимают выгоды и удобства современных коммуникационных технологий.

Но на самом деле мы плаваем в неизведанных водах, которые вряд ли прощают нам ошибки в навигации - цифровые или какие-либо ещё - и предполагают возможность, а то и большую вероятность непреднамеренных последствий для общества как на локальном, так и на глобальном уровне! Более десяти лет назад Дин Крукеберг и Марина Вуйнович определили широкий круг глобальных проблем, которые остаются сегодня неразрешенными, среди которых свободная торговля, быстро меняющаяся медиасреда, корпоративные мегаслияния и глобализация [Kruckeberg, Vujnovic 2003]. Позже эти авторы выделили также главные социальные проблемы XXI века, которые включают губительные, возможно, необратимые изменения в окружающей физической среде, а также рост населения, бедность, голод и войны; изменения в отношениях между правительствами, корпорациями и отдельными гражданами; напряжения между современными и традиционными обществами, включая также и напряжения внутри самих традиционных обществ, поскольку их насильственно принуждают к модернизации; глобальную классовую

¹ Кнуд Могучий или Кнуд II Великий (ок.995-1035 гг.) - легендарный король Дании, Англии и Норвегии из династии Кнутлингов. Ему приписывали способность повелевать морскими волнами, приливами и отливами. - Ред.



[Научные статьи]

Крукеберг Д., Цецура К.

*Глобальные связи с общественностью
как область теории и практики коммуникации*

стратификацию; контролирующее и направляющее воздействие технологий самих по себе [Kruckeberg 2002; Kruckeberg, Vujnovic 2015, March]. Этот список угроз также включает то, что Дин Крукеберг и Катерина Цецура определяют как современный «трайбализм» [Kruckeberg, Tsetsura 2008, March], который является протестом против современного массово медиатизированного общества, а также против национализма и секуляризма, протестом тех, кто стремится к восстановлению традиционных немедиатизированных обществ (то есть тех, кто, по иронии судьбы, пытается действовать с помощью коммуникационных технологий, доступных им в современности). Этот трайбализм появляется в глобальном масштабе у достаточно молодого населения, причем огромное количество этих молодых людей мало образованы или совсем не образованы и имеют немного перспектив для трудоустройства, которое могло бы привести их к личностной устойчивости. При этом они умеют обращаться с технологиями и имеют необходимые средства для их использования, что приводит не только к PR-проблемам у организаций, но и гражданским беспорядкам, которые сеют тревогу и которые сложно предвидеть, не говоря уже о возможности контроля или даже попытках управлять ими.

Д. Крукеберг и К. Цецура отмечают, что глобальная фрагментация, ставшая возможной с помощью коммуникационных технологий, обострила социальную аномию, опасную как в психологическом, так и социологическом смысле [Kruckeberg, Tsetsura 2008, March]. М. Вуйнович и Д. Крукеберг называют эти массивные социетальные изменения «революцией» [Vujnovic, Kruckeberg 2015], используя этот термин в прямом смысле. Авторы утверждают, что коммуникационные технологии фундаментально меняют нас как минимум в четырех измерениях:

- 1) социальном, где электронные каналы коммуникации заменяют непосредственное межличностное общение;
- 2) политическом, где властные различия сглаживаются и иногда накладываются друг на друга, а непредсказуемая сила появляется быстро из неопознанных и невидимых источников;
- 3) экономическом, где информация может показаться недорогой для передачи и получения, что приводит к информационной жадности и, как это ни парадоксально, порабощает потребителей финансово и через неумеренную трату времени;
- 4) культурном, где появляется глобальная культура не только в потребительских вкусах на товары и услуги, но также и в слиянии традиций и ценностей.

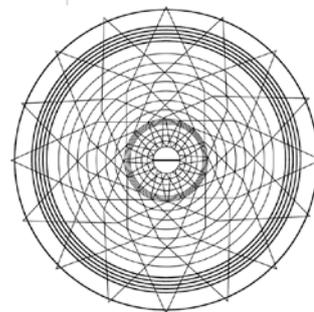
Динамика и относительность власти в глобальном обществе

Особую значимость имеет вопрос власти — социальной, политической, экономической или культурной — и потому теории и практики в области

[Научные статьи]

Крукеберг Д., Цецура К.

*Глобальные связи с общественностью
как область теории и практики коммуникации*

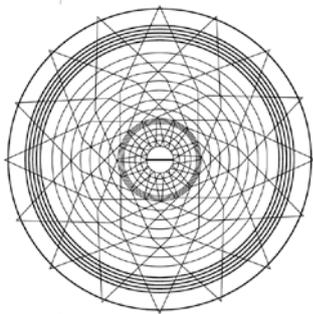


связей с общественностью обдумывают эти вызовы в современную эпоху, которую Алеш Дебеляк определил как третью глобализацию в мировой истории: корпоративный XXI век, перед которым была вторая глобализация колониального XIX века и первая глобализация имперского XVI века [Debeljak 2012].

Сегодня власть существует повсюду и в то же время нигде! Крукеберг и его соавторы замечают, что в человеческих обществах, как и в биоценозах, обладатели власти могут влиять на получателей власти [Kruckeberg, et al. 2014, October]; однако глобализация привела к различению власти и влияния между правительствами, организациями гражданского общества и корпорациями. Они также отмечают, что люди борются за власть, чтобы защищать себя и продвигать свои убеждения, ценности, традиции и идеологию, которую Джеймс Л. Прайс охарактеризовал как «убеждения, которые публично выражаются с явной целью повлиять на ориентации и действия других людей» [Price 1968: 104]. Прайс определяет власть как «способность влиять на поведение других индивидов» [Price 1968: 68], он дает еще одно определение власти: «степень, до которой индивид имеет возможность получать исполнение действий от других индивидов» [Price, 1968: 36]. Прайс подчеркивает, что власть определяется социальными условиями, в то время как контроль предполагает влияние на достижение целей, которое не включает влияние на других людей [Price, 1972].

Крукеберг и его соавторы отмечают, что традиционные стабилизирующие силы значительно ослабли, а в некоторых случаях маргинализировались из-за коммуникационных технологий, которые предлагают беспрецедентные цифровые возможности для того, чтобы бросать вызовы и побеждать традиционные институты и центры власти [Kruckeberg et al. 2014, October]. Сегодня крайне подвижные аудитории по всему миру могут формироваться в один момент, непредсказуемо и с непредвиденной силой, в ответ на готовую, недорогую и доступную информацию и мнения.

Они также утверждают, что коммуникационные технологии, с помощью которых правительственные структуры, организации гражданского общества, корпорации [Kruckeberg et al. 2014, October] и отдельные граждане могут мгновенно и недорого общаться друг с другом и в которых, как отмечают Вуйнович и Крукеберг, существует, как никогда ранее, прозрачность, бесспорно имеют огромное значение для всех этих социальных акторов в их относительной власти для формирования общественного мнения и воздействия на него [Vujnovic, Kruckeberg 2014, March]. Кьяра Валентини и Дин Крукеберг указывают, что коммуникационные барьеры сегодня стали более идеологическими, чем физическими, то есть пространство и время в них капитулировали перед Всемирной сетью, создавая резко меняющиеся социальные отношения [Valentini, Kruckeberg 2011, Spring]. Крукеберг и его соавторы отмечают, что контроль и власть, будь то правление по законам в отдельных национальных государствах или по давним культурным традициям, подвергаются вызовам и



[Научные статьи]

Крукеберг Д., Цецура К.

*Глобальные связи с общественностью
как область теории и практики коммуникации*

угрозам, в том числе от тех, кто находится за пределами всё более легко проницаемых границ этих национальных государств [Kruckeberg, et al. 2014, October]. К тому же, динамика и распределение власти и влияния друг на друга между корпорациями, организациями гражданского общества и правительственными структурами стремительно меняются, создавая критические сдвиги во взаимоотношениях между этими тремя социальными акторами. Самое важное, утверждают авторы, — это расширение прав и возможностей граждан по всему миру. Однако, эта обретенная гражданская власть может оказаться, по крайней мере отчасти, иллюзорной. И важно подчеркнуть, что коммуникационные технологии, от потребления которых столь сильно зависят люди, еще до конца не поняты и не контролируются ими [Kruckeberg et al. 2014, October]; к тому же, их изъятие и/или отказ от них привели бы к массовой беспомощности, так как социальная, политическая, экономическая и культурная инфраструктуры были построены вокруг коммуникационной технологии, а это подкрепляет утверждение Вуйнович и Крукеберга о том, что один из вероятных индикаторов революции — это невозможность индивида игнорировать ее [Vujnovic, Kruckeberg 2015].

Роль и функции глобальных связей с общественностью

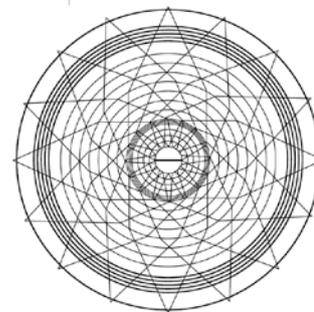
Теоретики и практики публик рилейшнз должны постоянно задаваться вопросом, соответствуют ли существующие роль и функции связей с общественностью состоянию сегодняшнего глобального общества и следует ли расширять набор PR-услуг для клиентов и общества. Практика публик рилейшнз обычно сосредоточена на организационном управлении связями с общественностью, в большинстве случаев с целью влияния на общественное мнение тех, кто имеет власть и кто рассматривается как потенциально имеющий власть, например, те, кого Джеймс Грюниг называет «активной общественностью» [Grunig 1992]. Такие роль и функции, как управление взаимоотношениями между организацией и общественностью, несомненно, останутся крайне важными.

Однако, принимая во внимание угрожающие вызовы глобального общества, а также знания, навыки и возможности, которые могут предложить теоретики и практики PR, мы утверждаем, что профессиональные стратегии должны включать в себя более широкий набор целей, вместе с более высоким уровнем теоретического и практического самоанализа, в рамках которого необходимо вести непрерывную переоценку достижений и подвергать постоянной неослабевающей критике господствующие парадигмы. Вместо того, чтобы безмятежно опираться на существующую литературу и базовые теоретические постулаты или полагаться на якобы лучшие исторически сформировавшиеся

[Научные статьи]

Крукеберг Д., Цецура К.

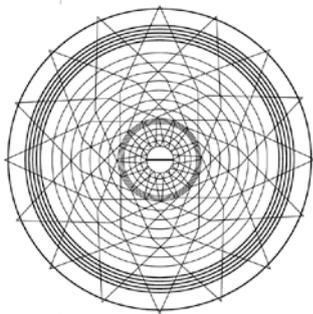
*Глобальные связи с общественностью
как область теории и практики коммуникации*



образцы паблик рилейшнз, исследователи и практики должны определять наиболее критичные и насущные проблемы в сфере связей с общественностью, которые, как мы полагаем, выходят за пределы забот конкретной организации как единицы анализа и её PR-деятельности. Крукеберг ставит под сомнение утверждение о том, что существующие теории и практики паблик рилейшнз являются достаточно эвристичными, чтобы отвечать нуждам глобального общества XXI века [Kruskeberg 2013]. Валентини и ее соавторы высказывают предположения, что связи с общественностью должны сосредоточиться на определенных социальных акторах – корпорациях, правительственных структурах и неправительственных некоммерческих организациях – и что общественные ценности и обычаи относительно ясно очерчены и согласованы; однако уже давно пора бы поставить под сомнение PR-теории XX века и теоретические основания, на которых они построены. Исследователи утверждают, что необходимо задаться вопросом о том, какие парадигмы обосновывают профессиональную практику в XX веке [Valentini, et al. 2012, April].

Мы полагаем, что теоретики и практики в сфере связей с общественностью должны в полной мере включаться в политические дискуссии, в которых предпринимаются попытки примирить культурные, идеологические и исторические напряжения в мире. Валентини и ее соавторы считают, что в перспективе парадигмальный сдвиг в сфере PR может оказаться не обязательно связанным с западными странами, и следует иметь в виду изменения, происходящие в глобальном обществе XXI века, чтобы выработать наиболее перспективные направления для PR-деятельности [Valentini, et al. 2012, April]. Томас Кун [Kuhn 1970: viii] определил парадигму как «...признанными всеми научными достижениями, которые в течение определенного времени дают модель постановки проблем и их решений научному сообществу»². Кун обнаружил, что редко, если это вообще случается, новая теория строится на уже известном, а также редко две парадигмы могут мирно сосуществовать, так как новая парадигма перестраивает предыдущую теорию и переоценивает факты [Kuhn 1970]. Когда существующие парадигмы перестают адекватно функционировать, случаются кризисы, происходят научные революции, и ученые реагируют уже на другой мир. Также важно, чтобы исследователи сферы связей с общественностью расширили границы своих теоретических разработок, вышли за пределы науки о социальной коммуникации, при этом обязательно должны быть приглашены представители других дисциплин и специальностей, чтобы помочь нам изучить вопросы о роли и функциях PR в современном глобальном обществе. Так, Вуйнович и Крукеберг вышли далеко за пределы литературы по теории социальной коммуникации и предприняли попытку исследовать биоценозы для того, чтобы создать теоретическую основу в постановке вопроса о роли связей с общественностью [Vujnovic, Kruskeberg

² Цит. по: Кун Т. Структура научных революций. М., 1975. С.11.



[Научные статьи]

Крукеберг Д., Цецура К.

*Глобальные связи с общественностью
как область теории и практики коммуникации*

2015], а Крукеберг и Валентини в этих целях рассмотрели работу «Я и Ты» философа Мартина Бубера [Kruskeberg, Valentini 2014, November]. Свой вклад в теорию и практику связей с общественностью могли бы внести представители самого широкого круга научных направлений – от истории, социологии, психологии, политологии, литературоведения и права до таких дисциплин, как искусство и естественные науки.

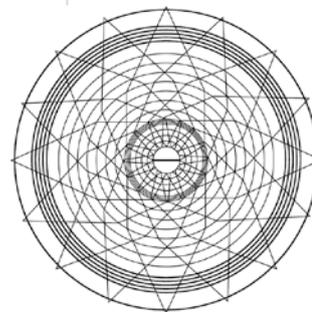
Связи с общественностью должны начинаться с теории общества

Ханно Хардт показал, что изучение массовой коммуникации должно начинаться с теории общества [Hardt 1979]. Вуйнович и Крукеберг считают, что исследование роли и функций публичных рилейшнз также должно начинаться с нормативной теории об обществе [Vujnovic, Kruskeberg 2015]. Валентини и другие настаивают на том, что парадигмы теории связей с общественностью XX века должны подвергаться сомнению и критическому анализу с рассмотрением фундаментальных предпосылок об идеальном обществе, на которых эти парадигмы были основаны [Valentini et al. 2012, April]. Теоретики должны принимать во внимание, что связи с общественностью развивались по разным причинам в разное время в разных местах и что современная практика, несмотря на усиливающуюся глобализацию в теории и ключевых практиках, создавалась и в значительной степени продолжает оставаться под влиянием культуры, идеологии и истории. Конечно, сфера PR развивалась в историческом времени, подстраиваясь под окружающий мир. По культурным, идеологическим и историческим причинам разные общества могут иметь: а) различных стейкхолдеров, у одних более влиятельных, чем у других; б) различных спикеров и создателей повестки дня, которые доминируют на аренах дискуссий; и с) различные социальные, политические, экономические и культурные контексты, которые могут либо стимулировать развитие PR, либо мешать им в достижении целей. Тогда не только окружающая культура и идеология, но и история, значительно влияют на организации и их общественность бесчисленным количеством способов, в частности, на превалирующие установки и мнения, во что верит общественность и как она, эта общественность, действует и реагирует по отношению к организации, её миссии, действиям и операциональным процедурам. Конечно, практики PR в глобальной среде должны уметь строить «гипотезы» и «теории», основываясь на чем-то гораздо большем, чем результаты простого опроса общественного мнения; скорее, практики должны контекстуализировать свои исследовательские находки исходя из базы знаний, которая включает в себя не только знания о культуре и идеологии, но также и понимание истории социальной среды.

[Научные статьи]

Крукеберг Д., Цецура К.

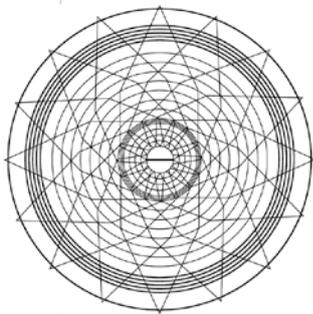
*Глобальные связи с общественностью
как область теории и практики коммуникации*



Пересмотр оснований сферы связей с общественностью, базовой литературы и практик

В последние годы заметно усилилось критическое отношение к сфере связей с общественностью, ее базовой литературе и ее современным практикам, и не только со стороны ученых из различных частей света, но также и со стороны американских исследователей PR. Альтернативные модели могут варьироваться во взглядах на пропаганду, взаимопонимание и на управление отношениями; однако они в основном сохраняют организационно-центристские единицы анализа, фокусирующиеся на отношениях организации с определенными группами общественности. Предположительно, ответственность и преданность практиков своим организациям выгодны как им самим, так и общественности, хотя эффективность PR-деятельности, как нам представляется, в общем и целом измеряется финансовыми и другими осязаемыми коэффициентами окупаемости инвестиций (Returns on Investment - ROI), которые выгодны тем, кто платит за консультации и PR-услуги. При этом мы утверждаем, что организационно-центристские единицы анализа эвристически ограничены и недостаточны.

В последние годы в изучении связей с общественностью были открыты новые, далеко идущие перспективы, представляющие собой отход от единственной или первоочередной фокусировки на отношения организации с её общественностью. Например, Вуйнович и Крукеберг утверждают, что специалисты по связям с общественностью могут и должны обладать более важной ролью и более широкой зоной ответственности: не только выстраивать и поддерживать взаимовыгодные отношения с важными стейкхолдерами, но и обеспечивать вклад организации и профессионального сообщества в развитие общества в целом [Vujnovic, Kruckeberg 2015, March]. Вуйнович и Крукеберг совместно с другими коллегами подробно описали трехмерную «органическую модель» публичных релейшнз, где каждая организация — это только часть целой социальной системы, которую практики должны иметь в виду в ее целостности (см., напр.: [Kruckeberg 2007; Kruckeberg, Vujnovic, 2010]; [Vujnovic et al. 2007]; [Kruckeberg, Vujnovic 2006, March]; [Kruckeberg, Vujnovic 2006, August]). По мнению этих исследователей, каждая организация должна нести ответственность перед *всеми* членами общества, а значит, специалисты-практики по связям с общественностью должны воспринимать свои организации не как центр со спутниками-стейкхолдерами, но как часть трёхмерной социальной системы, в которой организации сотрудничают друг с другом для поддержки общества. Другие течения научной мысли также ставят под вопрос господствующие американские парадигмы, например, Дин Крукеберг и Кеннет Старк еще в 1988 году утверждали, что фундаментальная причина, объясняющая, почему сегодня существуют связи с общественностью, это потеря коммунальных сообществ (community), потеря, которая является



[Научные статьи]

Крукеберг Д., Цецура К.

*Глобальные связи с общественностью
как область теории и практики коммуникации*

результатом появления новых средств коммуникации и передачи информации. Они полагают, что правильный подход к практике связей с коммунальным сообществом (и, соответственно, общественностью) должен появиться благодаря активным попыткам восстановить и поддерживать чувство общности, которое было потеряно в современном мире [Kruskeberg, Starck 1988].

Карл Ботан и Морин Тэйлор первыми разделили различные подходы к связям с общественностью на две категории: функциональные и «ко-креативные» (co-creative) [Botan, Taylor 2004]. Функциональный подход в центр коммуникации ставит организацию, в то время как «ко-креативный» подход имеет в виду социетальную роль сферы связей с общественностью. Второй подход в центр коммуникации ставит общественность и сосредотачивается вокруг идеи построения коммунального сообщества, развитой Д. Крукебергом и К. Старком. Важно создание отношений, а не управление отношениями, и центральным моментом становится доверие к любой коммуникации, с точки зрения «ко-креативного» подхода. Мэри Энн Фергюсон предложила идею построения отношений как центра связей с общественностью [Ferguson 1984]. Среди других недавних теоретических разработок в области PR было исследование «центральности» (centrality) связей с общественностью в создании «полнофункционального общества» (fully functional society) [Heath 2006]. «Полнофункциональное» общество — это такое общество, в котором все институты, правительственные структуры, корпорации, неправительственные некоммерческие организации имеют широкое присутствие и органично сосуществуют (см., напр.: [Heath 2006; Kruskeberg, Vujnovic 2010, June; Taylor, 2009]). При этом Цецура напоминает нам, и это важно подчеркнуть, что связи с общественностью и их функции являются социально сконструированными [Tsetsura 2011].

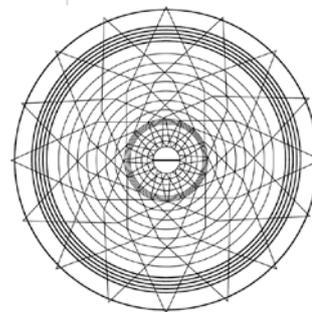
Начало глобальной дискуссии о связях с общественностью

В глобальном обществе XXI века существует потребность в специалистах в сфере связей с общественностью, у которых были бы знания и навыки для работы в различных социальных, политических, экономических и культурных средах и которые бы в то же время придерживались универсальных профессиональных ценностей и лучших образцов практики. Специалисты-практики должны уметь действовать стратегически — как приверженцы и распространители определенных этических норм, а также как разработчики социальной политики в разъяснении деятельности своих организаций, они должны взять на себя стратегическую ответственность за оказание воздействия своих организаций на общественное восприятие в глобальном контексте [Kruskeberg 2009]. При этом даже такая база недостаточна для ответа глобальному обществу на его сегодняшние беспрецедентные вызовы. Глобальному сообществу теоретиков и практиков следует провести переоценку

[Научные статьи]

Крукеберг Д., Цецура К.

*Глобальные связи с общественностью
как область теории и практики коммуникации*



роли и функций в области связи с общественностью, а также ее базовых предпосылок в рамках глобального общества XXI века, в частности:

- ответить на вопрос, являются ли существующие роль и функции публичных отношений наиболее подходящими и должны ли связи с общественностью переосмыслить свои услуги, ориентируясь как на клиентов, так и на общество в целом;
- расширить набор целей вместе с постоянной переоценкой и неослабевающими попытками критиковать господствующие теоретические парадигмы;
- определить наиболее актуальные проблемы PR-деятельности, выходящие за рамки заботы об отношениях организации с её общественностью;
- пересмотреть концепции по связям с общественностью, описанные в литературе, так же как и вытекающие из них парадигмы, на которых основана профессиональная практика XX века;
- постараться примирить культурные, идеологические и исторические различия;
- расширять наши теоретические границы за пределы науки о социальной коммуникации, приглашая представителей других дисциплин и профессий помочь с решением вопросов о роли и функциях связей с общественностью.

Давайте смело продолжим исследования в этой области.

БИБЛИОГРАФИЯ

Botan, C. H., & Taylor, M. (2004). Public relations; State of the field. *Journal of Communication*, 54(4), 645-661.

Debeljak, A. (2012). In praise of hybridity. In K. Sriramesh & D. Vercic (Eds.), 42-53, *Culture and public relations: Links and implications*. New York, NY: Routledge.

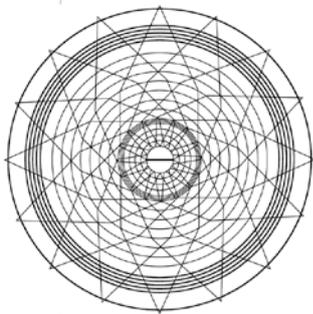
Ferguson, M. A. (1984, August). *Building theory in public relations: Interorganizational relationships as public relations paradigm*. Paper presented to the annual conference of the Association for Education in Journalism and Mass Communication. Gainesville, FL.

Grunig, J. E. (1992). Communication, public relations, and effective organizations: An overview of the book. In J. E. Grunig (Ed.), *Excellence in public relations and communication management* (pp. 1-28). Hillsdale, NJ: Lawrence Erlbaum Associates.

Hardt, H. (1979). *Social theories of the press*. Beverly Hills, CA: Sage Publications.

Heath, R. L. (2006). Onward into more fog: Thoughts on public relations' research directions. *Journal of Public Relations Research*, 18(2), 93-114.

Kruckeberg, D. (2013). Interview by *The international public relations yearbook of Iran*. Tehran: Kavoshgaran (Researchers) Public Relations.



[Научные статьи]

Крукеберг Д., Цецура К.

*Глобальные связи с общественностью
как область теории и практики коммуникации*

Kruckeberg, D. (2009). The Center for Global Public Relations. Charlotte, NC: The University of North Carolina at Charlotte.

Kruckeberg, D. (2007). An “organic model” of public relations: The role of public relations for governments, civil society organizations (CSOs) and corporations in developing and guiding social and cultural policy to build and maintain community in 21st-Century civil society. In the Administration of Ulan-Ude Committee of Social Politics (Ed.), *Municipal social politics and the publics: Realities and perspectives: Materials of the International/Scientific Conference*, (pp. 17-25). Ulan-Ude, Buryatia: Publishing House of Buryatia Scientific Center of Russian Academy of Science.

Kruckeberg, D. (2002). Global advertising and public relations. In Y. R. Kamalipour (Ed.), *Global communication* (pp. 88-206). Belmont, CA. Wadsworth/Thompson Learning.

Kruckeberg, D. (2000). Public relations: Toward a global professionalism. In J. A. Ledingham & S. D. Bruning (Eds.), *Public relations as relationship management: A relational approach to the study and practice of public relations* (pp. 145-157). Mahwah, NJ: Lawrence Erlbaum Associates.

Kruckeberg, D., Creedon, P., Gorpe, S., & Al-Khajha, M. (2014, October). The dynamics of power and influence among corporations, civil society organizations and governments: Ramifications of the changing social, political, economic and cultural dimensions of global society in an era of transparency through digital communication. Paper presented at the Fourth Conference of the Yarmouk University Faculty of Communication in cooperation with the Arab-U.S. Association for Communication Educators, Irbid, Jordan.

Kruckeberg, D., & Starck, K. (1988). *Public relations and community: A reconstructed theory*. New York: Praeger.

Kruckeberg, D., & Tsetsura, K. (2008, March). The “Chicago School” in the global community: Concept explication for communication theories and practices. *Asian Communication Research*, 3, 9-30.

Kruckeberg, D., & Valentini, C. (2014, November). Conceptualization of community and community-building in a globalized world. Paper presented at the 100th Annual Convention of the National Communication Association, Chicago, IL.

Kruckeberg, D., & Vujnovic, M. (2010, June). *An “organic model” of public relations*. Paper presented at the International Communication Association pre-conference session, “Global Strategic Thinking—Managing public Relations in a 21st Century global Society,” Singapore.

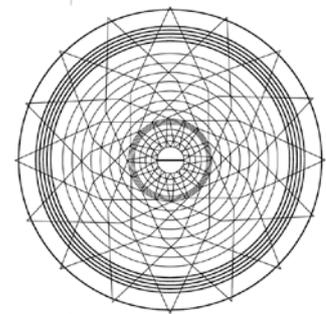
Kruckeberg, D., & Vujnovic, M. (2007). Global advertising and public relations. In Y. R. Kamalipour (Ed.), *Global communication* (pp. 271-292). Belmont, CA: Thomson Wadsworth, 2007.

Kruckeberg, D., & Vujnovic, M. (2006, August). Corporate social responsibility within an organic model of public relations: A normative theory of transparency. Paper presented at the 89th annual conference of the Association for Education in Journalism and Mass Communication, San Francisco, CA.

[Научные статьи]

Крукеберг Д., Цецура К.

*Глобальные связи с общественностью
как область теории и практики коммуникации*



Kruckeberg, D., & Vujnovic, M. (2006, March). Toward an “organic model” of public relations in public diplomacy. Paper presented at the 9th Annual International Public Relations Research Conference, Miami, FL.

Kruckeberg, D., & Vujnovic, M. (2003, May). Linking global capitalism with new forms of democracy: Opportunities in community building. Paper presented in the program, *Is Free Enterprise a Prerequisite for Public Relations: Reflection on the Writings of Hernando DeSoto*, at the 53rd Annual Conference of the International Communication Association, San Diego, CA.

Kuhn, T. S. (1970). *The structure of scientific revolutions*. Chicago: The University of Chicago Press.

Price, J. L. (1972). *Handbook of organizational measurement*. Lexington, MA: D. C. Heath and Company.

Price, J. L. (1968). *Organizational effectiveness: An inventory of propositions*. Homewood, IL: Richard D. Irwin, Inc.

Taylor, M.(2009). Civil society as a rhetorical public relations process. In R. Heath, E. L. Toth, & D. Waymer (Eds.), *Rhetorical and critical approaches to public relations II* (pp. 76-91). Hillsdale, NJ: Lawrence Erlbaum Associates

Tsetsura, K.(2011). Is public relations a real job? How female practitioners construct the profession. *Journal of Public Relations Research*, 23(1), 1-23.

Valentini, C., & Kruckeberg, D. (2012). “Iran’s Twitter Revolution” from a publics (sic) relations standpoint. In A. M. George & C. B. Pratt (Eds.), *Case studies in crisis communication: International perspectives on hits and misses* (pp. 383-402). London: Routledge.

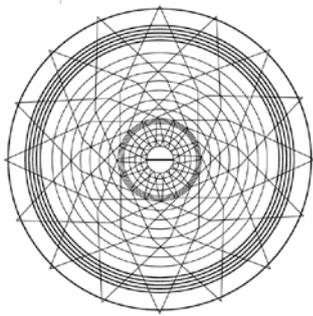
Valentini, C., & Kruckeberg, D. (2011, Spring). Public relations and trust in contemporary global society: A Luhmannian perspective of the role of public relations enhancing trust among social systems. *Central European Journal of Communication*, 4(1), 91-107.

Valentini, C., Kruckeberg, D., & Starck, K. (2012, April). *Ivanna meets Thomas Kuhn: Shifting paradigms in public relations*. Paper presented at the Second Annual Global Research Conference, Center for Global Public Relations, University of North Carolina at Charlotte, Charlotte, NC.

Vujnovic, M., & Kruckeberg, D. (2015). Conceptualization, examination, and recommendations for a normative model of community-building for organizations managing change using new media. In E-J. Ki, J-N. Kim, & J. Ledingham, (Eds.). *Public relations as relationship management: A relational approach to the study and practice of public relations* (2nd Edition). New York: Routledge.

Vujnovic, M., & Kruckeberg, D. (2015, March). In the bind between theory and practice: Public Relations and Ethics of neoliberal global capitalism. Paper presented at The 17th Annual International Public Relations Research Conference, Miami, FL.

Vujnovic, M., & Kruckeberg, D. (2014, March). A “meta-strategy” based on an examination of “transparency,” pseudo-transparency,” “authenticity” and “trust”. Paper presented at the 16th International Public Relations Research Conference, Miami, FL.



[Научные статьи]

Крукеберг Д., Цецура К.

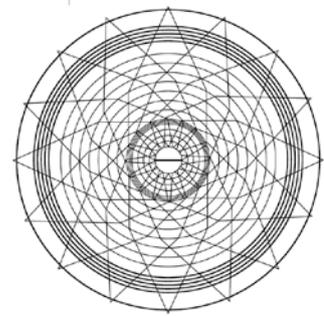
*Глобальные связи с общественностью
как область теории и практики коммуникации*

Vujnovic, M., Kumar, A., & Kruckeberg, D. (2007, March). An “organic theory” as a social theory of public relations: A case study from India. Paper presented at the 10th Annual International Public Relations Research Conference, Miami, FL.

[Научные статьи]

Крукеберг Д., Цецура К.

*Глобальные связи с общественностью
как область теории и практики коммуникации*



GLOBAL PUBLIC RELATIONS AS A SUBFIELD IN THE THEORY AND PRACTICE OF COMMUNICATION

Kruckeberg D.

professor, The University of North Carolina at Charlotte
(USA)

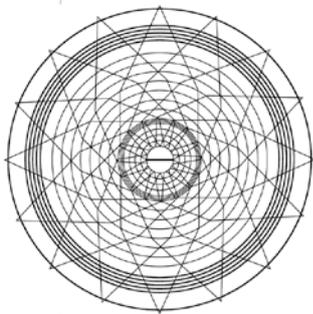
Tsetsura K.

Ph.D, USA, University of Oklahoma (USA)

Abstract:

The next decade will bring unprecedented challenges to global society, including the uncertainties of social, political, economic and cultural sustainability in a world that is experiencing tremendous changes within an incredibly compressed timeframe. The need exists within 21st Century global society for specialists who have particular knowledge and skills to practice public relations in a range of social, political, economic and cultural environments, while adhering to universal professional values and best practices. Specialists in global public relations must have the technical knowledge and skills required of all practitioners, but must have additional education and experience that increase the breadth and depth of their worldview to enable them to better understand, appreciate and respect the range of social, political, economic and cultural environments worldwide. They must perform strategically as interpreters, ethicists and social policy makers in guiding organizational behavior and must take strategic responsibility for influencing and reconciling public perceptions of their organizations within a global context. However, even this foundation is insufficient to address the unprecedented challenges to global society. It behooves the global public relations scholarly and practitioner community to continually re-examine the role and function of public relations and its base assumptions in a 21st Century global society.

Keywords: public relations, global society, strategic communications, theory of communication, practice of communication



[Научные статьи]

Крукеберг Д., Цецура К.

*Глобальные связи с общественностью
как область теории и практики коммуникации*

REFERENCES

Botan, C. H., & Taylor, M. (2004). Public relations; State of the field. *Journal of Communication*, 54(4), 645-661.

Debeljak, A. (2012). In praise of hybridity. In K. Sriramesh & D. Vercic (Eds.), 42-53, *Culture and public relations: Links and implications*. New York, NY: Routledge.

Ferguson, M. A. (1984, August). *Building theory in public relations: Interorganizational relationships as public relations paradigm*. Paper presented to the annual conference of the Association for Education in Journalism and Mass Communication. Gainesville, FL.

Grunig, J. E. (1992). Communication, public relations, and effective organizations: An overview of the book. In J. E. Grunig (Ed.), *Excellence in public relations and communication management* (pp. 1-28). Hillsdale, NJ: Lawrence Erlbaum Associates.

Hardt, H. (1979). *Social theories of the press*. Beverly Hills, CA: Sage Publications.

Heath, R. L. (2006). Onward into more fog: Thoughts on public relations' research directions. *Journal of Public Relations Research*, 18(2), 93-114.

Kruckeberg, D. (2013). Interview by *The international public relations yearbook of Iran*. Tehran: Kavoshgaran (Researchers) Public Relations.

Kruckeberg, D. (2009). The Center for Global Public Relations. Charlotte, NC: The University of North Carolina at Charlotte.

Kruckeberg, D. (2007). An "organic model" of public relations: The role of public relations for governments, civil society organizations (CSOs) and corporations in developing and guiding social and cultural policy to build and maintain community in 21st-Century civil society. In the Administration of Ulan-Ude Committee of Social Politics (Ed.), *Municipal social politics and the publics: Realities and perspectives: Materials of the International/Scientific Conference*, (pp. 17-25). Ulan-Ude, Buryatia: Publishing House of Buryatia Scientific Center of Russian Academy of Science.

Kruckeberg, D. (2002). Global advertising and public relations. In Y. R. Kamalipour (Ed.), *Global communication* (pp. 88-206). Belmont, CA: Wadsworth/Thompson Learning.

Kruckeberg, D. (2000). Public relations: Toward a global professionalism. In J. A. Ledingham & S. D. Bruning (Eds.), *Public relations as relationship management: A relational approach to the study and practice of public relations* (pp. 145-157). Mahwah, NJ: Lawrence Erlbaum Associates.

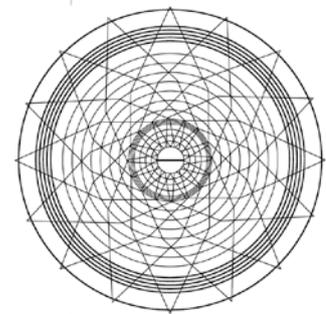
Kruckeberg, D., Creedon, P., Gorpe, S., & Al-Khajha, M. (2014, October). The dynamics of power and influence among corporations, civil society organizations and governments: Ramifications of the changing social, political, economic and cultural dimensions of global society in an era of transparency through digital communication. Paper presented at the Fourth Conference of the Yarmouk University Faculty of Communication in cooperation with the Arab-U.S. Association for Communication Educators, Irbid, Jordan.

Kruckeberg, D., & Starck, K. (1988). *Public relations and community: A reconstructed theory*. New York: Praeger.

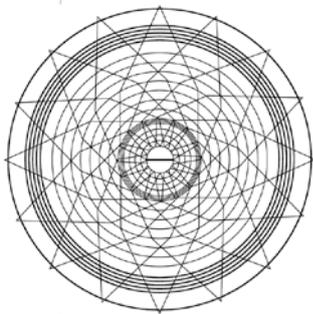
[Научные статьи]

Крукеберг Д., Цецура К.

*Глобальные связи с общественностью
как область теории и практики коммуникации*



- Kruckeberg, D., & Tsetsura, K. (2008, March). The “Chicago School” in the global community: Concept explication for communication theories and practices. *Asian Communication Research*, 3, 9-30.
- Kruckeberg, D., & Valentini, C. (2014, November). Conceptualization of community and community-building in a globalized world. Paper presented at the 100th Annual Convention of the National Communication Association, Chicago, IL.
- Kruckeberg, D., & Vujnovic, M. (2010, June). *An “organic model” of public relations*. Paper presented at the International Communication Association pre-conference session, “Global Strategic Thinking—Managing public Relations in a 21st Century global Society,” Singapore.
- Kruckeberg, D., & Vujnovic, M. (2007). Global advertising and public relations. In Y. R. Kamalipour (Ed.), *Global communication* (pp. 271-292). Belmont, CA: Thomson Wadsworth, 2007.
- Kruckeberg, D., & Vujnovic, M. (2006, August). Corporate social responsibility within an organic model of public relations: A normative theory of transparency. Paper presented at the 89th annual conference of the Association for Education in Journalism and Mass Communication, San Francisco, CA.
- Kruckeberg, D., & Vujnovic, M. (2006, March). Toward an “organic model” of public relations in public diplomacy. Paper presented at the 9th Annual International Public Relations Research Conference, Miami, FL.
- Kruckeberg, D., & Vujnovic, M. (2003, May). Linking global capitalism with new forms of democracy: Opportunities in community building. Paper presented in the program, *Is Free Enterprise a Prerequisite for Public Relations: Reflection on the Writings of Hernando DeSoto*, at the 53rd Annual Conference of the International Communication Association, San Diego, CA.
- Kuhn, T. S. (1970). *The structure of scientific revolutions*. Chicago: The University of Chicago Press.
- Price, J. L. (1972). *Handbook of organizational measurement*. Lexington, MA: D. C. Heath and Company.
- Price, J. L. (1968). *Organizational effectiveness: An inventory of propositions*. Homewood, IL: Richard D. Irwin, Inc.
- Taylor, M.(2009). Civil society as a rhetorical public relations process. In R. Heath, E. L. Toth, & D. Waymer (Eds.), *Rhetorical and critical approaches to public relations II* (pp. 76-91). Hillsdale, NJ: Lawrence Erlbaum Associates
- Tsetsura, K.(2011). Is public relations a real job? How female practitioners construct the profession. *Journal of Public Relations Research*, 23(1), 1-23.
- Valentini, C., & Kruckeberg, D. (2012). “Iran’s Twitter Revolution” from a publics (sic) relations standpoint. In A. M. George & C. B. Pratt (Eds.), *Case studies in crisis communication: International perspectives on hits and misses* (pp. 383-402). London: Routledge.
- Valentini, C., & Kruckeberg, D. (2011, Spring). Public relations and trust in contemporary global society: A Luhmannian perspective of the role of public relations enhancing trust among social systems. *Central European Journal of Communication*, 4(1), 91-107.



[Научные статьи]

Крукеберг Д., Цецура К.

*Глобальные связи с общественностью
как область теории и практики коммуникации*

Valentini, C., Kruckeberg, D., & Starck, K. (2012, April). *Ivanna meets Thomas Kuhn: Shifting paradigms in public relations*. Paper presented at the Second Annual Global Research Conference, Center for Global Public Relations, University of North Carolina at Charlotte, Charlotte, NC.

Vujnovic, M., & Kruckeberg, D. (2015). Conceptualization, examination, and recommendations for a normative model of community-building for organizations managing change using new media. In E-J. Ki, J-N. Kim, & J. Ledingham, (Eds.). *Public relations as relationship management: A relational approach to the study and practice of public relations* (2nd Edition). New York: Routledge.

Vujnovic, M., & Kruckeberg, D. (2015, March). In the bind between theory and practice: Public Relations and Ethics of neoliberal global capitalism. Paper presented at The 17th Annual International Public Relations Research Conference, Miami, FL.

Vujnovic, M., & Kruckeberg, D. (2014, March). A “meta-strategy” based on an examination of “transparency,” pseudo-transparency,” “authenticity” and “trust”. Paper presented at the 16th International Public Relations Research Conference, Miami, FL.

Vujnovic, M., Kumar, A., & Kruckeberg, D. (2007, March). An “organic theory” as a social theory of public relations: A case study from India. Paper presented at the 10th Annual International Public Relations Research Conference, Miami, FL.