لابلای مطبوعات: دانشگاههای شرقی در سراسر جهان به اهمیت خدمات یک روابط عمومی خوب پی برده اند

امینی، رضا

مقاله زیر تحت عنوان«روابط عمومی در آموزش عالی» نوشته آقای دکتر رضا امینی که از «نشریه نصیر شماره 38 و 39 دانشگاه صنعتی خواجه نصیر» استخراج شده است جهت مطالعه خوانندگان گرامی ماهنامه انجمن روابط عمومی ایران درج می‏گردد.

دانشگاه‏های مترقی در سراسر جهان به اهمیت خدمات روابط عمومی‏ خوب پی برده‏اند چنانکه هیچ دانشگاه معتبری وجود ندارد که اداره‏ روابط عمومی نداشته باشد و با استمداد از برنامه‏های روابط عمومی‏ به حل مشکلات روزافزون خود به تلاش و تکاپو در نیاید.

یک رشته از مشکلات دانشگاه‏ها جنبه عمومی دارد و مختص یک‏ دانشگاه یا دانشگاه‏های یک کشور نمی‏باشد:روزافزون بودن تعداد داوطلبان ورود به دانشگاه،کم بودن تعداد استادان یا هیات آموزشی‏ صلاحیت‏دار و فقدان تسهیلات و بودجه کافی برای بهبود ماهیت و خاصیت آموزش عالی از جمله مشکلات عمومی محسوب می‏گردد.

هر سال و خاصه در سال‏های آینده همه دانشگاه‏ها با مشکل‏ استخدام هیات آموزشی صلاحیت‏دار-احداث بناها و ساختمان‏های بیشتر و از همه مهم‏تر با مشکل انتخاب‏ دانشجویان واجد شایستگی برای آموزش عالی مواجه خواهند بود.این مشکلات وظایف سنگین و عظیمی به عهده ادارات‏ روابط عمومی دانشگاه‏ها محول می‏کند.از این رو ماموران‏ روابط عمومی باید به حقیقت رموز و اسرار این حرفه وارد باشند.

کالج‏های آمریکا برای انجام فعالیت‏های روابط عمومی از یک موسسه‏ مشاور به نام«انجمن روابط عمومی کالج‏ها»استفاده می‏کنند.این‏ انجمن در مه 1946 به وجود آمد و از همان زمان در تنظیم برنامه‏های‏ روابط عمومی برای موسسات آموزش عالی نقش موثری ایفا کرده‏ است. در سال 1946 تعداد اعضای این انجمن نزدیک به صد هزار نفر شد،یک عده از این اعضاء تخصص و مهارت در جمع آوری وجوه‏ دارند و با تنظیم برنامه‏های موثر مبالغ قابل ملاحظه‏ای برای موسسات‏ آموزشی اعانه جمع می‏کنند.

در انتخاب روسای دانشگاه‏ها و دانشکده‏ها در آمریکا امروزه ملاحظات‏ روابط عمومی بیش از پیش مورد توجه واقع می‏گردد.یکی از شرایط حتمی و ضروری برای رئیس دانشگاه و یا رئیس دانشکده این‏ است که مهارت در روابط عمومی داشته باشد.بسیاری از دانشگاه‏های آمریکا،ادارات انتشارات سابق خود را به‏ ادارات روابط عمومی تبدیل کرده و به مسوول روابط عمومی‏ خود مقامی در ردیف ریاست دانشکده اعطا کرده‏اند تا او بتواند در کلیه جلسات مهم ریاست دانشگاه حضور پیدا کند و به سیاست‏های دانشگاه و کلیه جریان‏های آن وارد شود.

خود روسای دانشگاه‏ها نیز باید به ریزه‏کاری‏های این فن‏ وارد باشند و در روابط خود با هیات امنا،با هیات آموزشی و گروه فارغ التحصیلان و دانشجویان آن ریزه‏کاری‏ها را به‏ کار ببرند.

«هرمن ولز»رئیس دانشگاه ایندیانا در آمریکا توصیه‏ای به جانشینان‏ خود کرده که اهمیت روابط عمومی را در دانشگاه به خوبی نشان‏ می‏دهد،وی به جانشین خود چنین گفت:«یک مشاور روابط عمومی‏ که به او اعتماد توان کرد برای همکاری خود انتخاب کنید،چنین‏ مشاوری باید جرات و شهامت داشته باشد که اشتباهات شما را متذکر شود.هیات آموزشی و دانشجویان مهم‏ترین گروه‏های یک دانشگاه‏ محسوب می‏شوند.وقتی که آنان به دانشگاه خود علاقه و ایمان داشته‏ باشند علاقه و اشتیاق خود را همه جا بازگو خواهند کرد.اداره روابط عمومی که مورد احترام هیات آموزشی نباشد کاری از پیش نخواهد برد.شیوه مقبول و موجه ساختن یک دانشگاه در افکار عمومی با شیوه‏ فروش اسباب آرایش بانوان یا فروش اتومبیل فرق فاحش دارد.اصول‏ و تکنیکی که در فروش اسباب آرایش و اتومبیل به کار می‏رود به کار دانشگاه نیاید.»

این توصیه در کنفرانس کارشناسان آموزش و پرورش آمریکا به عنوان‏ یکی از عوامل ده‏گانه که موجب بالا بردن روحیه هیات آموزشی و روش آموزش در دانشگاه‏ها می‏گردد مورد قبول قرار گرفت.

اما حقیقت این است که هنوز هم روابط عمومی در همه دانشگاه‏ها یک امر ضروری تشخیص داده نشده است و هنوز هم عده‏ای در دانشگاه به فعالیت‏های روابط عمومی بی‏اعتنا می‏باشند و آن را یک‏ نوع تظاهر بی‏معنی می‏دانند.