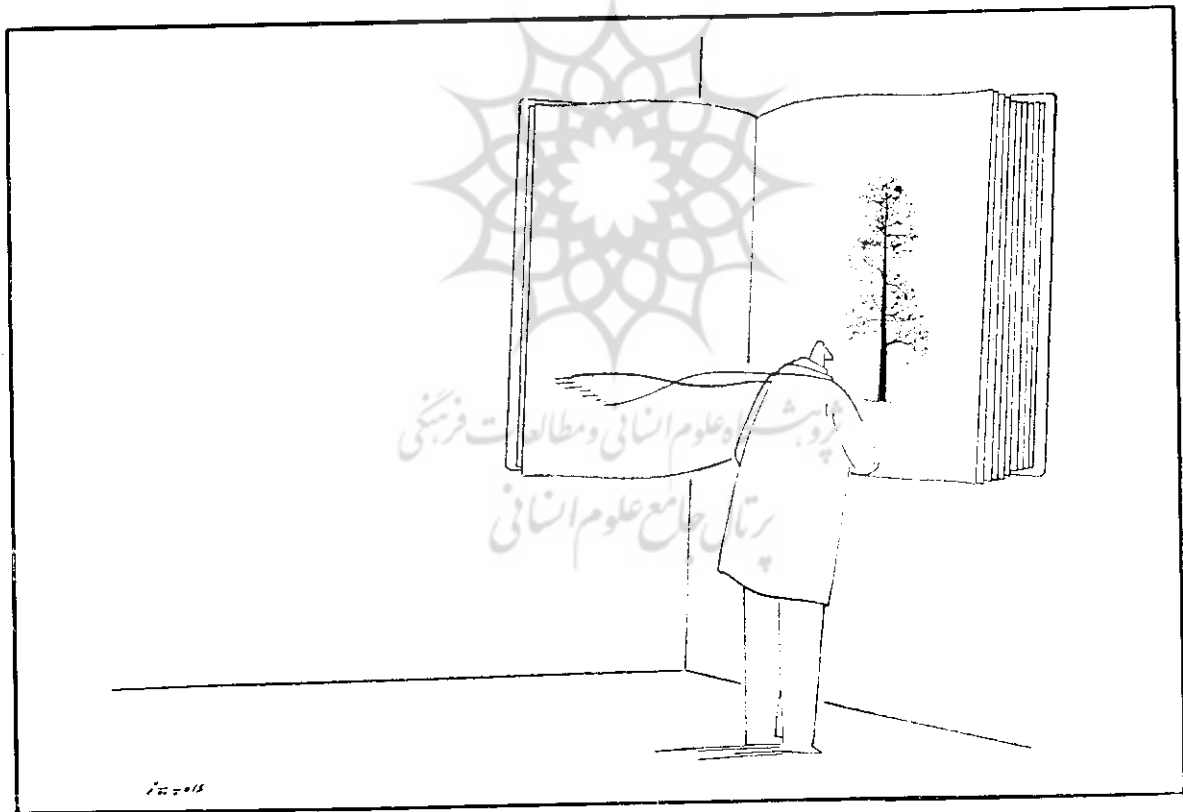


اهمیت آموزش در روابط عمومی



گردهمایی دکتر حسین افخمی استاد دانشگاه و عضو هیأت علمی دانشگاه علامه طباطبائی در خصوص «اهمیت آموزش در روابط عمومی» سخنانی اظهار داشت.

دومین گردهمایی علمی - تخصصی انجمن روابط عمومی ایران در تاریخ ششم خرداد ماه سال جاری در محل دانشگاه هنر برگزار شد. در این

● در انگلیس همانطور که برای حرفه‌هایی مثل حسابداری، حقوق و پزشکی امتحان تخصصی جدا از امتحان دانشگاه وجود دارد، برای روابط عمومی نیز امتحان حرفه‌ای توسط انجمن روابط عمومی این کشور برگزار می‌شود.

برای مثال می‌توان به گنجانده شدن درس «مدیریت راهبردی» در دوره‌های کارشناسی ارشد روابط عمومی اشاره کرد.

□

دکتر افخمی در بخشی دیگر از سخنانش به تغییرات شگرف حاصل شده در عرصه تکنولوژی جدید ارتباطات و تأثیرات آن بر آموزش روابط عمومی اشاره کرد و لزوم آشنایی با چگونگی تولید پیام برای چند رسانه‌ایها، اثرات آنها در جامعه و نقش ارتباطات در جهانی شدن فرهنگ، تجارت و دیپلماسی رسانه‌ای را مورد تأکید قرار داد. وی همچنین تغییر در عنوان «روابط عمومی» که در آغاز با واژه امور عمومی (Public Affairs) هم خانواده بود و امروزه در بسیاری از مراکز - بخصوص مراکز صنعتی - زیر عنوان ارتباطات بازاریابی (Marketing Communication) از آن یاد می‌شود در راستای همین تحولات فنی - اقتصادی توصیف کرد.

سخنران سپس آموزش روابط عمومی را به دو شکل حرفه‌ای و دانشگاهی تقسیم بندی کرد و با اشاره به توصیه‌های کنفدراسیون اروپایی روابط عمومی که در سال ۱۹۹۱ ارائه شده، سطوح تحصیلی در این رشته را به چهار دوره مبتدی (دو ساله)، کارشناسی، مدیران میانی و مدیران ارشد تقسیم کرد. وی با تأکید بر اهمیت آموزش حرفه‌ای در روابط عمومی، دارا بودن حداقل سه سال سابقه کار برای ادامه تحصیل از دوره کارشناسی به

وی ابتدا ضمن اشاره به اهمیت روابط عمومی در شکل دادن به افکار عمومی موقعیت حرفه‌ای آن را در جامعه کنونی مثبت و رو به رشد ارزیابی کرد. آنگاه با تشریح مسیر تکاملی نقش‌ها در روابط عمومی به وضعیت آموزشی این رشته در کشورهای آمریکا و انگلستان پرداخت و سپس جایگاه آموزشی آن را در کشورمان توضیح داد.

سخنران در مروری بر تاریخچه آموزشی روابط عمومی در جهان گفت:

تدریس روابط عمومی به عنوان یک موضوع درسی در سال ۱۹۲۳ در آمریکا آغاز شد و طی دهه ۱۹۳۰ در دانشگاه نیویورک به عنوان یک رشته درسی مستقل درآمد باگذشت بیش از ۷۰ سال این رشته چهار دوره متفاوت را طی کرده است:

● دورانی که روابط عمومی نقش پابلیستی (کسب شهرت شخصی) را بعهدده دارد و با روابط عمومی امروزی خیلی متفاوت است.

● در فواصل بین دو جنگ و سال‌های بعد از آن، از روابط عمومی انتظار می‌رود تا نقش مشاوره‌ای داشته باشد. (یعنی نقش خدمات اجتماعی - بطوریکه در اروپا و آمریکا بعد از جنگ جهانی دوم مردم دچار نوعی افسردگی شدند و روابط عمومی‌ها سعی کردند تا روحیه شادی را در میان آنان بوجود آورند).

● نقش دیگر روابط عمومی اطلاع رسانی است که بطور جدی پس از جنگ جهانی دوم آغاز می‌شود و از این دوره است که روابط عمومی‌ها وظیفه کلیدی انتشار مجله و دولت‌ن را عهده دار می‌شوند. آنچه امروزه در انتشارات الکتریکی نیز شاهد آن هستیم.

● دوره چهارم روابط عمومی به عنوان یکی از اعمال مدیریت شناخته شده و این دوران به دهه ۱۹۷۰ میلادی باز می‌گردد. اما در ایران با اختلاف کمی شاهد انتشار کتاب آقای دکتر نطقی بنام «مدیریت و روابط عمومی» می‌باشیم. لذا روابط عمومی از این مرحله بی‌عقد نقش راهبردی را عهده دار می‌شود.

کارشناسی ارشد را که در بسیاری از کشورهای اروپایی در امر گزینش دانشجو منظور می‌شود، امری ضروری توصیف کرد.

دکتر افخمی در تشریح آموزش حرفه‌ای در روابط عمومی گفت:

آموزش حرفه‌ای به این صورت است که فرد در واحد روابط عمومی به صورت عملی آموزش می‌بیند. برخی بر این عقیده‌اند که انجمن‌های حرفه‌ای روابط عمومی باید بر این آموزش نظارت داشته باشند. به افرادی کارشناس حرفه‌ای روابط عمومی اطلاق می‌شود که دارای تخصص ویژه‌ای باشند. و دوره‌ای را طی کرده و در امتحان آن قبول شده باشند. برای مثال در انگلیس همانطور که برای حرفه‌هایی مثل حسابداری، حقوق و پزشکی امتحانی تخصصی جدا از امتحان دانشگاه وجود دارد و هر کسی که بخواهد وارد حرفه روابط عمومی شود نیز باید این امتحان حرفه‌ای را پشت سر بگذارد که توسط انستیتوی روابط عمومی وابسته به انجمن روابط عمومی این کشور برگزار می‌شود. در آمریکا نیز برای فارغ التحصیلان روابط عمومی از دانشگاه‌های غیر دولتی که بالغ بر ۳۰۰ مرکز می‌شوند شرایط مشابهی حاکم است.

سخنران در تبیین مفهوم «حرفه‌ای» در روابط عمومی به دیدگاه‌های کاتلیپ، گرونیگ و هانت به شرح زیر اشاره کرد:

«اسکات کاتلیپ» نویسنده آمریکایی، اولین کتاب روابط عمومی را در سال ۱۹۵۰ ارائه داد که کتاب پایه آموزش روابط عمومی در بسیاری از دانشگاه‌های جهان است. در این کتاب وی ویژگی‌هایی برای حرفه‌ای بودن را قایل می‌شود که عبارتند از عرصه رقابت و حوزه عمل مشخص، آگاهی نسبت به حرفه، نیاز به تداوم آموزش و کارهای تحقیقاتی و استقلال. البته این رقابت حرفه‌ای باید طوری باشد که به سلامت جامعه ضرری وارد نکند.

نظریه پردازان دیگری به نامهای «گرونیگ» و «هانت» پنج ویژگی را برای روابط عمومی حرفه‌ای

● باید روزنامه‌نگاری، روابط عمومی، علوم ارتباطات، روش تحقیق در ارتباطات، مطالعات رسانه‌ای، مدیریت امور فرهنگی زیر یک سقف برای خود دانشکده مستقلی داشته باشند.

در نظر می‌گیرند: یک حرفه دارای یک سری از ارزشها است. افراد علاقمند به این حرفه یک گروه را تشکیل می‌دهند که دارای تعدادی عضو می‌باشد، این افراد به یک سری هنجارهای خاص تعلق دارند و نسبت به کاربرد یک سری تکنیک‌ها وجوه مشترک دارند و از همه مهمتر دارای دانش مشترک هستند.

عضو هیأت علمی دانشگاه علامه طباطبائی سپس به تحولات حاصل شده در آموزش رسمی و روابط عمومی در سطوح دانشگاهی در کشورهای آمریکا و انگلستان پرداخت.

الف - آمریکا:

آموزش روابط عمومی در آمریکا به دلیل جایگاه این رشته و ویژگی‌های خاص اقتصادی و ساختار سیاسی این کشور از سایر کشورها جلوتر بوده، ولی بدون عیب و نقص نبوده است. به همین دلیل از اوایل دهه ۱۹۷۰ لزوم تجدید نظر در برنامه‌های آموزشی روابط عمومی در این کشور احساس می‌شود.

بنیاد پژوهش و مطالعات روابط عمومی از سال ۱۹۷۳ تا ۱۹۷۵ اولین کمیسیون بررسی آموزش روابط عمومی را تشکیل داد و طی دو سال، اولین گزارش را در زمینه آموزش روابط عمومی در سطح لیسانس ارائه کرد. این کمیسیون هفت نفر عضو و ریاست آن را «اسکات کاتلیپ» بعهده داشت. مهمترین توصیه کمیسیون این بود که روابط عمومی در سه زمینه علوم انسانی و هنر، مطالعات ارتباطی و روابط عمومی

آموزش داده شود .

دومین کمیسیون در فاصله سال‌های ۱۹۸۳ تا ۱۹۸۵ تشکیل شد که روی آموزش کارشناسی ارشد روابط عمومی بحث می‌کرد و ۱۲ نفر عضو داشت که دو نفر از استادان دانشگاه ریاست آن را به عهده داشتند . این کمیسیون پنج درس را برای فوق لیسانس پیشنهاد کرد که عبارتند از :

- ۱- تئوری‌ها و روش تحقیق در ارتباطات
- ۲- تئوری‌های روابط عمومی
- ۳- مدیریت و روابط عمومی
- ۴- روابط عمومی تخصصی
- ۵- الزامی بودن پایان نامه

سومین کمیسیون به سرپرستی دو نفر از استادان دانشگاه به نام «پلان» و «اهلینگ» تشکیل شده است . یافته‌های این کمیسیون نشان می‌داد که در امریکا در سال ۱۹۸۷ بالغ بر ۴۰۰ مرکز آموزش روابط عمومی وجود داشته است و ۶۰٪ از ۱۱ هزار دانشجوی سال اول ، رشته روابط عمومی را انتخاب اول یا دوم خود در دانشگاه ذکر کرده‌اند.

افزایش دانشجو بین سالهای ۱۹۷۵ تا ۱۹۸۵ (یعنی از کمیسیون اول تا کمیسیون دوم) حدود ۳ الی ۴ درصد و تعداد افراد شاغل در این رشته در امریکا در سال ۱۹۸۵، ۱۴۳ هزار نفر بوده است .

گزارش سومین کمیسیون آموزش روابط عمومی در امریکا همچنین دروس این رشته را به شکل زیر تقسیم می‌کند :

۲۵٪ دروس عمومی ، ۲۵٪ دروس عمومی ارتباطات و ۵۰٪ دروس تخصصی روابط عمومی .

علاوه بر دانشگاهیان انجمن کارشناسان روابط عمومی امریکا نیز نسبت به کیفیت تحصیلی دانشجویان و فارغ التحصیلان دانشگاهها اظهار عدم رضایت می‌کنند . در این سالها در امریکا پیشنهاد شده است که انجمن روابط عمومی مانند جامعه پزشکان و حقوقدانان به صورت حرفه‌ای عمل کند و توصیه شده که

این رشته باید در کنار رشته‌های مدیریت تدریس شود . البته چنین تغییراتی مدتی است که در دانشکده‌های مدیریت و امور اداری امریکا آغاز شده است . همچنین در گزارش انجمن لزوم تربیت مدیر روابط عمومی به جای تکنسین ارتباطات نیز تأکید شده است .

ب - انگلستان :

در کشور انگلیس هر چند آموزش رسمی روزنامه‌نگاری عمر کوتاهی دارد ، ولی آثار حرفه‌ای روزنامه‌نگاری و روابط عمومی پیشینه‌ای طولانی دارد . برای مثال یک سال پس از شکل‌گیری انجمن روابط عمومی در امریکا در انگلیس انستیتوی انجمن روابط عمومی این کشور در سال ۱۹۴۸ تأسیس شد . تیراژ انتشار روزنامه‌ها در انگلیس از سال ۱۹۵۷ تاکنون فرقی نکرده است ، آن موقع رقمی حدود ۲۶ تا ۲۷ میلیون نسخه در روز بوده و امروزه نیز چنین است.

آموزش روابط عمومی در انگلیس در آغاز به صورت دوره‌های کوتاه مدت و حرفه‌ای بود . در سال ۱۹۹۴ «جان وایت» انگلیسی در یک بررسی مقایسه‌ای که در ژورنال روابط عمومی بچاپ رسیده ، می‌نویسد : که انگلستان بعد از امریکا بالاترین کیفیت آموزش روابط عمومی را در جهان داراست .

در سال ۱۹۵۷ انستیتو روابط عمومی اولین امتیاز برای آموزش حرفه‌ای روابط عمومی را گرفت . درحالیکه آموزش رشته روزنامه‌نگاری در انگلیس در سطح دیپلم عالی از سال ۱۹۱۹ در دانشگاه لندن آغاز شده بود . هر چند آموزش روزنامه‌نگاری به صورت حرفه‌ای آن از سال ۱۸۸۵ با حمایت روزنامه‌ها صورت می‌گرفت . همچنین در سال ۱۹۵۶ دانشگاه «شفیلر» دوره‌های روابط عمومی و روزنامه‌نگاری تأسیس کرد . اما مدت زیادی ادامه پیدا نکرد . سپس از سال ۱۹۶۰ که پلی تکنیک‌ها شکل گرفت ، روابط عمومی به عنوان رشته‌ای عمومی زیر عنوان «مطالعات ارتباطی»

(Communication Studies) که ترکیبی از

دروس روزنامه‌نگاری و روابط عمومی بود تأسیس شد. علت بی‌توجهی به رشته روابط عمومی در انگلستان را می‌توان در دو عامل زیر خلاصه کرد:

۱- جو غالب بر مطبوعات انگلیس که روزنامه‌نگاران عمدتاً میانه خوبی با روابط عمومی‌ها ندارند.

۲- پایه و اساس آموزش در پلی تکنیک‌ها که بر نظرات روشنفکران جناح چپ این کشور استوار بود که نسبت به روابط عمومی و به خصوص تبلیغات روی خوش نشان نمی‌دادند. طی دهه هفتاد این رشته زیر همین عنوان مطالعات ارتباطی تدریس شده و در دهه هشتاد به صورت دروس عمومی و دیپلم تخصصی در سطح دبیرستان‌ها راه یافت و هم‌اکنون تحت عناوین مطالعات ارتباطی یا مطالعات رسانه‌ای و اخیراً مطالعات فیلم تدریس می‌شود. کسانی که دارای این دیپلم باشند ورود آنها به دانشگاه در رشته‌های مشابه آسانتر خواهد بود.

بد نیست در اینجا قبل از توضیحات بیشتر درباره وضعیت آموزش دانشگاهی در این کشور به شیوه آموزش حرفه‌ای روابط عمومی که هنوز از جایگاه مهمی در انگلستان برخوردار است، اشاره کنم:

انستیتو روابط عمومی انگلیس در اواخر دهه ۱۹۶۰ با مراکز آموزشی بازاریابی و امور بازرگانی ادغام شد و مؤسسه جدیدی را تشکیل داد تا بتواند به علاقمندان روابط عمومی که دوره یک ساله و دو ساله را گذرانده‌اند مدرک حرفه‌ای اعطا کند. بطوریکه هم‌اکنون گواهی دوره دو ساله برای مبتدیان تحت عنوان گواهی عمومی صادر می‌شود و فرد با دارا بودن این مدرک و چهار سال سابقه کار می‌تواند عضو انستیتوی روابط عمومی شود. مرحله دوم دیپلم عالی روابط عمومی است که افراد با طی کردن حداقل دوره دو ساله و چند سال سابقه کار یا حداقل لیسانس در رشته علوم اجتماعی و علوم انسانی بدست می‌آورند. برای گروهی که دوره دو ساله عمومی را می‌گذرانند و گواهینامه می‌گیرند دروس اصول روابط عمومی شامل بازاریابی، آگهی‌های تجاری،

● در آمریکا انجمن روابط عمومی مانند جامعه پزشکان و حقوقدانان به صورت حرفه‌ای عمل می‌کند و توصیه شده که این رشته باید در کنار رشته‌های مدیریت تدریس شود.

مطالعات رسانه‌ای، رفتار سازمانی و روش تحقیق اجباری است و هر درس سه امتحان توصیفی دارد. در دیپلم عالی یا دیپلم تخصصی گذراندن سه درس مدیریت روابط عمومی، کارهای عملی روابط عمومی و مدیریت راهبردی که در سه ترم تدریس می‌شود، الزامی است. اما آموزش دانشگاهی رشته روابط عمومی بطور جدی از سال ۱۹۸۷ آغاز شد که به چند عامل ارتباط دارد:

۱- تغییرات حاصل شده در توسعه وسایل ارتباط جمعی از جمله تلویزیون ماهواره‌ای، شاه راههای اطلاعاتی و چاپ همزمان مطبوعات در جهان.

۲- سیاست‌های خصوصی سازی خانم تاچر و واگذاری بخش عمده‌ای از صنایع ملی انگلیس به بخش خصوصی.

۳- توسعه رشته‌های روابط عمومی در آمریکا و برخی از کشورهای اروپایی.

از این رو اولین دوره‌های روابط عمومی در سال ۱۹۸۷ به صورت کارشناسی دایر شده، البته قبل از این حتی دوره لیسانس روزنامه‌نگاری هم نبود، بلکه دیپلم عالی روزنامه‌نگاری وجود داشت که داوطلب با داشتن مدرک کارشناسی در رشته‌های ادبیات، جامعه‌شناسی، علوم سیاسی، تاریخ و اقتصاد یک دوره یکساله را می‌گذرانند. سپس به اخذ دیپلمای عالی روزنامه‌نگاری و یا کارشناسی ارشد نائل می‌شد.

باید توجه داشت که از سال ۱۹۸۷ تاکنون از تعداد یک رشته کارشناسی در یک دانشکده آموزش روابط عمومی به ۱۶ دانشکده افزایش یافته است.

آموزش روابط عمومی در ایران

دکتر افخمی سپس با اشاره به تاریخچه آموزش روابط عمومی در ایران آن را به سه دوره ۵۹-۱۳۴۶ و ۶۹-۱۳۵۹ و ۱۳۶۹ به بعد تقسیم کرد و کمیت و کیفیت دروس تعیین شده برای دوره کارشناسی این رشته به صورت شاخه‌ای از رشته‌ی ارتباطات اجتماعی ناکافی توصیف کرد.

وی سپس به برخی از مشکلات عمومی در امر آموزش علوم اجتماعی و بویژه روابط عمومی در ایران اشاره کرد که فهرست وار به قرار زیر هستند:

- پایین بودن میانگین معدل که در سالهای اخیر در رشته روابط عمومی ۱۴ بوده است.
- گزینش متمرکز دانشجو.
- کهنه بودن متون آموزشی.
- شاغل بودن بخشی از دانشجویان.
- عدم وجود کارگاههای آموزشی.
- بی‌توجهی به امر کارورزی.
- کمبود و یا عدم وجود امکانات و ابزار کمک آموزشی مثل فیلم، ویدئو، رایانه و لابراتوار زبان.
- کم توجهی به روشهای آموزشی موازی نظیر سخنرانیها، همایشها، نمایشگاهها و سمینارهای تخصصی.
- حذف پایان نامه دوره کارشناسی که به بی‌توجهی در امر پژوهش در زمینه روابط عمومی منجر شده است.
- سخنران همچنین برای پیشرفت آموزش در این رشته پیشنهادهاتی را ارائه داد که بخشی از آنها بشرح زیر است:
- دروس جدیدی از قبیل روابط عمومی بین الملل، مدیریت اطلاع رسانی و آرشيو کامپیوتری، ارتباطات سازمانی، ارتباطات بازاریابی، حقوق و اخلاق حرفه‌ای در روابط عمومی، برنامه‌ریزی در روابط عمومی، آگهی‌های تجاری، اصول بازاریابی و

روابط انسانی به دروس اجباری این رشته اضافه شود.

● در زمینه متون روابط عمومی در ایران مشکل ترجمه‌ای نداریم، بلکه مشکل این است که روابط عمومی باید بومی شود و این کار بسیار سختی است که فقط با انجام کارهای پژوهشی در دانشگاه و همکاری شاغلان فعلی در این حرفه ممکن است و به همت دانشجویان نیاز دارد.

● لزوم راه‌اندازی رشته‌های مشابه و موازی در حوزه علوم ارتباطات مانند ارتباطات بازاریابی، چند رسانه‌ایها، مطالعات ارتباطی، مطالعات رسانه‌ای و مطالعات فرهنگی که هر کدام با روابط عمومی وجوه آموزشی مشترک دارند و ما هیچ کدام از آنها را در دانشگاه‌های کشورمان نداریم.

● لزوم استفاده از صاحب‌نظران و کارشناسان روابط عمومی در کلاس‌های درس و تغییر در سر فصل دروس روابط عمومی که هم اکنون موجود است. تجدید نظر در گزینش دانشجو که انتخاب دانشجو در این رشته باید به صورت غیر متمرکز یا نیمه متمرکز باشد.

● آموزش دروس ادبیات فارسی و زبان خارجی را باید جدی‌تر گرفت.

● بهره‌گیری از نقطه نظرات انجمن حرفه‌ای روابط عمومی در تدوین منابع درسی.

● آموزش درس ارتباطات اجتماعی در دوره دبیرستان در رشته‌های علوم انسانی و هنرستانها.

● روابط عمومی رشته‌ای است که حتی می‌تواند در دانشکده‌های مدیریت هم تدریس شود. اما فعلاً چاره‌ای جز این نیست که بصورت زیر مجموعه علوم اجتماعی تدریس شود. البته این وضعیت بسیاری از مشکلات را حل نشده باقی می‌گذارد. باید به سویی حرکت کنیم که رشته‌هایی مانند روزنامه‌نگاری، روابط عمومی، علوم ارتباطات، روش تحقیق در ارتباطات، مطالعات رسانه‌ای، مطالعات فیلم، مدیریت امور فرهنگی بتوانند زیر یک سقف برای خود دانشکده مستقلی داشته باشند.