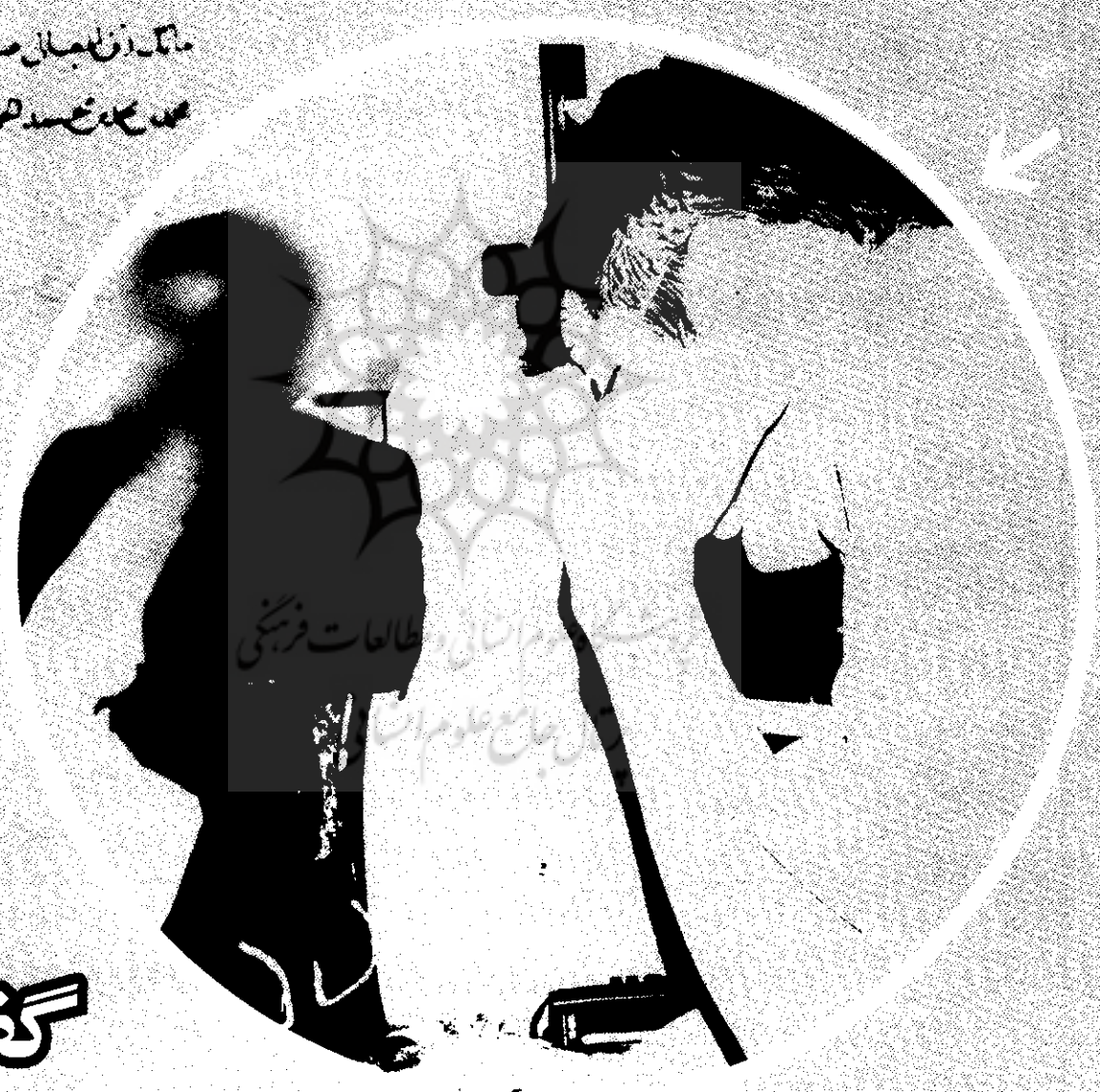


om pres ents
in
This paper is focused
director
new
my son
in university
This paper

مسافر ولاوشی حضرت المذنب برہم
للان الامم بول انجکا... واکوہ قول لہجہ
لا ائی الجہہ والایہ قول لہجہ
واللہم شہید حسن اسلافہ وسلمتہ مع انہ
مہدیوں لہجہ انصاف الامم العلال التوفد
لہجہ مہم ملک انور اسرافہ
مالک ان لہجہ مالک ان لہجہ
مہم شہید لہجہ لہجہ لہجہ



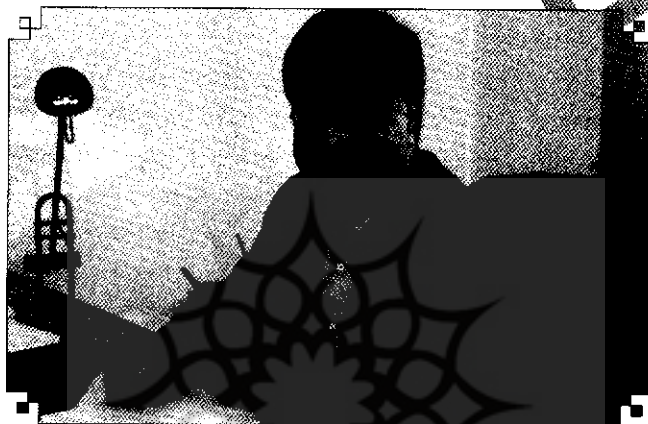
گفتگو

Dialog

به منظور جذب افراد مستعد به حرفه روابط عمومی

دکتر فرقانی:

بازنگری در نظام پدیرشی دانشجویی الزامی است



«روابط عمومی» امروز به یکی از ابعاد حیاتی مدیریت راهبردی هر سازمان و شرکتی در آمده است به نحوی که دست اندرکاران این حرفه دیگر خود را یک متخصصی که تنها پیامها را از سازمان به مشتریان و از آنان به سازمان می‌رساند، نمی‌دانند زیرا امروز در سازمانهای موفق به این نتیجه رسیده‌اند که «روابط عمومی» بخشی از جریان اصلی مدیریت است و از همین رو دست اندرکاران «روابط عمومی» خود را از مشاوران مدیریت ارشد می‌دانند... با توجه به جایگاهی که حرفه روابط عمومی در فضای امروز جامعه ایران به دست آورده است و برای اطلاع از کم و کیف روح آکادمیک حاکم بر فعالین این عرصه، به سراغ دکتر محمد مهدی فرقانی رئیس دانشکده علوم ارتباطات دانشگاه علامه طباطبائی رفتیم و در یک گفت و گوی چالشی نظرات وی را در خصوص کم و کاستی‌های احتمالی این رشته در حوزه نظری به چالش کشیدیم که در زیر می‌خوانید...

کارشناسان و مدیران روابط عمومی از نظریات و مفاهیم این رشته تا چه حد برای آنها ضروری است؟
مجرب بودن به دانش نظری و نظریه در هر حوزه و شغلی، پشتوانه عمل هر فرد است، به نحوی که هر فرد به خود قانع می‌شود و هم می‌تواند به وسیله آن دیگران را توجیه کند؛ از آنجایی که در دانشگاه اصولاً بر تئوری و نظریه تأکید می‌شود، فارغ‌التحصیلان و متخصصان دانشگاهی چه در کار پژوهشی و چه در کار اجرایی

جناب آقای دکتر فرقانی به گسترش حوزه عملکردی روابط عمومی هر سازمان و نهادی، برای بقا، ناگزیر به استفاده از شگردهای ارتباطی برای شناخت علایق و ذائقه‌های مخاطبان‌شان هستند. اما به نظر می‌رسد علاوه بر شناخت علایق و ذائقه‌های مخاطبان و پاسخگویی به آنها، اطلاع از نظریات و مفاهیم روابط عمومی نیز برای دست‌اندرکاران این حوزه ضروری باشد. به نظر شما آگاهی

نداریم پاره ای مشکلات در این حوزه داریم، اما باز هم فکر می‌کنم که استاد‌های ما در این رشته، خیلی از نمونه مشابه خارجی خود کم ندارند؛ شما بروید سخنرانی‌های مهمانهای غربی کنفرانسهای بین‌المللی روابط عمومی را بررسی کنید و ببینید که آنها چقدر به نسبت استاد‌های ما حرف نو دارند؛ به نظر من مشکل اساسی مادر حوزه کار با تکنولوژی‌های جدید است که در این حوزه هم کم کم به سمت کمرنگ شدن مشکلات گام برمی‌داریم.

پیوند دانشگاه با مردم یا به عبارت دیگر پیوند محافل آکادمیک با بازار کار روابط عمومی را چگونه ارزیابی می‌کنید و چه چشم‌اندازی از آن دارید؟

در حالی که امروز ما در سطح اداری، نهادها، سازمانها و شرکتها بیش از هر واحد دیگری واحد «روابط عمومی» داریم ولی متأسفانه آنها منفصل عمل می‌کنند و همدیگر را پیدا نکرده‌اند و از طرف دیگر در حالی که می‌بایست حتماً یک ترم تحصیلی را به صورت کارآموزی در واحدهای عملیاتی بگذرانیم و دانشجویان این رشته را برای مدت یک ترم یا چیزی کمتر از آن به این واحدها بفرستیم، مشاهده می‌شود که این موضوع عملاً اتفاق نمی‌افتد و من از همین جادست‌نیاز دراز می‌کنم به سمت واحدهای مختلف روابط عمومی که اگر برای آینده خود و حرفه‌ای که در آن فعالیت می‌کنند نگران هستند با ما همکاری لازم را داشته باشند و بدین وسیله دانشجویان را با واقعیت‌های بازار کار آشنا سازند؛ این کار به نظرم دو دستاورد بسیار مهم به دنبال می‌آورد؛ یکی اینکه بدین وسیله دانش روابط عمومی به واحدهای آن منتقل می‌شود و دیگر اینکه واحدهای روابط عمومی نیز می‌توانند از بین این کارآموزان نیروهای مطلوب خود را کاندید کنند و در آینده از آنها استفاده کنند و آنها را در واحد خود به کار گیرند.

به نظر می‌رسد ما در جذب دانشجویان برای این رشته با مشکل روبرو هستیم؛ بدین معنی که عده‌ای بدون شناخت قبلی و آگاهی وارد این رشته می‌شوند و بعد از سالها تحصیل در این رشته و صرف منابع فراوان، از آن جد می‌شوند و به حرفه دیگری روی می‌آورند. از همین رو عده‌ای بحث نظام‌گزینی دانشجویان برای این رشته را پیش کشیده‌اند تا بدین وسیله «اهلش» وارد آن گردد. در این خصوص چگونه می‌اندیشید؟

ببینید، به نظر من گزینش دانشجویان در نظام آموزش عالی کشور از اساس اشکال دارد و در مورد اکثر رشته‌ها می‌توان از آن اشکال گرفت به نحوی که مشاهده می‌شود یک معیار واحد برای همه اعمال می‌شود و دانشجویان به رشته مورد علاقه خود هدایت نمی‌شوند. متأسفانه در نظام فعلی آموزشی ما استعدادها بر اساس پزشکی - مهندسی توزیع می‌شوند در حالی که به نظر من نخبگان

همواره تئوری را به عنوان پشتیبان عمل خود در اختیار دارند و از این جهت تفاوتی نمی‌کند که در جایگاه مدیر باشند یا کارشناس. جنبه دیگر موضوع این است که باید ببینیم جامعه به چه میزان به دستاوردهای علمی بها می‌دهد و چقدر می‌پذیرد که حرکتها در چارچوب مبانی علمی پیش رود. مشکلی که در کشورهای جهان سوم وجود دارد این است که هنوز هم سلیقه‌ها و تشخیص‌های غیر علمی مدیران به عنوان ضابطه و مبانی نظری کار حکم می‌راند و در واقع این تشخیص آنهاست که راهنمای عمل قرار می‌گیرد و از آنجایی که بسیاری از مدیران این جوامع پاسخگوی اعمال خود نیستند، نتیجه تشخیص‌های اشتباه آنها در مراحل بعد خودش را نشان خواهد داد و این زمانی است که کار از کار گذشته است... اینگونه می‌اندیشم که تازمانی که جامعه نگرش علمی را به عنوان یک فرهنگ مسلط نپذیرد، اینگونه مشکلات نیز همچنان وجود خواهد داشت و علت اینکه آموخته‌های دوران تحصیل بسیاری از دانش‌آموختگان روابط عمومی، چندان خریداری در بازار کار ندارد، همین است. از طرف دیگر دانشگاه به دلیل ماهیت آرمان خواهانه‌اش همواره می‌خواهد که یک گام به جلو بردارد و وضعیت مطلوب را آموزش دهد و از همین رو بر این اعتقادم که ضمن اینکه باید دانشجویان را با واقعیت‌های اجتماعی آشنا کرد باید همواره چشم‌انداز آرمانی و فضای موجود برای حرکت را برای دانشجویان ترسیم کرد، در غیر این صورت وضعیت موجود حفظ خواهد شد و در زمانه‌ای که همه چیز به جلو می‌رود، حتی در زمان حال ماندن هم نوعی عقب‌گرد محسوب می‌شود... اینها همه در حالی است که جامعه با فرهنگ علمی فاصله دارد و امور جامعه هم به شیوه علمی اداره نمی‌شود.

عده‌ای از صاحب‌نظران علوم ارتباطات بر این عقیده‌اند که «روابط عمومی» امروزه از یک مشکل آکادمیک رنج می‌برد؛ بدین مفهوم که از یک طرف برنامه مدونی برای سرفصل‌هایی که در دوره کارشناسی این رشته تدریس می‌شود وجود ندارد و از سوی دیگر اساتید و مدرسی‌هایی که به علم روز دنیا در این حوزه مجهز باشند چندان یافت نمی‌شوند. به عنوان رئیس دانشکده علوم ارتباطات در این خصوص چه عقیده‌ای دارید؟

ببینید! روابط عمومی اساساً یک فعالیت عملی است تا نظری و مثلاً به مانند علوم سیاسی نیست که در آن نظریه بر جنبه‌های کاربردی غلبه داشته باشد، از همین رو ضمن اینکه ضعف‌هایی را در برنامه ریزی آموزشی این رشته می‌بینم ولی معتقدم که اگر مقایسه‌ای میان برنامه این رشته در ایران و آنچه در غرب به نام روابط عمومی تدریس می‌شود صورت گیرد، فاصله چندان زیاد نخواهد بود. از طرف دیگر ما چون در ایران دوره دکتری این رشته را



تشکلهای صنفی، حرفه‌ای و مدنی در معرفی فارغ التحصیلان و متخصصان روابط عمومی به بازار کار نقش حلقه واسطه را ایفا می‌کنند به نحوی که می‌توانند خلاء عدم ارتباط جدی دانشگاه با محیط کار را پر نمایند

دانش آموز باید بیش از اینکه به سمت پزشکی - مهندسی هدایت شوند به سمت رشته‌های علوم انسانی هدایت شوند زیرا در شرایط فعلی که ما تا حدی در اینگونه رشته‌ها به اشباع رسیده ایم، به متخصص روابط عمومی، کارشناس علوم سیاسی و اقتصاد و ... بسیار بیشتر نیاز داریم تا پزشک و مهندسی؛ امروز کار به جایی رسیده است که بازنگری در نظام پذیرش دانشجویان به یک ضرورت تبدیل شده است و خانواده‌ها هم در این خصوص نقش مهمی بر عهده دارند زیرا آنها می‌توانند این نگرش را در فرزندان خود ایجاد کنند که به سمت رشته‌های علوم انسانی و علوم ارتباطات بیایند و کمتر به سمت رشته‌های مهندسی بروند زیرا نقش یک کارشناس روابط عمومی به هیچ وجه کمتر از یک مهندس نیست، زیرا وی افکار عمومی را مهندسی می‌کند. در خصوص رشته روابط عمومی هم ما این وضعیت را داریم که دانشجویانش بدون آشنایی و شناخت قبلی به سمت آن می‌آیند و در اواسط راه تازه متوجه می‌شوند که این رشته آن چیزی نیست که آنها می‌خواستند و سرخورده می‌شوند و چندان هم امیدی نیست که این افراد در آینده شغلی خود، افراد موفق از کار در آیند. اما نظام گزینش دانشجویان به آن شیوه‌ای که مدنظر ماست به دلیل حجم بالای کار و نیازمندی به نیروی انسانی و بودجه‌ای وسیع، عملاً قابل اجرا نیست از همین رو راه حل من برای حل این موضوع، آموزش شناخت رشته‌های دانشگاهی از دوران دبیرستان به دانش آموزان است به نحوی که درسی مشابه با حرفه و فن برای شناخت رشته‌های علوم انسانی به دانش آموزان تدریس شود که دانش آموزان با آگاهی کامل به انتخاب رشته دانشگاهی خود همت گمارند...

نقش تشکلهای و انجمنهای غیر دولتی روابط عمومی را در ایجاد پیوند میان دانشگاه و بازار کار یا به عبارت دیگر حوزه آکادمیک یا حوزه کار را چگونه ارزیابی می‌کنید؟ به نظر شما این تشکلهای تا چه حد می‌توانند در این امر مؤثر باشند؟

تشکلهای صنفی، حرفه‌ای و مدنی در معرفی فارغ التحصیلان و متخصصان روابط عمومی به بازار کار نقش حلقه واسطه را ایفا می‌کنند به نحوی که می‌توانند خلاء عدم ارتباط جدی دانشگاه با محیط کار را پر نمایند؛ این نقش تا بدین حد مهم است که این تشکلهای حتی می‌توانند به دانشگاه در خصوص نیازهای بازار کار ایده بدهند و در بازنگری برنامه‌های آموزشی نیز نقش مهمی بر عهده داشته باشند. اینگونه می‌اندیشم که انجمنهای غیر دولتی روابط عمومی می‌توانند به عنوان یک بازوی کمکی فعال، در ایجاد رابطه متقابل دانشگاه و بازار کار نقش مهمی را ایفا نمایند تا از یک طرف نیازهای واحدهای روابط عمومی را به دانشگاه منتقل کنند و از طرف دیگر بازار را متقاعد کنند که هر چه بیشتر می‌بایست از متخصصان روابط عمومی بهره گرفت...