

صد و دوازدهمین نشست علمی، تخصصی انجمن روابط عمومی ایران در تالار حرکت

همایش علمی - تخصصی توسط انجمن روابط عمومی اصفهان، توجه اعضای حاضر در جلسه را به انتشار پنجاه و نهمین شماره ماهنامه انجمن روابط عمومی ایران جلب نموده و گفت: این نشریه در شمار نشریات قدیمی و پرسابقه به شمار می آید که تاکنون، پی در پی و منظم به همت میرزا بابا مظهری نژاد، به چاپ رسیده است.

وی افزود: انتظار ما در هیأت مدیره، از اعضای محترم انجمن این است که با ارائه انتقادات، پیشنهادات و نظرات ارزشمند خود، برای هرچه برپا تر شدن این ماهنامه، ما را همراهی نمایند.

رفیعی نسبت به تعاملات و همکاری های میان انجمن روابط عمومی ایران و تب تولید برنامه هنر هشتم در رادیو فرهنگ در راستای پیشبرد اهداف پیش بینی شده در انجمن، ابراز امیدواری کرد و در ادامه افزود: طی جلسه ای که در وزارت کشور داشتیم مشخص شد که در زمان اخذ مجوز این انجمن، یعنی در سال ۱۳۷۰، جایگاهی در این وزارتخانه برای صدور مجوز انجمن های غیر سیاسی و صنفی، تعریف نشده و به همین جهت انجمن ما نیز در آن سال با همان ساز و کار و روال مربوط به انجمن های سیاسی در اداره کل سوم سیاسی وزارت کشور، به ثبت رسیده بوده است.

لذا طی این جلسه در وزارت کشور، هیأت مدیره انجمن روابط عمومی ایران، ضمن تأکید بر غیر سیاسی بودن ماهیت انجمن روابط عمومی ایران، بار دیگر، مدارک مربوطه را تقدیم این وزارتخانه نموده تا نسبت به ثبت آن در جایگاه واقعی خود، اقدامات مقتضی در سریع وقت انجام بگیرد تا این انجمن علمی و تخصصی در زمره احزاب تلقی نشود.

رفیعی اضافه کرد: امروز، انجمن های زیر نظر وزارت کشور، به خوبی فعالیت کرده و از کمک های این وزارتخانه نیز بهره مند هستند.

خسرو رفیعی، دبیر هیأت مدیره انجمن، با اشاره به تصمیم هیأت مدیره، مبنی بر برگزاری تورهای تابستانی برای اعضای انجمن، از همکاری با مؤسسات تبلیغاتی و آژانس های مسافرتی خبر داد و گفت: امیدواریم که



خسرو رفیعی و گزارش عملکرد ماهیانه

در این نشست ماهیانه که در روز چهارشنبه، پنجم تیرماه در محل تالار حرکت، برگزار شد، خسرو رفیعی، دبیر هیأت مدیره انجمن روابط عمومی ایران، به پاره ای از فعالیت های هیأت مدیره، طی ماه گذشته اشاره کرد و گفت:

دفتر جدید انجمن به همت غلامرضا کاظمی دینان در خیابان فتحی شقایق، پلاک ۸۵ راه اندازی شد.

از این پس، جلسات هیأت مدیره انجمن، یک هفته در میان، در روزهای یکشنبه، در این دفتر به صورت منظم برگزار خواهد شد.

رفیعی با اشاره به فعالیت های انجمن های روابط عمومی استان های کرمان، لرستان و خراسان رضوی و همچنین اشاره به برگزاری یک

این تورها با قیمتی مناسب و در حد رایگان، به زودی راه اندازی شوند. رفیعی، اذغان داشت: انجمن روابط عمومی ایران، یک انجمن غیر انتفاعی است و اعضای هیأت مدیره آن، غیر موظف، هیأت مدیره، منتظر همکاری بیش از پیش اعضای علاقمند است. با توجه به اینکه، کمیته های فعلی انجمن، فعالیت های پوششی چشمگیری ندارند. امیدواریم که کمیته هایی با کارایی بهتر و بیشتر راه اندازی شوند.

رفیعی از اقدامات پیگیرانه غلامرضا کاظمی دینان، رئیس انجمن روابط عمومی ایران، برای بر خورد داری اعضای محترم انجمن از امکانات تعاونی ها، به ویژه، تعاونی های مسکن خبر داد و با آرزوی به نتیجه رسیدن این تلاش ها، به سخنان خود پایان داد.

در این راستا، ایستاسیه های روابط عمومی به هنگام پذیرش و جذب در دوره کارشناسی ارشد رشته مذکور، از جایگاه ویژه ای برخوردارند. اهمیت مباحث روابط عمومی در حوزه تبلیغات و بازاریابی تا جایی است که این دوره تخصصی با درس مبانی روابط عمومی و تبلیغات آغاز می شود و تا پایان دوره نیز ارتباط نزدیک این دو حوزه علمی و همپوشانی هایی که دارند، در تدوین متون و جزوات درسی دانشجویان این رشته، مدنظر قرار گرفته است.

دکتر دهقان به تاریخ ظهور روابط عمومی در سال ۱۹۰۵ م و قدمت ۱۰۰ ساله آن در ایران با پیشگامی شرکت ملی نفت اشاره کرد و گفت: امروز با این حقیقت تلخ، روبرو هستیم که هنوز، پس از گذشت سالها، روابط عمومی، جایگاه واقعی خود را در جامعه ایران، پیدا نکرده است. و این کاستی شاید ناشی از عهده داری امور، توسط مدیران تجربی در دوره های پیش و پس از انقلاب اسلامی بوده است و نه مدیران متخصص.

وی افزود: همانگونه که مستحضرید، حوزه بازاریابی، پیش از انقلاب، بسیار محدود بود اما به لطف خدا، پس از انقلاب، به صورت یک رشته دانشگاهی درآمده و امروز در دانشگاه های شهید بهشتی، علامه طباطبایی، امام صادق علیه السلام و دانشگاه آزاد، در سطوح کارشناسی، کارشناسی ارشد و دکتری، تدریس می شود.

رشته تبلیغات نیز در سال ۱۳۸۰ در سطح کارشناسی ارشد در دانشکده صدا و سیما، پایه گذاری شد که در آینده ای نزدیک، شاهد راه اندازی دوره دکتری آن نیز خواهیم بود. تأکید می کنم که برای پذیرش دانشجوی دکتری تبلیغات در دانشکده صدا و سیما، از فارغ التحصیلان کارشناسی ارشد رشته روابط عمومی، بیش از سایرین، استقبال خواهد شد.

دکتر دهقان، انجمن روابط عمومی ایران را پیشگاه حرکت های صنفی روابط عمومی در ایران دانست و گفت: ما در دانشکده صدا و سیما، برنامه برگزاری جلسات مشترک آموزشی با انجمن روابط عمومی ایران را نیز پیش بینی و تدوین نموده ایم که انشاءالله به تصویب طرفین خواهد رسید.

دکتر دهقان، در ادامه سخنانش به برگزاری «سمینار تخصصی بازاریابی، روابط عمومی و تبلیغات» طی چهار روز، از چهارم تا نهم آبان ماه در دانشکده صدا و سیما، اشاره کرد و گفت: در این سمینار، طی یک روز، مباحث گروه بازاریابی از سوی دپارتمان دکتری دانشگاه شهید بهشتی و کارشناسی ارشد دانشگاههای علامه طباطبایی و امام صادق علیه السلام، مطرح خواهد شد.

سخنران خارجی این بخش، دیوید کاتلر، پدر بازاریابی، خواهد بود. روز دوم سمینار به مباحث روابط عمومی اختصاص خواهد یافت. طی هماهنگی های انجام شده با انجمن روابط عمومی ایران به عنوان یک نهاد مدنی رسمی در این حوزه، فراخوانی صادر شده و مقالات برگزیده هیأت ژوری از میان آنچه در پی فراخوان ارائه خواهد شد، در سمینار عنوان می شوند.



دکتر دهقان و مؤده برگزاری سمینار بازاریابی، روابط عمومی و تبلیغات

دکتر دهقان، عضو هیأت علمی دانشکده صدا و سیما و رئیس صندوق رفاه اعضای هیأت علمی این دانشکده، که در جلسه چهارشنبه، پنجم تیرماه انجمن روابط عمومی ایران، حضور داشت، در آغاز سخنانش گفت: هدف ما از ایجاد پایه کارشناسی ارشد تبلیغات و بازاریابی در دانشکده صدا و سیما، در حقیقت، برقراری پیوندی منطقی، میان مباحث تبلیغات و بازاریابی از یک سو و تبلیغات و روابط عمومی، از سوی دیگر بوده است.

ما خواسته ایم تا این پیوند علمی را نهادینه کنیم و برای تحقق این خواسته، همواره در تلاش بوده ایم.

از آنجایی که روابط عمومی پیچیدگی های تخصصی بسیاری دارد، کارگاه های آموزشی چندی نیز در این سمینار در جهت تبیین مباحث نظری موجود و دستاوردهای جدید علمی برگزار خواهد شد. هدف از برگزاری این کارگاه ها، اطلاع رسانی از دستاوردهای روابط عمومی ها نیز هست.

دکتر دهقان در ادامه اذعان داشت: هدف ما بررسی میزان اثربخشی و افکتیویسه عملی کمیون های اجرا شده در این دو حوزه، یعنی روابط عمومی و تبلیغات است. از آنجایی که برنامه ریزی های هدفمند تبلیغاتی یا همان کمیون ها، به عنوان یک دانش در دانشگاه های بسیاری از کشورها، تدریس می شود و اصولاً طی حدود صد سال تدریس رشته تبلیغات در بیش از صد و چهل دانشکده در دنیا، فاصله میان روابط عمومی و تبلیغات، چنان نزدیک می نماید که شاید مرزبندی بین این دو، جایز نباشد.

در طول روزهای برگزاری سمینار، تولیدات تصویری در حوزه تبلیغات و روابط عمومی و حتی فیلم های سینمایی تولید شده توسط روابط عمومی ها، در ۵ سینما، در سراسر تهران و در سانس های از پیش تعیین شده، به نمایش در خواهد آمد.

در روز سوم سمینار، به مباحث نظری و عملی تبلیغات پرداخته می شود.

در روز چهارم، شاهد یک جمع بندی دقیق از میان مباحث بازاریابی، روابط عمومی و تبلیغات خواهیم بود.

در این بخش از سمینار، دو مقاله از هر یک از سه حوزه مذکور برگزیده می شود. کمیته برگزاری این سمینار، امیدوار است که شاهد حضور مقامات عالی کشوری در مراسم افتتاحیه و اختتامیه نیز باشد.

دکتر دهقان افزود: مهم این است که در پی برگزاری این سمینار، جایگاه واقعی روابط عمومی به عنوان مرکز جمع آوری اطلاعات، پردازش داده ها و استخراج نتایج علمی در یک سیستم از یک سو و سخنگویی سازمان متبوع از سوی دیگر، بهتر شناخته شود.

برگزاری این سمینار، از طریق فراخوان انجمن، سایت دانشکده صدا و سیما و رسانه های جمعی، در زمان مقتضی، اطلاع رسانی خواهد شد. وی در ادامه گفت: همزمان با برگزاری این سمینار چهار روزه، برگزاری یک فستیوال نیز با عنوان «جشنواره ملی فیلم دانشجویی»، پیش بینی شده است.

دکتر دهقان در پایان سخنانش، به معماری زیبا و محیط مناسب دانشکده صدا و سیما برای برگزاری این سمینار و جشنواره و نمایشگاه جانبی آن اشاره کرد و نسبت به تشکیل دوره های آموزشی کاردانی و کارشناسی مشترک این دانشکده با انجمن روابط عمومی ایران، ابراز امیدواری نمود و گفت: چنانچه برگزاری این کلاس های آموزشی مشترک با توافق اعضای محترم هیأت مدیره انجمن، محقق شود، دانشکده صدا و سیما، برای صدور مدرک و گواهینامه های علمی فارغ التحصیلان مربوطه، اعلام آمادگی می نماید.

نهایت آرزوی ما این است که ارتباط منطقی لازم، میان بخش های

مختلف تبلیغات، بازاریابی و روابط عمومی، ایجاد شود. ما برای تحقق این مهم، نهایت تلاش خود را به کار می بندیم تا تمام سازمان های فعال در این کشور، از نتایج کار ما بهره مند شوند.

**«دیگران کاشتند و ما خوردیم
ما بکاریم و دیگران بخورند.»**



دکتر امیدعلی مسعودی و روابط عمومی معنایی سخنران صد و دوازدهمین نشست علمی- تخصصی انجمن روابط عمومی ایران، دکتر امید علی مسعودی، دارای دکترای تخصصی علوم ارتباطات، استاد دانشگاه های تهران، علامه طباطبایی، دانشکده صدا و سیما و رئیس دانشکده علوم ارتباطات دانشگاه سوره؛ سال ها، خبرنگاری و نویسندگی در مجلات و روزنامه های کثیرالتنشر متعددی از جمله روزنامه کیهان و ایران را، تجربه کرده و با داشتن سابقه مدیریت اداره کل روابط عمومی وزارت کار در کارنامه خود، تألیفات ارزنده ای را به جامعه علمی ایران ارزانی داشته است که از آن جمله می توان کتب: «اندیشه های بنیادی علم ارتباطات»، «مبانی نگارش رسانه ای» و «خلاصه نویسی برنامه رسانه ها» را نام برد.

