

پیشگفتار چاپ هفتم

از زمان چاپ اول کتاب *تکنیکهای روابط عمومی* در سال ۱۳۸۳ تاکنون تحولات عمیق و شگرفی در همه زمینه‌های اجتماعی، اقتصادی و فرهنگی در جهان اتفاق افتاده است. با شکل‌گیری جامعه اطلاعاتی و تحولات چشمگیر و شگفت‌انگیزی که در زمینه فناوریهای نوین ارتباطی به وقوع پیوسته، آرزوی دیرینه انسان در تسلط بر زمان و مکان و ارتباط آنلاین (بر خط) با استفاده از تمام امکانات صدا، تصویر، متن و ترکیبی از آنها، که با عنوان رسانه‌های متعامل خوانده می‌شود، تحقق یافته است. در زمان تألیف کتاب *تکنیکهای روابط عمومی* یکی از مشکلات اصلی نبود یا کمبود منابع مناسب جهت گردآوری و تهیه کتاب مذکور بود و تأکید بر این مسئله در پیشگفتار چاپ اول کتاب خود مؤید این موضوع است. اما جای بسی خوشحالی است که هم‌اکنون به علت نقش تعیین‌کننده‌ای که روابط عمومی و ارتباطات انسانی در جهت ایجاد تفاهم، شفاف‌سازی و احترام به منزلت انسانی دارد شاهد تحولات و پیشرفتهای فراوانی در ابعاد مختلف فعالیتهای دانش روابط عمومی هستیم. در حال حاضر علاوه بر دانشکده علوم اجتماعی دانشگاه علامه طباطبایی، که بنیان‌گذار این رشته تحصیلی در ایران بوده است، آموزش روابط عمومی در سطح کارشناسی و کارشناسی ارشد و در آینده نزدیک ان‌شاءالله دوره دکتری این رشته در دانشگاههای آزاد، امام صادق (ع)، دانشگاه تهران، دانشکده صدا و سیما و خبرگزاری ایرنا انجام می‌گیرد. امروزه شاهد رشد آموزش علوم ارتباطات و از جمله روابط عمومی هستیم و علاوه بر آن بر اثر احساس نیاز جامعه، دانشگاه علمی کاربردی با همکاری وزارت ارشاد اسلامی در سطح وسیعی به آموزش آکادمیک دوره‌های کاردانی یا کارشناسی غیر پیوسته روابط عمومی همت گماشته است.

در عین حال در سالهای اخیر شاهد برگزاری جشنواره‌ها و همایشهای ملی و بین‌المللی روابط عمومی از سوی سازمانهای دولتی و نهادهای غیر دولتی بوده‌ایم که صرف نظر از چگونگی محتوای آنها در مجموع بیانگر توجه خاص بخشهای دولتی و خصوصی به دانش روابط عمومی به لحاظ علمی و کاربردی است. به همین ترتیب کتابهای متنوع و مختلفی در زمینه روابط عمومی به وسیله مؤلفان داخلی تهیه و تدوین یا از سوی مترجمان از کتب خارجی به فارسی ترجمه شده است.

از جمله رویدادهای مبارکی که در این خصوص به وقوع پیوسته پیشرفت فناوریهای جدید ارتباطی و تولد روابط عمومی الکترونیک است که خود این موضوع سبب ایجاد پیوند مستحکم‌تری بین رشته‌های نرم‌افزاری روابط عمومی و رشته‌های سخت‌افزاری مانند برق و الکترونیک، رایانه و سایر رشته‌های فنی ذی‌ربط شده است. همین امر موجب شده تا علاوه بر علاقه‌مندان متعارف روابط عمومی متخصصان و فن‌مداران هم به این موضوع توجه کنند و در قالب عناوینی از قبیل روابط عمومی الکترونیک، روابط عمومی دیجیتال، روابط عمومی سایبر، روابط عمومی اینترنتی، روابط عمومی مجازی و روابط عمومی^{۱۲} به بررسی و تنظیم و تألیف کتاب پردازند و بدین ترتیب تألیف کتابهای متعدد در زمینه روابط عمومی الکترونیک به نوبه خود بر غنای منابع روابط عمومی افزوده است.

با توجه به تحولات و تغییراتی که در ارتباط با محتوا و منابع روابط عمومی ایجاد شده است نگارنده به همراه دکتر علی اصغر کیا به تألیف کتاب *روابط عمومی الکترونیک* در سال ۱۳۸۹ مبادرت کرده و در عین حال در چاپ هفتم کتاب *تکنیکهای روابط عمومی* بخشهایی با عنوان روابط عمومی الکترونیک و تکنیکهای ارتباط مؤثر و موانع ارتباط مؤثر به کتاب حاضر افزوده شده است.

لازم به ذکر است آنچه در بخش دوم کتاب حاضر آمده است نیاز به بازنگری و اصلاح اطلاعات ندارد زیرا هدف از این بخش در واقع نوعی تمرین

۱. عناوین فوق در کتاب جلالی، ۱۳۸۸، ص ۳۸۳۲ شرح داده شده است.

درسی برای دانشجویان عزیز رشته روابط عمومی و ارائه شاخصهایی است که به وسیله آنها بتوانند به ارزیابی سازمانها و نهادهای روابط عمومی در بخشهای مختلف دولتی و خصوصی بپردازند و در نهایت این مهارت و توانایی را پیدا کنند که به طراحی تشکیلات روابط عمومی کارا، مطلوب، مفید و اثرگذار بپردازند. این شاخصها عبارتاند از:

- مشخصات کلی روابط عمومی؛
 - تعداد کارکنان روابط عمومی؛
 - تعداد افراد متخصص روابط عمومی؛
 - جایگاه روابط عمومی در چارت سازمانی؛
 - چگونگی استفاده یا عدم استفاده از تکنیکهای روابط عمومی (پژوهش، ارتباطات، برنامه‌ریزی - ارزشیابی)؛ و
- در نهایت ارزیابی، ارائه پیشنهادات اصلاحی و تنظیم پروپوزال (طرح) مطلوب برای روابط عمومی مورد مطالعه.
- بنابراین با توجه به اینکه اطلاعات مربوط به شاخصهای مذکور در طول زمان تغییر می‌کند و این اطلاعات مورد تأکید نیست بلکه بررسی شاخصها حائز اهمیت است و براساس این شاخصها می‌توان روابط عمومی سازمانها را به شکل علمی ارزیابی کرد؛ لذا بخش دوم کتاب نیاز به بازنگری و تغییر اطلاعات مذکور را ندارد. امید است خوانندگان فرهیخته و اساتید و متخصصان محترم روابط عمومی با امعان نظر در مطالب کتاب حاضر مؤلف را از راهنماییها و رهنمودهای اثربخش خود محروم ننمایند.

رحمان سعیدی

تیرماه ۱۳۹۰

پیشگفتار

آموزش روابط عمومی^۱ به عنوان یک رشته دانشگاهی قدمت زیادی ندارد. بررسیها نشان می‌دهد که نخستین تشکل آموزش فنون روابط عمومی با عنوان «دوره آموزشی تبلیغات»^۲ در سال ۱۹۲۰ به صورت پاره‌وقت در دانشگاه ایلی‌نویز امریکا به وسیله جوزف رایت^۳ و در سال ۱۹۲۲ در دانشگاه ایندیانا به وسیله فرانک الیوت^۴ شکل گرفت. این دو نفر از استادان رشته روزنامه‌نگاری بودند و در دانشکده‌های روزنامه‌نگاری تدریس می‌کردند.

آموزش منظم و دانشگاهی روابط عمومی در ایران از ۱۳۴۶ آغاز شد و تا ۱۳۵۷ ادامه داشت. به سبب عملکرد نادرست روابط عمومیها در نظام گذشته، پس از پیروزی انقلاب اسلامی این رشته از برنامه آموزش عالی حذف، اما دوباره در سال ۱۳۶۹ به عنوان شاخه‌ای از علوم ارتباطات اجتماعی برقرار شد. مبنای برنامه‌های آموزش این رشته پس از انقلاب اسلامی تا حدود زیادی همان برنامه آموزشی گذشته بود.^۵

بنابراین، با توجه به جوان بودن این رشته تحصیلی در جهان، و به ویژه در ایران، به طور طبیعی یکی از مشکلات موجود، فقدان یا کمبود منابع کافی و کتابهای درسی در آموزش روابط عمومی، به خصوص عناوین دروس تخصصی، است؛ به طوری که وقتی قرار شد نگارنده درس «تکنیکهای روابط عمومی» را

-
1. public relation
 2. publicity course
 3. Josef Wright
 4. Frank Elliot

۵. میرسعید قاضی، ۱۳۷۶، ص ۷-۱۰.

تدریس کند، به رغم جستجو و تلاش فراوان در منابع موجود، کتاب یا حتی جزوهای اختصاصی در این زمینه به دست نیامد و ظاهراً آنچه تدریس می‌شده صرفاً تقریرات استادان محترم بوده است. مشکل دیگری که شاید آن را هم بتوان معلول فقدان متنی منسجم از درس تکنیکهای روابط عمومی دانست، تداخل موضوعات و سرفصلهای مورد تدریس در دروس اصول روابط عمومی، روابط عمومی عملی ۱ و ۲، ارتباط با مطبوعات و فنون روابط عمومی است، و همین امر سبب یکنواختی دروس یادشده برای دانشجویان می‌گردد. از این رو، در کتاب حاضر سعی شده است تا حد امکان با استفاده از منابع فارسی یا خارجی ترجمه شده و با توجه به سرفصلهای تعیین شده از سوی شورای عالی برنامه‌ریزی آموزشی مباحث تهیه شود. گرچه محتوای دروس آموزشی روابط عمومی متعلق به سالهای گذشته است، لزوم تجدید نظر در آنها به وسیله متخصصان و استادان و مسئولان ذی‌ربط و همچنین روزآمد کردن اطلاعات لازم است.

امید است با تلاش پیگیر استادان فرهیخته و مسئولان و دست‌اندرکاران به تدریج مشکلات برنامه‌ریزی آموزشی و محتوای درسی روابط عمومی به عنوان علم، هنر و فنی که نقشی سازنده و تعیین‌کننده در برقراری تفاهم و اعتماد متقابل بین افراد و نهادهای مختلف اجتماعی به عهده دارد، برطرف شود و در عصر ارتباطات این شاخه مهم از علوم ارتباطات جایگاه واقعی خود را در کشور ما به دست آورد.

رحمان سعیدی