

هدف و ماهیت:

در یک بررسی که از یک شماره وال استریت ژورنال در مارس ۱۹۸۱ به عمل آمد، نشان داده شد که بیش از ۴۵ خبر از مجموع ۱۸۸ خبر درج شده در یک شماره این روزنامه را نقل مستقیم اطلاعیه های خبری تشکیل می داد که از سوی روابط عمومی سازمانها به دفاتر این روزنامه ارسال شده بود. بررسی عمیق تری نشان داد که نویسندگان متون خبرهای دیگر این روز و این شماره نیز به نوعی از همکاری ها و یاری های مسؤولین روابط عمومی سازمانها برخوردار بوده اند. این تحقیق و تحقیقاتی دیگر که در متون رسانه های دیگر و چگونگی تهیه این متون به عمل آمده، ثابت کرده است که رسانه ها برای دستیابی به برخی از اخبار وابسته به همکاری روابط عمومی ها هستند.

البته این به آن معنی نیست که وظیفه روابط عمومی ها تنها تزریق رسانه های گروهی است. بلکه از یک قرن پیش، مدیریت سازمانها، روابط عمومی را بخش با اهمیتی از عناصر مدیریت خود می شناسد که برای جلب پشتیبانی گروههای خارجی و داخلی سازمان، ناگزیر به بهره گیری از تکنیک های آن هستند و می پندارند که در شرایط پیچیده اجتماعی، اقتصادی و سیاسی کنونی، ادامه و استمرار فعالیتهای سازمان بدون یاری گرفتن از آن مقدور نیست. در واقع روابط عمومی به معنای امروزی آن بخشی مهم و حیاتی از هر سازمانی است و کارکنان آن باید به مهارت دانش های بسیاری مجهز باشند. از همین رو روابط عمومی به عنوان یکی از دو گرایش رشته علوم ارتباطات در دانشگاهها و مؤسسات آموزش عالی کشور تدریس می شود.

روابط عمومی به معنی کنونی آن، شاخه ی مدیریت نوین و بازوی ارتباطی مدیریت است و آن را بخشی از اجزاء و عناصر مدیریت امروزی می دانند که بر نظریه های علمی، شیوه های کاربردی و تکنیک های معینی استوار است و نوشته ها و متون حرفه ای خاص خویش را دارد و فعالیتهای و اقدامات آن با معیارها و ضوابط خاصی سنجیده می شود و مقررات اخلاقی پذیرفته شده ای نیز برای تشخیص سره از ناسره، رفتارها و کارهای روابط عمومی وضع شده است که می باید به آن عمل گردد.

توانایی های مورد نیاز و قابل توصیه:

هوش بالا، روحیه جستجوگری، قدرت نویسندگی مناسب، داشتن مهارت در زبان انگلیسی، مستعد بودن در تشخیص اخبار و سوژه یابی و... از ویژگی های افرادی است که قصد ورود به این رشته را دارند.

در یک جمع بندی کلی وظیفه روابط عمومی و مؤسسات به ترتیب زیر طبقه بندی می شود:

- ۱- اقدامات ارتباطی کارشناسانه، طرح ریزی شده و مستمر جهت انتقال پیام مدیریت مؤسسه به گروهها و افرادی که به نحوی برای مؤسسه اهمیت دارند.
- ۲- مراقبت، نظارت، بررسی و شناخت عقاید، نظرات، خواسته ها و گرایشهای افراد و گروهها در مورد مسائل مربوط به سازمان و ارائه پیشنهادهای کارشناسانه به مدیریت در این زمینه ها.
- ۳- بررسی و کشف اثرات اجرای اقدامات مؤسسه بر روی گروهها و تجزیه و تحلیل پیش بینی واکنش مردم در هنگام اجرای سیاستها و اقدامات مؤسسه و آماده سازی بیشتر اقدامات سازمان.
- ۴- پیشنهاد جهت تصحیح آن بخش از خط مشی ها، سیاستها و روشهایی که در تضاد و تقابل با منافع گروهها و یا عمومی مردم قرار دارد.
- ۵- کشف و شناخت آن دسته از اقدامات مؤسسه که در جهت منافع همگان است و تبلیغ این اقدامات و محور قرار دادن آنها در متون و پیامهای ارتباطی - تبلیغی.
- ۶- پیشنهاد برنامه ها و روشهای تازه که هم در جهت منافع و علایق همگان و هم در جهت منافع مؤسسه اند.
- ۷- ایجاد تغییرات موردنظر در دانش، عقاید، گرایشها و رفتار گروههای داخل و خارج سازمان.

کارشناس خوب روابط عمومی برخلاف ذهنیت عامه مردم سعی در پنهان ساختن اخبار بد ندارد. همچنین وظیفه اش در بسط اطلاعاتی که مستقیماً از سطوح بالاتر سازمان می گیرد، خلاصه نمی شود. بلکه کارشناس روابط عمومی یک مشاور است که جریان دو طرفه ارتباطی را بین شرکت و مخاطبان آن میسر می سازد و بر این اعتقاد است که رمز موفقیت یک برنامه مؤثر روابط عمومی، قابلیت انتقال پیام صحیح از راه صحیح، در زمان مطلوب و به فرد صحیح است. در واقع کارشناس روابط عمومی از یک سو وظیفه آگاه کردن، خبر دادن و مطلع کردن مردم از مقاصد مدیریت سازمان را بر دوش دارد و از سوی دیگر مسؤلیت ارائه مشورت های کارشناسانه با مدیریت مؤسسه در مورد طرز تفکر مردم و گروه های مورد توجه آن حوزه و تجزیه و تحلیل افکار عمومی و بررسی جامعه شناختی گرایشها و طرز تفکرهای مردم بر عهده او می باشد.

وضعیت ادامه تحصیل در مقاطع بالاتر

امکان ادامه تحصیل تا مقطع کارشناسی ارشد وجود دارد و دانشگاه های تهران علامه طباطبایی و دانشکده صدا و سیما ارائه دهنده این مقطع هستند.

آینده شغلی و بازار کار:

در مورد بازار کار باید گفت بازار کار ملی و بین المللی برای روابط عمومی وجود دارد. هر قدر رسانه ها بیشتر توسعه یابند و شهرنشینی بیشتر گسترش پیدا کند نیاز به حرفه روابط عمومی تشدید می شود. در حال حاضر فارغ التحصیلان روابط عمومی در مشاغل مربوط به رشته خود از قبیل خبرنگاری، روزنامه نگاری و... مشغول می شوند.

دروس اصلی و تخصصی روابط عمومی

دروس اصلی و اختصاصی مشترک با روزنامه نگاری	
اصول علم سیاست	کلیات حقوق
حقوق اساسی	روش های تحقیق نظری
روش های تحقیق عملی	نظریه های جامعه شناسی
سمینار مسائل سیاسی و استراتژی معاصر	اندیشه های سیاسی در قرن بیستم
مبانی ارتباطات اجتماعی	ارتباطات بین المللی
ارتباطات سیاسی	ارتباطات انسانی
روش های بررسی و تحلیل پیام های بازرگانی	ارتباطات تصویری
نظریه های ارتباطات اجتماعی	گرافیک و صفحه آرایی در مطبوعات
فتوژورنالیسم (عکاسی خبری)	تکنولوژی چاپ و نشر
تجزیه و تحلیل برنامه های رادیو و تلویزیون	افکار عمومی و وسایل ارتباط جمعی

دروس تخصصی رشته روابط عمومی	
اصول روابط عمومی	مدیریت و روابط عمومی
روابط عمومی عملی ۱ و ۲	تکنیک های روابط عمومی
افتتاح و تبلیغ	ارتباط با مطبوعات
ارتباطات شفاهی	