

# هستیم

ضیافت شام مجله روابط عمومی به پاس حضور پروفیسور یحیی کمالی پور در ایران

## در ستایش فروتنی...

مروری بر دیدگاه های دکتر کمالی پور به بهانه حضور در ایران



پژمان موسوی

Pejman.mousavi@gmail.com

سال گذشته، همایش ها، بحث ها، نشست ها و کارگاه های گوناگونی ارائه شده و همچنین نشریات، کتاب ها و مقالات زیادی به چاپ رسیده که قابل تقدیر است؛ ولی از منظر یک ایرانی دور از وطن و دلسوز که همواره از راه های مختلف، از جمله اینترنت در تماس مداوم با دست اندرکاران عمومی و ارتباطات هستم، چنین به نظرم می رسد که ما طبق عرف رایج در کشورمان، بیشتر وقت مان را صرف شعارپردازی و حرف های دلنشین می کنیم تا عمل؛ و در این میان، همواره درگیر این مسائل هستیم که: شکل مهم تر است یا محتوا؟ علم بهتر است یا ثروت؟ تعامل بهتر است یا رودررویی؟ خوش اخلاقی بهتر است یا بداخلاقی؟ مشورت بهتر است یا تک روی؟ تخصص بهتر است یا بی تخصصی؟ مجادله بهتر است یا مباحثه؟ آزادی بهتر است یا دربند بودن؟ بی خبری بهتر است یا آگاه بودن؟ «دکتر کمالی پور در همین چارچوب و در آن زمان اینگونه نتیجه گرفته بود که «اینها همه به جای خود، ولی ما از کجا و چه گونه باید در این دنیای پرشتاب دیجیتال، جایگاه علمی، حرفه ای، عملی و سازمانی روابط عمومی را نهادینه کنیم؟ در حالی که روابط عمومی الکترونیک به سرعت در حال تکامل و پیشرفت است و جایگاه قابل توجهی در کشورهای پیشرفته و شرکت های جهانی دارد، به راستی چند دانشگاه در ایران رشته ارتباطات و یا حداقل درس ابتدایی ارتباطات و روابط عمومی را ارائه و تدریس می کنند؟ به راستی چه تعدادی از مدیران شرکت ها و نهادهای دولتی و غیردولتی به این حرفه اهمیت می دهند و یا آن را درک می کنند؟ و به راستی چه تعداد از مسئولان روابط عمومی در این رشته تحصیل کرده اند؟» این دغدغه ی استاد دغدغه ی امروز بسیاری از اهالی روابط عمومی ایران هم هست؛ به واقع چه تعداد از شاغلین در روابط عمومی های ایران <در این رشته تحصیل کرده یا سابقه ی کار در روابط عمومی ها را دارند؟ آیا فکر نمی کنیم یکی از دلایل نارسایی روابط عمومی ها در ایفای وظایف ذاتی شان > همین مقوله باشد؟ دکتر کمالی پور همچنین درباره ماهیت حرفه روابط عمومی بر این باور است که «روابط عمومی، چه الکترونیک و چه سنتی، کالا نیست، ابزار تجملی نیست، بلکه علم و

نجاتش مثال زدنی بود؛ آرام و منطقی به تک تک سخنان گوش می داد و تنها هر جا که ضروری می دید لب به سخن می گشود. با شنیدن آنچه بر روزنامه نگاری و روابط عمومی کشور در سال های اخیر رفته است، ناخودآگاه آهی از سر درد می کشید و به فکر فرو می رفت؛ مسائل را نه جزئی و خرد که کلان می دید و بر این باور بود که دغدغه های اهالی علوم ارتباطات در ایران، می بایست ریشه ای و عمیق و نه سطحی مورد بررسی و تجزیه و تحلیل قرار گیرد...

آری! پروفیسور یحیی کمالی پور رئیس دپارتمان ارتباطات و هنرهای خلاق و مدیر مرکز مطالعات جهانی در دانشگاه پوردو در ایالت ایندیانا ی آمریکا و استاد ارشد رشته روابط عمومی چندی پیش و در یکی از روزهای گرم تیر ماه ۸۹، میهمان مجله «روابط عمومی» بود. در این نشست رسمی که جمعی دیگر از اساتید بنام علوم ارتباطات ایران نیز حضور داشتند، پروفیسور کمالی پور در یک گفتگوی رسمی و چالشی با دیگر اساتید حاضر در این نشست، دیدگاه هایش را در خصوص آخرین تحولات علوم ارتباطات ایران و جهان مطرح کرد.

کمالی پور در این نشست با اشاره به موقعیت روابط عمومی در کشورهای پیشرفته گفت: باید مسائل را کلان دید و از جزئیات گذشت زیرا هم اکنون مشکلات ساختاری متعددی در حوزه روابط عمومی وجود دارد که تنها با یک اراده ی جمعی می توان آنها را پشت سر گذارد. کمالی پور نقش اساتید دانشگاه و فعالین حوزه روابط عمومی را در برون رفت از فضای فعلی بسیار موثر دانست و افزود: تنها خانواده ی روابط عمومی کشور دلش به حال خودش می سوزد و به همین دلیل بر این باورم که تک تک اعضای این خانواده می بایست دست به دست هم داده و روابط عمومی ایران را از حالت بن بست کنونی خارج نمایند.

دکتر کمالی پور دارای دیدگاه های خاصی در حوزه ی روابط عمومی است؛ دیدگاه هایی که بسیار ثاقب و تاثیرگذارند و در صورت کاربست آنها می توان نسبت به آینده روابط عمومی در ایران خوشبین بود. وی چندی پیش و با انتقاد از ساز و کارهای حاکم بر روابط عمومی ایران عنوان داشته بود که «خوشبختانه در چند

روابط عمومی

ماهنامه علمی / تخصصی  
انجمن روابط عمومی ایران  
شماره ۷۳ / مهر ۸۹

# پرونده

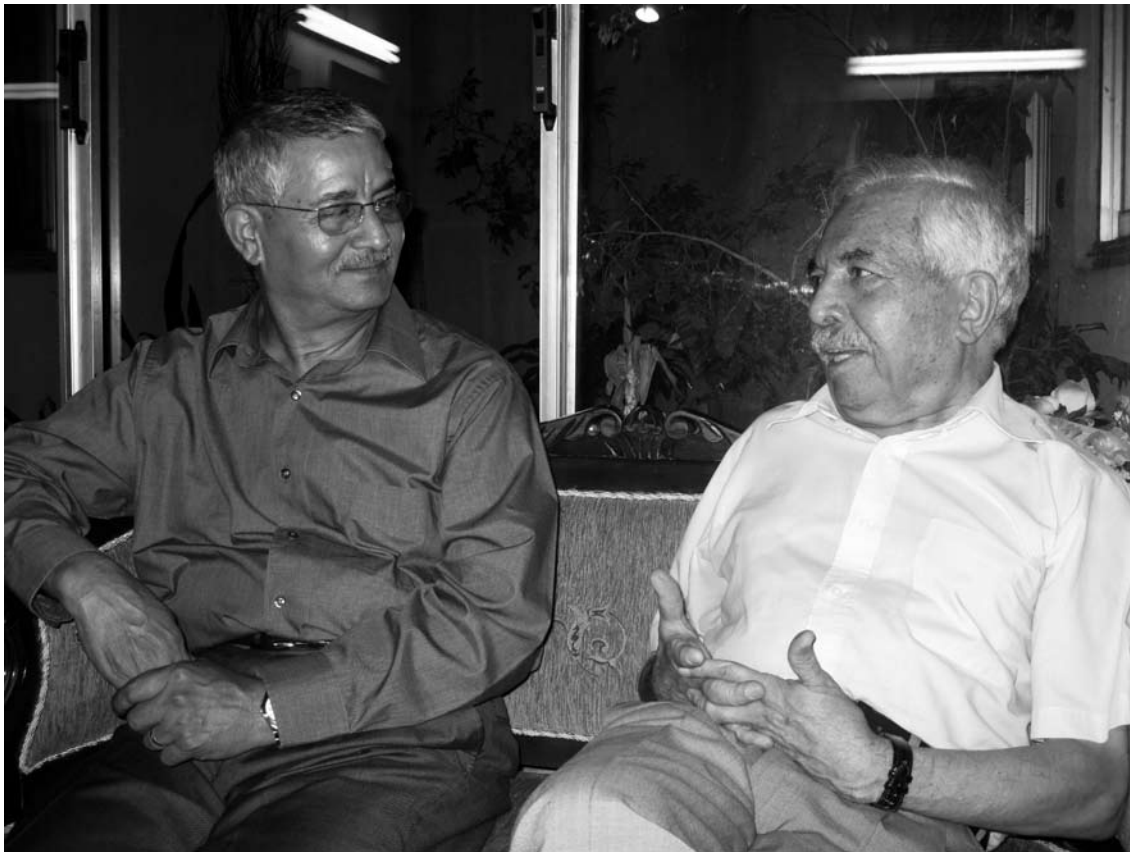
مخاطبان و رسانه‌ها را می‌سازد؛ همچنین شفاف‌سازی و حقیقت‌جویی وظیفه روابط عمومی است و در صورت آگاهی ندادن به جامعه، شایعه جای آن را پرمی‌کند و وظیفه روابط عمومی‌هاست که جامعه را نسبت به آنچه که در سازمان و نهاد می‌گذرد آگاه کنند تا شایعه جای اخبار صحیح و درست را نگیرد.»

کمالی پود برای برون رفت روابط عمومی‌ها از مشکلات روزمره دیدگاه جالبی دارد: «من بر این عقیده‌ام که برای هر نحوه تغییر می‌بایست از آموزش و مرکز آموزشی شروع کنیم. واقعیت این است که روابط عمومی‌ها مانند سایر علوم ارتباطات دچار یک ضعف کیفی و کمی هستند. مراکز آموزشی به خصوص دانشگاهی آن طور که باید و شاید خودشان را هماهنگ با پیشرفته‌ترین اصول علمی و عملی نکرده‌اند. کما اینکه در خیلی از موارد هنوز دست اندرکاران روابط عمومی فرقی بین "روابط عمومی"، "تبلیغ" و "بازاریابی" نمی‌گذارند. از طرفی دیگر بسیاری از مدیران نهادها به اهمیت جایگاه این حرفه پی نبرده‌اند و آن را به طور مستمر تعقیب و حمایت نمی‌کنند. تثبیت جایگاه روابط عمومی مستلزم آموزش علمی (عملی و تئوریک)، شناخت مولفه‌های این حرفه و نقش اساسی آن در راه توسعه‌های فرهنگی، سیاسی و اقتصادی است. نه تنها این رشته

حرفه است که با شناخت و استفاده بهینه از امکانات تکنولوژی‌های دیجیتال و براساس تحقیق و برنامه ریزی خردمندانه، باید راهگشای چالش‌های فرهنگی، اجتماعی، سازمانی و ملی باشد. اینجانب صرفنظر از شرکت در چند همایش ارتباطاتی و روابط عمومی در ایران، برگزارکننده دو کنفرانس بین‌المللی سالانه در کشورهای مختلف هستم و می‌دانم که دوستان روابط عمومی، با چه مشقت‌هایی - و در عین حال با چه شور و شوقی - در پیشبرد و استقرار روابط عمومی کاربردی فعالیت و تلاش می‌کنند.»

وی در همین زمینه بر این باور است: «روابط عمومی نبض اطلاعاتی و انسانی یک نهاد است که در دنیای ناباوری‌های امروز باید باورآفرین باشد و با صداقت به پیدا کردن راه حل منطقی و اساسی برای مشکلات نهادها و سازمان‌ها کمک کند؛ در واقع این روابط عمومی‌ها هستند که می‌توانند کشور ما را به سوی ترقی و پیشرفت سوق داده و قدم‌های بزرگی را در راه پیشرفت کشور بردارند.»

وی همچنین در خصوص مبحث اختلاف برانگیز تفاوت روابط عمومی با تبلیغات بر این باور است: «وظیفه اصلی روابط عمومی‌ها بالا بردن وجهه یک نهاد و سازمان است و از دیدگاه من روابط عمومی پل‌های ارتباطی بین نهادها،



# مقدمه

رسانه‌ها ی جهانی" به آدرس اینترنتی [www.globalmediajournal.com](http://www.globalmediajournal.com) است که در آفریقا، آمریکا، کانادا، کشورهای عربی، استرالیا، چین، هند، مدیترانه، لهستان، اسپانیا و ترکیه چاپ می‌شود. استاد کمالی پور، ویراستار "مجموعه کتب تحقیقاتی رسانه جهانی" انتشارات دانشگاه دولتی نیویورک نیز هستند. وی سخنرانی‌هایی در کشورهای مصر، کانادا، چین، هند، ایران، کنیا، عمان، مکزیک، اسلوانی و ایالات متحده داشته، و در دانشگاه‌های اوهایو، ایلینویز، میسوری، ایندیانا، ایران و آکسفورد (انگلستان) به تدریس پرداخته و علاوه بر حضور در مصاحبه‌ها در رسانه‌های جمعی بیشمار از جمله بی.بی.سی (BBC)، رویترز (Reuters)، ای.بی.سی (ABC)، وی.ای.وی (VOA)، ان.پی.آر (NPR)، تلویزیون نیل، تلویزیون ترکیه، تلویزیون ایران، دیترویت پرس، فیلادفیا اینکوایر، پیتربرگ تریبون، تایمز، و پست تریبون مصاحبه کرده است؛ و مقالات ایشان در نشریات حرفه‌ای و پرفروش آمریکا و دیگر کشورها از جمله شیکاگو تریبون و تایمز منتشر شده است.

دکتر کمالی پور که دریافت کننده جوایز و نشانهای بیشماری می‌باشند، موفق به اخذ مدرک دکترا در رشته علوم ارتباطات با گرایش رادیو، تلویزیون و فیلم، از دانشگاه میسوری در کلمبیا؛ فوق لیسانس در رشته رسانه جمعی از دانشگاه ویسکانسین - سوپریر و لیسانس در رشته ارتباطات جمعی (روابط عمومی) از دانشگاه دولتی مینه سوتا شده است. وی از سال ۱۹۸۶ (۱۳۶۵) تاکنون در دانشگاه پوردو در آمریکا دارای کرسی استادی و از سال ۱۹۷۹ رئیس واحد ارتباطات و هنرهای خلاق این دانشگاه است.

لازم به یادآوری است که در ضیافت شام مجله روابط عمومی به پاس حضور دکتر کمالی پور در ایران، دکتر کاظم معتمد نژاد پدر علوم ارتباطات ایران، دکتر هادی خانیکی عضو هیات علمی دانشگاه علامه طباطبایی و سردبیر مجله آیین، دکتر حسن نمکدوست تهرانی روزنامه نگار و مدیر مرکز آموزش موسسه همشهری، جواد قاسمی رییس پیشین انجمن روابط عمومی ایران، غلامرضا



بایستی در سراسر ایران تقویت شود بلکه همه ی دانشگاه‌ها باید دروس مقدماتی روابط عمومی و ارتباطات را جزء دروس پایه بگذارند. منظور من این است که اکثر دانشجویان حداقل یک واحد درسی در این زمینه داشته باشند. این قدمی مثبت در راه بالا بردن سطح "سواد رسانه ای" در کشور است. از طرفی فکر می‌کنم که مدیران همه نهادهای دولتی و غیر دولتی باید حداقل سالی یک بار در یک سمینار روابط عمومی و ارتباطات شرکت فعال داشته باشند.»

وی از دیگر سو درباره آموزشهای مدرن و دیجیتالی و تاثیر آن بر آینده آموزش های سنتی هم بر این باور است که: «هم‌اکنون بسیاری از دانشگاه‌های آمریکایی و کشورهای دیگر دوره‌های آموزشی آنلاین ارائه و به دانشجویان اجازه ثبت‌نام و پرداخت شهریه از طریق تلفن یا اینترنت را می‌دهند. با افزایش محبوبیت و سرعت آموزش الکترونیک در جهان، تعداد دانشگاه‌های مجازی و دانشگاه‌های غیر مجازی که این دوره‌ها را در برنامه خود گنجانده‌اند نیز افزایش می‌یابد. در حال حاضر دانش‌آموزان در سراسر جهان می‌توانند سری به کلاس‌های مجازی بزنند، به طور همزمان با دانش‌آموزان دیگر در نقاط دور دست ارتباط برقرار کنند، ایده‌های خود را به اشتراک بگذارند و در تحقیقات گروهی یا آزمایشگاهی شرکت کنند. دانش‌آموزان و معلمان اکنون با استفاده از چارچوب‌های تعاملی دیجیتال، می‌توانند در بحث و گفتگو با متخصصان حوزه‌های مختلف نظیر سیاست، فرهنگ و محیط زیست شرکت کنند. در آینده نزدیک، حتی دانش‌آموزانی که زبان محل دانشگاه را بلد نیستند می‌توانند با استفاده از ابزار فن‌آوری‌های عصر اطلاعات به تحصیل در آن دانشگاه بپردازند. جادوی فن‌آوری دیجیتال ترجمه همزمان یک زبان به یک یا چند زبان دیگر را فراهم ساخته است و دانشجویان در سراسر جهان برای دانش آموختن دیگر نیازی به ترک کشور خود ندارد. گرچه روش‌های سنتی تحصیل و آموزش به سرعت در حال منسوخ شدن هستند، برجستگی دانش و آموزش رسمی سرعت بیشتری کسب می‌کند. آموزش یکی از عوامل کلیدی توسعه و رشد ملی است و خوشبختانه، دیگر به عوامل جغرافیایی نیز محدود نخواهد شد. آموزش در حال فراموشی شدن است و در هر جا به سرعت، ارزان و آسان قابل دسترسی خواهد بود. کمالی پور همچنین در حوزه روزنامه نگاری نیز دارای دیدگاه‌های تامل برانگیزی است. ایشان اخیراً با اشاره به وضعیت روزنامه‌های چاپی و رسانه‌های اینترنتی گفته بود: «به اعتقاد من با وجود رشد روز افزون سایت‌های اینترنتی و دیجیتالی شدن همه امور، روزنامه‌های چاپی باقی می‌مانند، اما اندازه روزنامه‌ها و حجم‌شان کمتر خواهد شد و همچنین به سمتی خواهند رفت که روی منابع محلی تأکید و تمرکز کنند و مخاطبان محلی را جذب کنند.»

لازم به ذکر است پروفیسور کمالی پور، بنیانگذار و سر دبیر شبکه روبه رشد "نشریه

# پرونده

کاظمی دینان رییس هیات مدیره انجمن روابط عمومی ایران، حسن میر عابدینی پژوهشگر و عضو هیات علمی دانشکده صدا و سیما، نیز حضور داشتند.

جنگ، رسانه ها و تبلیغات: دیدگاه جهانی  
کمالی پور، یحیی و سنو، ان (ویرایشگران). ۲۰۰۴

## کتاب شناسی پروفسور یحیی کمالی پور

مجموعه مقالات نخستین همایش روابط عمومی الکترونیک  
به همراه مقدمه‌ای از دکتر یحیی کمالی پور

جهانی سازی در استیلاي رسانه های واحد  
کمالی پور، یحیی و آرتز، ال. (ویرایشگران). (۲۰۰۳)

ارتباطات جهانی - به همراه مقالات انتقادی کتاب  
کمالی پور، یحیی (ویرایشگر). ۲۰۰۲

حق ارتباط: امیدهای تاریخی، مناظره های جهانی، و مقدمات آینده  
نویسندگان: علیا دکرووری، محمود عید و یحیی کمالی پور

رسانه ها، س ک س، خشونت و موادمخدر در دهکده جهانی  
کمالی پور، یحیی و رمپال، ک، ۲۰۰۲

نشریه رسانه های جهانی - نسخه آمریکا (نسخه چاپی)

تصویر آمریکا در جهان: دیدگاه چندفرهنگی - به همراه مقاله های انتقادی کتاب

گوی رسانه ها؛ گرایش بین المللی رسانه های جمعی  
آرتز، ب، و یحیی کمالی پور. با مقدمه سیز هاملینک. ۲۰۰۷

گوناگونی فرهنگی و رسانه‌های آمریکا - به همراه مقاله های انتقادی کتاب  
کمالی پور، یحیی و کارلی، تی. ۱۹۹۸

ارتباطات جهانی، ویرایش دوم  
یحیی کمالی پور، ویراستار، ۲۰۰۷

رسانه های آمریکا و خاورمیانه: چهره و ادراک

رسانه ها و سیاست در جنگ عراق  
آرتز، ال، و یحیی کمالی پور (ویرایشگران). ۲۰۰۵