

CZU: 37.017

DOI: 10.46727/c.v2.16-17-05-2024.p169-174

RELAȚIILE PUBLICE ÎN EDUCAȚIE – INTEGRAREA TRADIȚIEI ȘI MODERNITĂȚII, PROFESIONALISM ȘI PRAGMATISM

PUBLIC RELATIONS IN EDUCATION – INTEGRATION OF TRADITION AND MODERNITY, PROFESSIONALISM AND PRAGMATISM

Bărculescu Marilena, profesor
Colegiul Tehnic „Valeriu D. Cotea” Focșani

Bărculescu Marilena, teacher
Technical College „Valeriu D. Cotea" Focșani
<https://orcid.org/0009-0009-4730-286X>
barculescu.marilena@gmail.com

Rezumat. *Articolul evidențiază importanța relațiilor publice în contextul educațional contemporan, subliniind evoluțiile majore din acest domeniu și impactul lor asupra proceselor de învățare și formare a viitorilor specialiști. Integrarea conceptelor de relații publice în învățământul superior pregătește studenții pentru cerințele pieței actuale, abordând teme precum gestionarea imaginii instituționale, comunicarea internă și externă sau responsabilitatea socială a organizațiilor. Profesionalizarea în domeniul relațiilor publice devine tot mai importantă, iar integrarea practicilor și standardelor internaționale în programele de studiu facilitează adaptarea la contextele globale. În plus, tehnologiile moderne oferă noi oportunități de învățare și dezvoltare, contribuind la formarea unor specialiști competenți și conectați la schimbările din domeniul relațiilor publice.*

Cuvinte-cheie: *relații publice, educație, învățământ superior, profesionalizare, practici internaționale, tehnologii moderne*

Abstract. *The article highlights the importance of public relations in the contemporary educational context, highlighting the major developments in this field and their impact on the learning and training processes of future specialists. The integration of public relations concepts in higher education prepares students for the demands of the current market, addressing topics such as managing the institutional image, internal and external communication or the social responsibility of organizations. Professionalization in the field of public relations is becoming increasingly important, and the integration of international practices and standards in study programs facilitates adaptation to global contexts. In addition, modern technologies offer new opportunities for learning and development, contributing to the formation of competent specialists connected to changes in the field of public relations.*

Keywords: *public relations, education, higher education, professionalization, international practices, modern technologies*

Introducere

În contextul educațional actual, înțelegerea și aplicarea conceptelor din domeniul relațiilor publice devin tot mai importante pentru formarea viitorilor specialiști. Învățământul superior integrează tot mai mult discipline legate de comunicare și relații publice pentru a pregăti studenții pentru cerințele pieței actuale. Studiul relațiilor publice în cadrul instituțiilor de învățământ contribuie la dezvoltarea competențelor necesare pentru gestionarea eficientă a comunicării în diverse medii și contexte [3]. Profesorii și cercetătorii din domeniul educației joacă un rol esențial în promovarea cunoștințelor și practicilor din domeniul relațiilor publice în rândul studenților. Programul de studii în relații publice oferă elevilor oportunitatea de a înțelege importanța comunicării eficiente în

organizații și instituții educaționale. Cursurile de relații publice din universități abordează teme legate de gestionarea imaginii instituționale, comunicarea internă și externă, precum și responsabilitatea socială a organizațiilor. Practica în domeniul relațiilor publice oferă studenților oportunități de a aplica cunoștințele teoretice în contexte reale și de a-și dezvolta abilitățile practice [2]. Participarea la evenimente academice și conferințe internaționale în domeniul relațiilor publice îi expune pe studenți la noile tendințe și perspective din acest domeniu. Proiectele de cercetare în colaborare cu instituții și organizații educaționale facilitează înțelegerea impactului comunicării strategice în mediul academic. În cadrul instituțiilor de învățământ, relațiile publice sunt esențiale pentru construirea unei imagini pozitive și pentru menținerea relațiilor cu diversele părți interesate. Programul de studii în relații publice încurajează elevii să devină comunicatori eficienți și lideri în domeniul educațional și nu numai. Prin intermediul educației în domeniul relațiilor publice, studenții învață să gestioneze situații de criză și să comunice în mod adecvat cu diversele categorii de public. Integrarea conceptelor de relații publice în curriculumul școlar pregătește elevii pentru a deveni profesioniști competitivi într-o piață a muncii din ce în ce mai exigentă. Profesorii și studenții din domeniul educației sunt implicați în proiecte de responsabilitate socială și voluntariat, folosind comunicarea strategică pentru a promova schimbări pozitive în comunitate. Abordarea interdisciplinară în educația superioară integrează elemente de relații publice în programele de studiu, pregătind absolvenții pentru provocările și oportunitățile din diversele domenii profesionale.

Tradiții în relații publice

Într-un context cultural nord-american din ce în ce mai dinamic și competitiv, conceptul de "relații publice" a devenit crucial în abordarea și gestionarea relațiilor dintre întreprinderile producătoare și publicul lor consumator. Odată cu apariția nevoii practice de a comunica eficient cu diversele categorii de public, s-a conturat o nouă optică privind importanța și rolul relațiilor publice în mediul afacerilor. În 1952, "părintele relațiilor publice" și unul dintre cei mai influenți oameni ai secolului al XX-lea, Edward L. Bernays, publica lucrarea "Relații Publice", oferind o perspectivă amplă și sistematică asupra acestui domeniu emergent [1]. Această contribuție reprezintă un punct de cotitură în înțelegerea și promovarea relațiilor publice, consolidându-le rolul strategic și necesitatea în cadrul organizațiilor și societății în general. Bernays a contribuit la definirea clară a conceptului de relații publice și a evidențiat importanța lor în creșterea eficacității organizațiilor, subliniind rolul lor în gestionarea și influențarea atitudinilor și comportamentelor publicului.

În 1976, Rex Francis Harlow, un reputat teoretician în domeniul relațiilor publice, a realizat un studiu exhaustiv consultând literatura de specialitate și intervievând 84 de specialiști în PR, identificând astfel 472 de definiții ale relațiilor publice, variind în detaliu și perspectivă. Din această diversitate de abordări, Harlow a distins elementele comune și a formulat o definiție concisă: "Relațiile publice reprezintă o funcție managerială distinctă ce facilitează comunicarea reciprocă, acceptarea și cooperarea între o organizație și publicul său; ele includ managementul problemelor, informându-i pe manageri despre opinia publică și provocările acesteia; de asemenea, ele evidențiază responsabilitatea managerilor de a anticipa schimbările din mediul înconjurător; cercetarea și comunicarea bazate pe principii etice sunt instrumente esențiale în această practică".

În lucrarea sa monumentală din 1952, Bernays susține importanța crucială a cunoștințelor din domeniul relațiilor publice în era modernă [6]. Evidențiind legătura strânsă între tradiție și contemporaneitate în acest domeniu al științelor sociale, el argumentează că "Relațiile publice sunt esențiale pentru adaptarea, interpretarea și armonizarea relațiilor dintre indivizi, grupuri și societate. Într-o lume competitivă, înțelegerea și sprijinul publicului sunt vitale pentru succesul organizațiilor.

Capacitatea de a comunica eficient cu publicul este un element cheie pentru toți actorii din această ecuație."

Suntem implicați într-un proces complex cu dublu sens, în care interacționăm atât cu publicul cu care avem contact personal - prieteni, clienți, furnizori - și care influențează atitudinile și acțiunile noastre, cât și cu publicul cu care nu interacționăm direct, dar care ne influențează prin intermediul simbolurilor - cum ar fi cuvintele și imaginile din presă, cărți, reviste, radio, televiziune, filme, platforme online de studiu și alte mijloace de comunicare. Prin acest proces complex, ne formăm înțelegerea sau înțelegem greșit lumea din jurul nostru, iar în același timp suntem înțeleși sau înțeleși greșit de către ceilalți.

Activitatea de relații publice joacă un rol crucial în transformarea competiției, un element fundamental al societății noastre, într-un proces mai eficient și mai productiv. În acest proces, diverse idei și concepte concurează pentru sprijinul și interesul publicului, încercând să îl determine să adopte anumite credințe și acțiuni sau să le respingă.

După perioada de după 1945, relațiile publice au devenit din ce în ce mai distincte în cadrul profesiunilor și au devenit o componentă majoră a vieții contemporane. Ele și-au extins domeniile de acțiune, tehnicile de lucru și modurile de organizare, dar în același timp s-au concentrat pe un set comun de valori etice care stau la baza practicii profesionale. De-a lungul timpului, corpusul de cunoștințe teoretice asociate cu relațiile publice s-a diversificat, iar profesia s-a consolidat pe baza unor principii etice și teoretice comune.

Segmentul educațional al relațiilor publice

Aceste schimbări majore din viața socială, economică și politică au o influență semnificativă și în domeniul educației și didacticii. O educație adecvată în domeniul relațiilor publice devine tot mai importantă în contextul actual, în care organizațiile sunt tot mai dependente de gestionarea și consolidarea relațiilor cu publicul pentru a-și menține reputația și succesul pe piață. În acest sens, învățarea conceptelor și strategiilor de relații publice devine esențială pentru formarea viitorilor profesioniști din diverse domenii.

Prin integrarea acestor aspecte în programele educaționale și prin promovarea unei înțelegeri mai profunde a importanței relațiilor publice, instituțiile de învățământ pot pregăti studenții pentru provocările și oportunitățile prezentate de mediul profesional contemporan. În plus, dezvoltarea abilităților practice și a cunoștințelor teoretice în domeniul relațiilor publice în cadrul curriculumului școlar poate facilita tranziția studenților către piața muncii și le poate oferi instrumentele necesare pentru a face față cerințelor și schimbărilor din industrie.

Pe lângă educația formală, tehnologiile digitale și noile modalități de comunicare oferă și oportunități de autoeducație și dezvoltare personală în domeniul relațiilor publice. Accesul la resurse online și platforme de învățare poate permite indivizilor să-și îmbunătățească cunoștințele și abilitățile în acest domeniu, să-și dezvolte rețele profesionale și să fie la curent cu ultimele tendințe și practici în domeniu. Prin urmare, integrarea educației în domeniul relațiilor publice în cadrul sistemului educațional și promovarea continuă a învățării pe tot parcursul vieții sunt aspecte esențiale pentru adaptarea la schimbările din mediul profesional și pentru dezvoltarea unei societăți mai informate și conectate.

În domeniul educațional, dezvoltarea relațiilor publice moderne reprezintă un subiect de interes tot mai mare, întrucât evoluțiile majore care au avut loc în acest domeniu afectează în mod direct și procesele de învățare și formare a viitorilor specialiști [4]. Aceste evoluții includ:

- Creșterea numărului și diversității programelor de relații publice în diferite sectoare ale economiei, vieții sociale și politice, precum și în activitățile guvernamentale, sindicale, ONG-urilor și instituțiilor culturale și educaționale.
- Explozia publicațiilor și a forumurilor de dezbatere dedicate relațiilor publice, evidențiind o creștere semnificativă a interesului și implicării în acest domeniu.
- Dezvoltarea și extinderea formelor de pregătire profesională în relațiile publice, reflectând necesitatea unei educații specializate și actualizate pentru viitorii practicieni.
- Internaționalizarea practicilor și a standardelor din domeniul relațiilor publice, relevând importanța adaptării la contextele și cerințele globale.
- Creșterea responsabilității profesionale în relațiile publice, subliniind necesitatea unei conduită etice și a unei abordări responsabile în activitatea profesională.

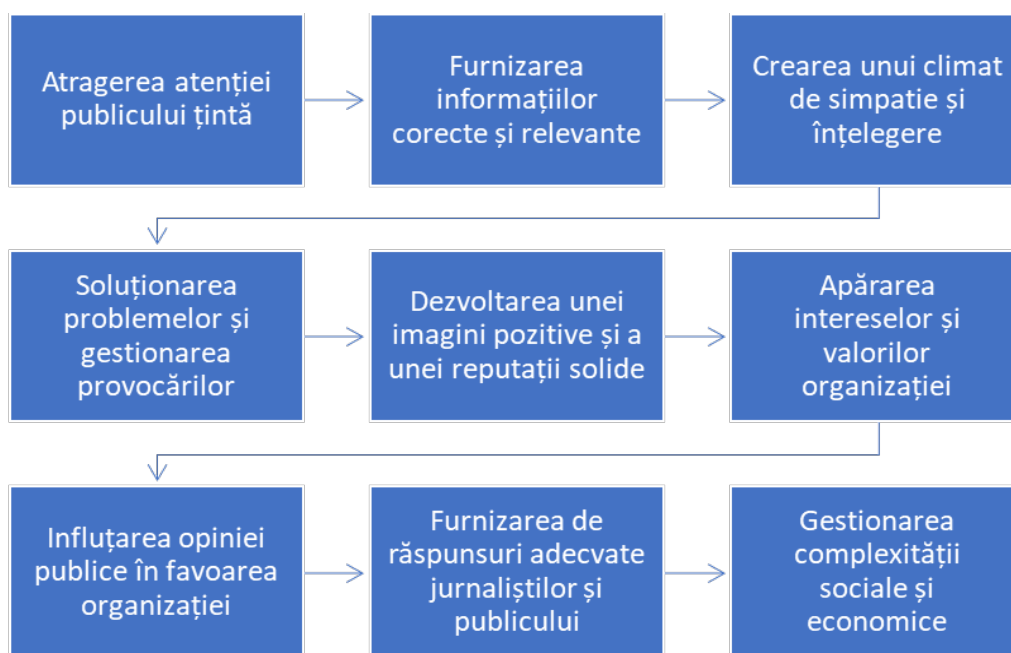


Fig. 1. Obiectivele principale ale comunicării în relațiile publice

Aceste aspecte sunt integrate în programele educaționale din domeniul relațiilor publice, având drept scop pregătirea studenților pentru a face față provocărilor și oportunităților din industrie. În acest context, trăsăturile esențiale ale noilor tehnologii, precum fluxul informatic permanent, caracterul interactiv și democratizarea mass-mediei digitale, reprezintă aspecte importante în educația viitorilor specialiști în relații publice. Tehnologiile moderne oferă noi oportunități de învățare și de dezvoltare a abilităților practice, contribuind la pregătirea studenților pentru mediul profesional dinamic și interconectat al relațiilor publice.

Bernard Dagenais susține cu tărie necesitatea profesionalizării deplină a specialiștilor în relații publice. El subliniază faptul că practicarea relațiilor publice derivă dintr-o nevoie esențială. Este imperios necesar să comunici, să te confrunți cu adversitățile și să navighezi în logica mass-mediei. Toate aceste aspecte pot conduce la stabilirea unui dialog autentic cu publicul tău. În viziunea sa, un relaționist eficient este acela care înțelege profund publicul și mediul în care activează, știe să transmită cu claritate preocupările, provocările și direcțiile organizației și să creeze impresia că oferă ceva superior în comparație cu alte alternative disponibile [5].

Scopul esențial al acestui demers, conform lui Dagenais, este să asigure [7]:

- Continuitatea comunicării, deoarece comunicarea este un element vital pentru funcționarea oricărei organizații.
- Atragerea atenției, pentru a capta interesul și sprijinul publicului țintă.
- Furnizarea informațiilor corecte și relevante pentru a menține transparența și încrederea.
- Crearea unui climat de simpatie și înțelegere față de organizație și obiectivele sale.
- Soluționarea problemelor și gestionarea provocărilor care pot apărea în contextul activității organizaționale.

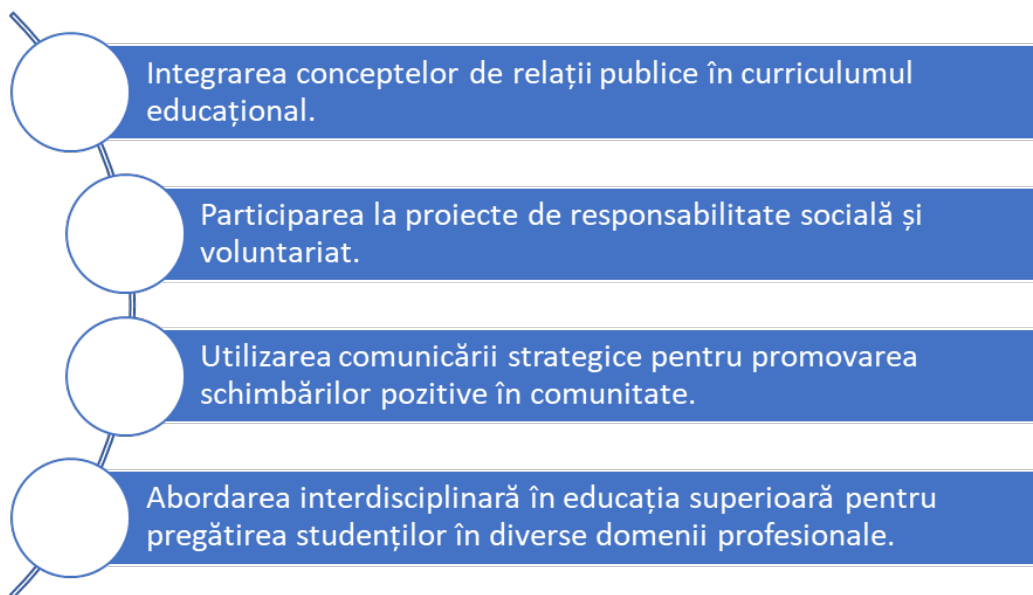


Fig. 2. Implicațiile practicilor de relații publice în educație

- Dezvoltarea unei imagini pozitive și a unei reputații solide pentru organizație.
- Apărarea intereselor și valorilor organizației în fața unor eventuale atacuri sau critici.
- Influențarea opiniei publice în favoarea organizației și a obiectivelor sale.
- Furnizarea unor răspunsuri adecvate și profesionale jurnaliștilor și publicului în general.
- Gestionarea complexității sociale și economice într-o manieră responsabilă și eficientă.

În contextul educațional, aceste argumente subliniază importanța unei pregătiri specializate și concentrate pe dezvoltarea abilităților practice necesare pentru a răspunde cerințelor dinamice ale industriei de relații publice.

Relațiile publice și-au câștigat locul de frunte în peisajul comunicării ca o paradigmă nouă în marketing, datorită cercetărilor din psihologia socială care au avut loc în ultimele decenii. „Comunicarea de marketing contribuie la construirea identității unei organizații, gestionează aspectele de imagine cu diferite categorii de public și facilitează promovarea produselor și serviciilor, făcând parte din interfața de imagine a organizației”, conform lui R. Haineș. Subliniind rolul esențial al relațiilor publice ca componentă a comunicării de marketing, Haineș evidențiază importanța înțelegerii profunde a publicului și a motivațiilor sale. „Segmentarea publicului s-a schimbat în mod semnificativ, de la definirea grupurilor bazate pe criterii tradiționale precum vârsta, sexul, ocupația sau venitul, către captarea atitudinilor, convingerilor și comportamentelor legate de utilizarea tehnologiei. Relațiile publice trebuie să fie adaptate pentru a influența schimbările de atitudine,

convingeri și comportament ale fiecărui segment de public". Daniel Șerbănică subliniază într-un final de lucrare dedicat relațiilor publice că în era actuală, este mai important să-ți faci auzită vocea decât să ai contacte personale directe [8]. Acest lucru este crucial în situații neprevăzute sau când audiența este vastă și dispersată geografic. Tehnologiile de comunicație moderne permit rapiditate, eficiență și o abordare personalizată. Scopul comun al tuturor activităților de relații publice este de a influența opinia publică, o forță tot mai importantă în contextul social actual. Astfel, recunoașterea și importanța crescândă a relațiilor publice oferă cea mai bună justificare a utilității lor în societatea contemporană.

Concluzii

În lumina schimbărilor sociale, economice și tehnologice, relațiile publice devin o componentă esențială a procesului educațional, pregătind studenții pentru succesul într-o lume tot mai competitivă și interconectată. Profesionalizarea și integrarea practicilor internaționale în programele de studiu sunt cruciale pentru adaptarea la cerințele globale și pentru formarea unor specialiști competenți în domeniul relațiilor publice. Prin promovarea învățării continue și a dezvoltării personale, educația în domeniul relațiilor publice contribuie la construirea unei societăți mai informate și conectate, capabile să gestioneze complexitatea și schimbările din mediul profesional contemporan.

Bibliografie

1. BERNAYS, E., L, *Relații publice*, Suceava, Alexandria Publishing House, 2013;
2. CMECIU, C. *Tendințe actuale în campaniile de relații publice*, Iași, Editura Polirom, 2013;
3. COMAN, C. *Relațiile publice. Principii și strategii*, Iași, Editura Polirom, 2006;
4. DAGENAIS, B. *Profesia de relaționist*, Iași, Editura Polirom, 2002;
5. GREGORY, A. *Relațiile publice în piață*, București, Editura All Beck, 2005;
6. HAINES, R. *Tipuri și tehnici de comunicare în organizații*, București, Editura Universitară, 2008;
7. PRICOPIE, R. *Relații publice: evoluție și perspective*, București, Editura Tritonic, 2005;
8. ȘERBĂNICĂ, D. *Relații publice*, București, Editura ASE, 2003.