

FORINTOS KLÁRA – DINA MILETTA

## Új kihívás a felsőoktatásban – Public Relations

A public relations pontos fogalma mindmáig vitatott, mivel igen nehéz absztrakt, pontos határokat kijelölni. Az elfogult szakemberek egészen az ókorig vezetik vissza a PR, vagy a PR-jellegű tevékenységek történetét, mert úgy gondolják, hogy az információáramlás, tájékoztatás és befolyásolás egyidős az emberiséggel. Ilyen példának tekintik az uralkodók, politikai, vallási szervezetek ilyen irányú tevékenységét. De ide sorolják a királyhymuszokat, a hősi eposzokat, a diadalmeneteket, vagy az uralkodói jelképeket is.

A közönségkapcsolatok (eredeti angol kifejezéssel: Public Relations) fogalmának meghatározásán sokat vitatkoznak még ma is világszerte a szakemberek. Az 1970-es, '80-as évektől Magyarországon is tanulmányozzák az eredeti amerikai, angol, majd adaptált francia, német stb. public relations értelmezést.

A Magyarországi Public Relations Szövetség (MPRSZ) 1993. évi közgyűlésén elfogadott értelmezés szerint: a Public Relations „egy szervezet kommunikációjának szervezése”. A MPRSZ 1994-ben kiadja az Alapdokumentumok I., II., III. című füzetet és ezzel lehetővé válik Magyarországon is a PR-szakma elismerése, az egységes PR-terminológia kialakítása és a kommunikációs szervezés feladatainak szakszerű alkalmazása.

1990-ben jelenik meg Sándor Imre és Szeles Péter szerzőpáros nagyvállalati PR-könyve<sup>1</sup>. 1993-ban pedig a felsőoktatási hallgatóknak szóló kísérleti tankönyv Sándor Imre és Németh Márta szerkesztői összeállításában<sup>2</sup>. A szerzők egyik érdeme, hogy a külföldi kutatások újabb eredményeire támaszkodva egységes magyar szemléletű PR terminológiát alkotnak és megteremtik a mai felsőfokú PR-oktatás tananyagának alapját.

A magyar PR Szövetség 1993-as „Gárdonyi Nyilatkozat”-ában megfogalmazza a PR mint önálló szakterület különböző szintű oktatásának felépítését is. Szerkezetének sémája jól összefoglalja az egész PR-tevékenységet: a PR alapjai (elmélete és története), gyakorlati területei, PR-kutatás, alkalmazási formák és eszközök, PR-kommunikáció, etika és jogszabályok... stb.

A PR felsőfokú oktatása az 1970-es években, mint szakirányú fakultatív képzés elkezdődik a Budapesti Közgazdaságtudományi Egyetem reklám és marketing szakán, illetve 1994-től a Külkereskedelmi Főiskolán működik Public Relations Tanszék. 1996-ban válik ismertté a „Skull Oktató és Tanácsadó Kft.”, ahol PR-szakemberek képzése folyik, közép és felsőfokú tanfolyamokon.

A PTE FEEFI Humán Fejlesztés Módszertani Tanszéke 2002. januárjában elindította a PR szakirányú továbbképzési szakot, mint posztgraduális, négy féléves PR-szakértő oklevelet adó minőségi képzést. A képzés célja teljes mértékig szinkronban

---

<sup>1</sup> Sándor Imre-Szeles Péter: Public Relations („Az uralkodás titka”). Budapest, 1990. Mercurius Kiadó 217.l.

<sup>2</sup> Sándor Imre-Németh Márta: Public Relations kísérleti kézikönyv. Kézirat. Budapest, 1993. Kiadja: Budapesti Közgazdaságtudományi Egyetem Marketingkommunikációs Oktatási és Kutatási Központ 242.l.

van a Public Relations Society of America kezdeményezésére alakult „Bizottság a PR oktatásáért a 21. században” ajánlásával, mely szerint: „a szakma oktatásának mindvégig szoros kapcsolatban kell lennie a public relations gyakorlattal. A végzős hallgatóknak felkészülniük kell lenniük, mind elméletből, mind a praxisból. Nemcsak a tananyagot kell elsajátítaniuk, de valódi szakmai rutinnal kell rendelkezniük. El kell fogadni a kétirányú kommunikáció jelentőségét, amely gyakran azt jelenti, hogy a stratégiai fontosságú célközönség tagjaival egyenként, külön-külön kell foglalkozni”<sup>3</sup>.

A Pécsi Tudományegyetem Felnőttképzési és Emberi Erőforrás Fejlesztési Intézetben folyó képzés célja olyan szakemberek képzése, akik rendelkeznek a magyarországi vállalatok, cégek és nonprofit intézmények elvárásainak megfelelő elméleti és gyakorlati ismeretekkel. A végzett szakemberek képesek lesznek piacbefolyásoló PR-feladatok elvégzésére és koordinálására. Nyitott, rugalmas struktúrájú képzésünk tartalmaz számos olyan elméleti és gyakorlati jellegű tárgyat, amelyeknek ismerete hozzásegíti a végzett hallgatókat a PR-munka színvonalas és naprakész műveléséhez. A végzett hallgatók jártasságot szereznek PR-kampányok és rendezvények szervezésében, belső és külső arculat alakításában, külső és belső kapcsolatok kiépítésében és ápolásában egyaránt, azaz az elméleti alapozás mellett szert tesznek széles körű mesterségbeli tudásra és fejleszthetik ide vonatkozó személyes képességeiket, adottságaikat is.

A képzés szakgazdája, a Humán Fejlesztés Módszertani Tanszék a szakindítás pillanatától kezdve fontosnak tartotta a hallgatói vélemények, benyomások, észrevételek kérdőíves lekérdezését. Az eredmények feldolgozása és közös értékelése, az oktatásszervezés és az oktatók szakmai munkáját illetően egyaránt tanulságokkal szolgált. A kérdés lebonyolítását nagyban megkönnyítette, hogy a hallgatók kifejezetten igényelték a visszajelzési lehetőséget. Így, amint azt az órák látogatottságát vizsgáló kérdés eredményei mutatják, a válaszadási hajlandóságot csak a korábban hallgatott kurzusok elismeréséből adódó felmentések és a munkahelyi elfoglaltság miatti hiányzás befolyásolta. A felmérés technikai lebonyolítását megkönnyítette az első évfolyam hozzáállásán túl az alapszakokhoz viszonyítva alacsony 22 fős létszám is. A lekérdezés az egyes kurzusok esetében, az utolsó órák után történt (ez alól kivétel a szak hallgatók általi megítélése kérdőív, melyet a félév utolsó konzultációs napján, a féléves képzési program végeztével kérdeztünk). A válaszadás önkéntes és névtelen volt, a kérdőívek kérdezése önkéntes módszerrel történt. A vizsgálat során az intézetben használt standard kérdőívek (’Oktatói munka hallgatói véleményezése’, ’A szak hallgatók általi megítélése’) mellett tréningértékelő kérdőívet is használtunk.

A hallgatók képzéssel szembeni általános elvárásai – mely szerint a képzés legyen magas színvonalú és annyira gyakorlatias, amennyire csak lehet – a gyakorlatiasság oldaláról az első félévben még csorbulni látszik, hiszen itt még a képzési program elméleti alapozó részével találkozunk. Ebben a helyzetben a szak általános megítélése kérdőív pontos képet festhet arról a közérzetről, amikor a hallgató találkozik a magas elvárásait magas szakmai szinten megvalósító képzéssel, vagyis a gyakorlati jellegű mesterségbeli tudás szilárd elméleti alapjainak megteremtésével.

A magas elvárásokat tehát a kérdőív segítségével megismerhetjük, de mennyi ismeretünk van az elvárások gazdájáról, a hallgatókról? Kik a hallgatóink? Főiskolai

<sup>3</sup> „Belépő a szakmába” (PR-oktatás jelene és jövője) = PR Herald 2000/1.

vagy egyetemi diplomával rendelkező emberek? A kérdőívek alapján ismerjük korukat, nemüket és a választott szakjukat, azonban a kérdőívek hiányossága, hogy egyáltalán nem, vagy csak kevés lehetőséget adnak arra, hogy a hallgatók előzetes tudás- és szakmai tapasztalatait feltérképezzük (e hiányosságot a későbbiekben kiküszöböljük, hiszen fontos lehet számunkra az alapozó elméleti tárgyak oktatása során az a szakmai ismeret, bázis, amire építkezhetünk). A diploma ismerete önmagában nem elégséges. Kiindulópontunk lehet az a tény, hogy a képzési célt vonzónak találva jelentkeztek a szakirányú továbbképzésre. A tanítási-tanulási folyamatban való együttműködés kialakulása szempontjából azonban lényeges a jelentkezési motivációk feltárása – „Mi volt az alapvető igény, ami miatt jelentkezett a szakra?” A legjellemzőbb válaszok az *új ismeretek szerzése* („A PR egy új szakterület”, „Tudásgyarapítás”, „Új alkalmazható és rendszerezett – elsősorban szakmai ismeretek megszerzése”), a *munkaerőpiaci pozíció javítása* („Szakma iránti érdeklődés, munkaerőpiaci esély növelése, „PR-munkaterületen elhelyezkedni, „Versenyképességet és cégünk versenyképességét növelni ezzel a végzettséggel”), a *már meglévő ismeretek elmélyítése* („A meglévő szakmai ismereteim felfrissítése, „a megszereshető teljesítményképes tudás eddigieknél hatékonyabb alkalmazása, „PR-ismeretek továbbfejlesztése”), és az *önmegvalósítási motivációk* („szerettem volna Pécsen másoddiplomázni, valamilyen kreatív szakon”, PR” megismerése és megértése”) körül kristályosodtak ki.

A szak a hallgatók előzetes elvárásainak összességében 90%-ban felelt meg. A maximálishoz viszonyított legmagasabb értékeket (92%, 94%) a szak szervezettsége, a tanulási környezet, a hallgatók közérzete és a szak minősége mutatta. A képzés nagyon fontos minőségi mutatója az oktatók felkészültsége, mely 94%-ban felelt meg a hallgatói elvárásoknak. A munkaerőpiaci hasznosíthatóság értékelésében (84%) megmutatkozik, hogy a hallgatók az első félév után még óvatosak ebben a kérdésben. A szak társadalmi elismertsége a hallgatók szerint 72%-os a teljes elismertséghez viszonyítva. A szak nehézségének megítélését (74%) befolyásolja a hallgatók előzetes tudásbázisa. Itt – mint jeleztük – cél a különböző minőségű és mennyiségű alapismeret azonos szintre hozása.

A szak hallgatók általi megítélése kérdőív összesített eredményei  
PR szakirányú továbbképzés I. félév

Teljesítményértékelési dimenzió (értékelési minimum/értékelési maximum)	Teljesítmény /100% maximális hallgatói elégedettség
Mennyire elégitette ki a szak az előzetesen elvárt igényeit? (egyáltalán nem /pont megfelelően)	90%
A szak társadalmi elismertsége? (egyáltalán nem elismert /magasan elismert)	72%
A szak szervezettsége? (egyáltalán nem szervezett/pont megfelelő)	92%
A szak elvégezhetőségének nehézsége? (egyáltalán nem nehéz/nagyon nehéz)	74%
A szak által kínált tanulási környezet? (nem támogatja a tanulást/kiváló)	92%
A szak által rendelkezésre bocsátott infrastruktúra? (gyenge felszereltség/kiváló felszereltség)	94%
A szak munkaerő-piaci hasznosíthatósága? (nem hasznosítható/kiválóan hasznosítható)	84%

A szak minősítése összességében? (alacsony minőségű/kiemelkedő minőségű)	94%
Hogyan érezte magát az elmúlt egyetemi időszak alatt? (nagyon rosszul/nagyon jól)	94%

Az egyes tantárgyakról alkotott hallgatói véleményeket a kurzusértékelő kérdőívek eredményei tolmácsolják. Az első félévben oktatott tárgyak: filozófia, kommunikációelmélet, marketingkommunikáció, szervezetszociológia, pszichológia, mikro-ökönómia, PR-elmélet és stratégiák, jogi alapismeretek, kommunikációs tréning. A kurzusok értékelési szempontjai minden esetben a kurzusleírás minősége, az oktató időbeosztása, a kurzus által nyújtott új ismeretek és hasznosítható tudás aránya, az oktató felkészültsége, előadói stílusa, az előadás logikussága és jegyzetelhetősége valamint az oktatás külső feltételei voltak. A hallgatók visszajelzései a képzés tartalmi és technikai megvalósítása szempontjából hasznos információkkal látják el az érintett oktatókat és oktatásszervezőket egyaránt. A kurzusok összesített értékelését az alábbi táblázat foglalja össze, minden vizsgálati szempont esetében az értékelt teljesítményt az elérhető maximális teljesítményhez viszonyítva.

A kurzusértékelők összesített eredményei az egyes kérdések tekintetében  
PR szakirányú továbbképzés I. félév

Teljesítményértékelési dimenzió	Teljesítmény /100% maximális hallgatói elégedettség
Kurzusleírás	91%
Időbeosztás	97%
Új ismeretek	83%
Hasznosítható tudás	86%
Oktatói felkészültség	94%
Előadó stílusa	88%
Logikusság	91%
Jegyzetelhetőség	89%
Oktatás feltételei	95%

Az első félév tantárgyai közül a kurzusértékelési módszer tekintetében eltér a kommunikációs tréning. A tréning sajátosságaiból adódóan az oktatói munka hallgatói véleményezése 90%-ban nyitott kérdéseket alkalmazó kérdőív segítségével történik, vagyis a hallgatók nem értékelő skálák segítségével, hanem saját szavaikkal fogalmazhatják meg benyomásaikat, tapasztalataikat, élményeiket. *A tréning legfőbb erősségének* a csoport tagjai egymás és önmaguk megismerését, a különféle kommunikációs helyzetekben történő közvetlen tapasztalatszerzést, a kommunikációs készségek fejlesztését és a képzés egészére kiható pozitív csoportdinamikai folyamatokat tartották. *A tréning gyenge pontjainak* a túl nagy csoportlétszám és a tréning szűkös időkorlátai bizonyultak. *A tréning módszerrel levezetett foglalkozásokkal szemben félelmek*, negatív preconcepciók a tréning során nem váltak valósággá, így a hallgatók összességében nem tartották ártalmasnak és veszélyesnek a tréninget. *A tréner munkájával kapcsolatban* jellemző hallgatói vélemények a következők: „Céltudatosan szervezte a feladatokat, nagyon elfogadó volt, semmi sem volt kényszer. Szorongás és kockázatmentes légkört tudott biztosítani. A helyzeteket végig elemeztette velünk. Dolgozott velünk és így éreztük, hogy velünk van.” „Az első pillanattól

kezdve profi módon megtalálta az utat a csoporthoz és a közös munka során is mindvégig megfelelő helyen volt. Nem volt se túl betolakodó, se túl kívülálló.”

A tréning résztvevői jókedvű, vidám foglalkozásokra, a csoportot összekovácsló hangulatra és a kreativitást fejlesztő gyakorlatokra emlékeznek vissza legszívesebben. *Saját magukon a tréning hatására a következő változásokat* figyelték meg: „nyitottabb lettem a csoporttársaimmal”, „felfedeztem csoporttársaim értékét”, „bátrabban közlök magamról információkat”, „megerősített abban, hogy amit és ahogy teszem az általában jó, de felhívta a figyelmemet bizonyos hiányosságok kiküszöbölésére”, „felszabadultam gátlásaim alól”. A későbbiekben elsősorban kommunikáció, konfliktuskezelés, közszereplésnél alkalmazandó kommunikációs technikák témájú tréningeken kívánnak a hallgatók részt venni. Szívesen vennék a képzés során a tréningeket nagyobb óraszámban. *Összességében* a hallgatók a tréninget nagyon hasznosnak ítélték meg.

A fenti visszajelzések, illetve annak összegző elemzéséből is jól látható annak a hallgatói igénynek a szak oktatási céljaival való találkozása, mely szerint – mint posztgraduális képzés – feltételezhető alapismeretek birtokában gyakorlatra orientált, hasznosítható ismereteket kell, hogy nyújtson. Terveink szerint a képzés a II-IV. szemeszterekben az elméleti ismeretek gyakorlati alkalmazása irányába mozdul el, melyet jól tükröz a „PR-szakértő” hálóterve.

Felmérésünk – a visszajelzések tükrében – követéses vizsgálat kíván lenni, melyet a későbbiekben szintén közzé kívánjuk tenni. Az első – számunkra nagyon fontos – visszajelzések azonban megerősítenek bennünket abban, hogy jó irányokat tűztünk ki a szak indításánál és valóban piacképes minőségi képzést sikerült elindítani magasan kvalifikált szakemberek közreműködésével.

„A kommunikátorokat azért kell (kellene) foglalkoztatni, hogy a munkához te-remtsék meg a társadalmi feltételeket, a nyugalmat, a békét. Ez hosszú távon ugyanolyan fontos, mint a mérnöki számítás” – vallja 2003. február 13-i Dunántúli Naplóban készült interjújában Ferling József a Magyar PR Szövetség elnöke.

A PR azon megközelítése, mely szerint „a PR hosszú távú bizalomépítés” (Ferling J.) teljes mértékig szinkronban van oktatásunk szellemével, illetve annak gyakorlatával.

Az első hallgatói vélemények, visszajelzések abban erősítenek meg bennünket, hogy e sok vihart kavart „szakma”, illetve a Public Relations fogalma egyrészt letisztulni látszik, másrészt szükségszerűen állandóan megújul, mert értékeli a társtudományok és a köznapitapasztalatok legújabb eredményeit.

### *Irodalom*

BEKE TAMÁS: A public relations szakma története. Management Kiadó Kft., Budapest, 2001.

NYÁRÁDI GÁBORNÉ – SZELES PÉTER: Public relations elmélet és gyakorlat. Külkereskedelmi Főiskola, Budapest, 2001.

SZELES PÉTER: A hírnév ereje (Arculatelmélet). Alapítvány a public relations fejlesztéséért, Budapest, 2001.