

BẢN CHẤT CỦA QUAN HỆ CÔNG CHÚNG TRONG GIÁO DỤC

NGUYỄN TIẾN HÙNG

Viện Khoa học Giáo dục Việt Nam
Email: hunga60@gmail.com

Tóm tắt: Quan hệ công chúng trong giáo dục là quá trình giao tiếp chiến lược để đảm bảo “công khai” hay thực hiện trách nhiệm giải trình xã hội của tổ chức giáo dục dựa trên xây dựng các quan hệ lợi ích chung giữa tổ chức giáo dục và công chúng. Dựa trên cơ sở phân tích một số nét khái quát về quan hệ công chúng trong giáo dục, tác giả phân tích bản chất của quan hệ công chúng trong giáo dục. Theo tác giả, để phát triển quan hệ công chúng trong giáo dục đòi hỏi phải thiết lập được các quan hệ tin tưởng và cùng có lợi giữa các bên liên quan bên trong và bên ngoài của tổ chức giáo dục, đồng thời phải thiết lập được mô hình giao tiếp hai chiều giữa tổ chức và công luận để cùng nhau giải quyết các vấn đề tồn tại, nảy sinh nhằm đạt tới mục tiêu của tổ chức giáo dục cũng như đáp ứng được nhu cầu, quan tâm của các bên liên quan.

Từ khóa: Bản chất; quan hệ công chúng; giáo dục.

(Nhận bài ngày 09/8/2016; Nhận kết quả phản biện và chỉnh sửa ngày 19/9/2016; Duyệt đăng ngày 27/11/2016).

1. Đặt vấn đề

Tổ chức giáo dục (GD) chỉ được xem là thành công khi lựa chọn và đạt tới các mục tiêu quan trọng không chỉ với sự quan tâm của chính tổ chức mà còn với sự quan tâm của công chúng chiến lược của mình, thông qua việc xây dựng các quan hệ và giải quyết các bất đồng giữa tổ chức GD và công chúng. Vì vậy, quan hệ công chúng (QHCC) trong GD đóng vai trò hết sức quan trọng trong việc đóng góp cho thành công của tổ chức. Trong bài viết này, chúng tôi trình bày bản chất và khung của QHCC trong các tổ chức GD.

2. Khái quát về quan hệ công chúng trong giáo dục

QHCC trong GD là quá trình giao tiếp chiến lược để đảm bảo “công khai” hay thực hiện trách nhiệm giải trình xã hội của tổ chức GD dựa trên cơ sở xây dựng các *quan hệ lợi ích chung* giữa *tổ chức GD* (cơ sở GD, cơ quan quản lý hay tổ chức phi chính phủ liên quan đến GD...) và *công chúng* (người học, gia đình, cộng đồng và các bên liên quan khác).

“Công chúng” được hiểu là “các bên liên quan” (người học, gia đình, cộng đồng...) - những cá nhân, tổ chức có tác động, chịu ảnh hưởng hoặc hưởng lợi từ các sản phẩm/dịch vụ của tổ chức GD; QHCC trong GD cần xây dựng được “các quan hệ” để gắn kết tổ chức GD với các bên liên quan cùng nhau tham dự làm việc để mang lại “lợi ích chung”. Như vậy, có thể hiểu *bản chất* của QHCC trong GD là quá trình giao tiếp mang tính chiến lược và tập trung vào các quan hệ lợi ích chung mà các bên tham gia đều có lợi.

Mục tiêu của QHCC trong GD là giao tiếp thông tin với công chúng hiện tại và tương lai, các nhà đầu tư, đối tác, nhân viên và các bên liên quan khác để thuyết phục họ duy trì ủng hộ với định hướng phát triển, cách lãnh đạo và tổ chức, các quyết định quan trọng cũng như các sản phẩm/dịch vụ... của tổ chức GD [1]. QHCC trong GD

có vai trò cơ bản sau [2]:

1/ Vai trò kỹ thuật bao gồm soạn thảo, biên tập, chụp/ghi hình, sử dụng các sản phẩm/kết quả của giao tiếp, vận hành/tổ chức các sự kiện đặc biệt và giao tiếp với truyền thông. Các hoạt động này tập trung phục vụ cho việc thực hiện các chiến lược giao tiếp tổng thể của tổ chức GD;

2/ Vai trò quản lý tập trung vào việc xác định và giải quyết các vấn đề tồn tại của QHCC để tư vấn cho các nhà lãnh đạo, quản lý cấp cao về các nhu cầu giao tiếp và chịu trách nhiệm xã hội với các kết quả hoạt động của tổ chức GD.

* **Chức năng cơ bản của QHCC trong GD:** Quản lý tư/tham vấn tại tất cả các cấp độ của tổ chức liên quan đến các quyết định chính sách, các tiến trình hoạt động và giao tiếp, xem xét và phân tích các luồng công luận khác nhau và thực hiện các trách nhiệm xã hội của tổ chức GD.

* **Nhiệm vụ chính của QHCC trong GD:** Dự đoán, phân tích và giải thích các quan điểm, thái độ và các vấn đề của công luận có thể tác động/ảnh hưởng (tốt hay xấu) tới quá trình thiết lập và vận hành thực hiện kế hoạch phát triển của tổ chức GD.

- Nghiên cứu, thực hiện và đánh giá các chương trình hành động về QHCC và giao tiếp với công chúng để đạt tới hiểu biết chung cần có nhằm thực hiện thành công các mục tiêu của tổ chức GD. Chúng bao gồm các chương trình marketing, huy động tài chính, phát triển nhân viên, quan hệ cộng đồng hay các quan hệ với cơ quan quản lý cấp trên và các chương trình khác.

- Lập kế hoạch QHCC (thiết lập các mục tiêu, lập ngân sách, tuyển chọn và huấn luyện nhân viên, phát triển cơ sở vật chất) và thực hiện kế hoạch để tạo ra ảnh hưởng hay thay đổi nhằm đạt tới mục tiêu của tổ chức GD.

* **Hoạt động cơ bản của QHCC trong GD:** Quản lý giao tiếp bên trong, bên ngoài và quản lý sự kiện... thường



thông qua: Thiết kế và thực hiện các chiến dịch/cuộc vận động, tổ chức thông cáo báo chí và nội dung khác về tin tức mới, viết nội dung cho website, làm việc với truyền thông, sắp xếp các phòng vấn cho người phát ngôn của tổ chức GD, phỏng vấn và phát biểu trước truyền thông... để duy trì và nâng cao uy tín của tổ chức GD. Sự thành công trong QHCC trong GD đòi hỏi tổ chức GD phải hiểu sâu sắc những quan tâm của các nhóm khách hàng và sử dụng công cụ quyền lực nhất của QHCC là công khai để giao tiếp.

3. Phát triển khung quan hệ công chúng trong giáo dục

Dưới đây là 03 thành tố cơ bản nhất của khung QHCC của tổ chức GD, bao gồm:

a) Cấu trúc tổ chức của QHCC trong tổ chức GD

Vận dụng lý thuyết hệ thống cho thấy tổ chức GD luôn tồn tại trong môi trường nên nó phải thích nghi và thay đổi theo môi trường xung quanh của mình. Tổ chức GD hiệu quả thường cần kết hợp cơ cấu cấu trúc theo chiều thẳng đứng (trên - xuống) và chiều ngang (theo các mảng nhiệm vụ của một chức năng hay kết hợp nhiều chức năng). Để có thể tham dự vào quá trình ra quyết định chiến lược của tổ chức GD có ảnh hưởng tới các quan hệ bên trong và bên ngoài với công chúng, QHCC cần là một đơn vị/bộ phận riêng/độc lập trong cấu trúc thẳng đứng để được ủy/trao quyền sử dụng hiệu quả các nguồn lực phục vụ cho phát triển QHCC trong tổ chức GD.

Hơn nữa, các nhà quản lý của QHCC trong GD cần là thành viên trong cấu trúc ra quyết định hoặc ít nhất được báo cáo trực tiếp với các nhà lãnh đạo, quản lý cao nhất của tổ chức GD. Lý do là những nhà lãnh đạo, quản lý này chịu trách nhiệm ra các quyết định chiến lược của tổ chức GD nên mức độ ủng hộ của họ sẽ ảnh hưởng đến cách mà các chức năng/nhiệm vụ của QHCC được cấu trúc, phạm vi mà QHCC được tham dự vào quá trình ra quyết định chiến lược cũng như lựa chọn mô hình giao tiếp thông tin của QHCC trong tổ chức GD.

Tóm lại, chức năng/nhiệm vụ của QHCC trong GD nên được tích hợp trong một đơn vị/bộ phận riêng/độc lập để được trao quyền kiểm soát các nguồn lực thực hiện các nhiệm vụ của mình đóng góp hiệu quả cho phát triển của tổ chức GD.

b) Phát triển các quan hệ giữa tổ chức GD với công chúng của mình

Các nghiên cứu liên quan cho thấy là các quan hệ này thường được phát triển như sau:

- *Các tiền đề tạo ra quan hệ:* Lý thuyết phụ thuộc vào nguồn lực cho thấy các quan hệ thường được hình thành và phát triển khi có các đòi hỏi cần đáp ứng nhu cầu về nguồn lực của tổ chức GD. Vận dụng lý thuyết này cho thấy là các nguồn gốc tạo ra thay đổi thường là các áp lực hay căng thẳng trong tổ chức GD do môi trường tạo ra hình thành nên các quan hệ giữa tổ chức GD với môi trường của tổ chức. Hơn nữa, theo lý thuyết trao đổi, các quan hệ thường được tạo ra và phát triển từ các cách giải

quyết mang tính tự nguyện, cùng quan tâm và mang lại lợi ích qua lại giữa tổ chức GD và môi trường. Vận dụng hai lý thuyết này cho thấy cần xem xét và phân tích kỹ các hậu quả tác động của các nhóm công chúng khác nhau tùy theo từng tình huống hay bối cảnh cụ thể để tạo nên các quan hệ. Vì vậy, cần xem xét môi trường để xác định các công chúng chiến lược mà với họ tổ chức GD cần xây dựng các quan hệ.

Thực tế, có hai kiểu quan hệ cơ bản được xác định trong các nghiên cứu về tâm lý là quan hệ chung và quan hệ trao đổi. *Quan hệ chung* là kiểu quan hệ mà theo đó cả hai bên tham dự đều quan tâm lẫn nhau; ngược lại, *quan hệ trao đổi* thì một bên sẵn sàng đem lại lợi ích cho bên kia vì nó mong đợi nhận được các giá trị/lợi ích tương xứng từ bên kia. Các quan hệ chung chính là cái mà các chương trình QHCC trong GD cần hướng tới, lựa chọn và theo đuổi, đặc biệt khi các tổ chức phải chịu trách nhiệm xã hội và để làm tăng giá trị cho cả xã hội và khách hàng [3].

Ngoài ra còn các kiểu quan hệ khác như: Quan hệ lợi dụng (một bên tận dụng lợi thế của bên kia), quan hệ hợp đồng (trao đổi giới hạn theo các điều khoản nhất định được nhất trí giữa các bên), quan hệ lôi cuốn (tổ chức GD giao tiếp với công luận nhằm phục vụ các quan tâm của mình), quan hệ hiệp ước/hiệp định (hai bên cam kết theo các điều khoản chung để trao đổi mở với các ý tưởng và cung cấp các cơ hội đóng góp và phê phán của bên kia) và quan hệ cộng sinh (khi các tổ chức GD và các bên liên quan cùng cam kết phụ thuộc lẫn nhau và cùng nhau làm việc để đạt tới quan tâm chung và cùng tồn tại trong môi trường).

- *Phát triển các quan hệ* thường được thực hiện thông qua chiến lược duy trì và nuôi dưỡng các quan hệ trong QHCC của tổ chức GD. Các chiến lược duy trì quan hệ được xây dựng dựa trên lý thuyết về mô hình QHCC, giao tiếp giữa các cá nhân/tổ chức liên quan để giải quyết xung đột/mâu thuẫn nảy sinh. Các chiến lược nuôi dưỡng là cách mà QHCC sử dụng để phát triển quan hệ mới với công luận và giải quyết các mâu thuẫn xảy ra trong tất cả các quan hệ. Dưới đây là một số chiến lược được rút ra dựa vào các lý thuyết quan hệ cá nhân và giải quyết xung đột:

+ *Tiếp cận mở:* Tổ chức GD cần tạo điều kiện thuận lợi để tất cả các thành viên của mình cũng như công chúng liên quan tiếp cận được với các hoạt động QHCC cũng như các quá trình ra quyết định của tổ chức để có thể nói lên được tiếng nói của mình cho dù đó là yêu cầu, lời phản nài hay đóng góp để phát triển tốt hơn.

+ *Tham dự:* Bất cứ cái gì mà tổ chức GD hay công chúng làm để tạo ra quan hệ mong muốn cho các bên liên quan đều phải đảm bảo lôi cuốn được sự tham dự của tất cả các bên liên quan.

+ *Công khai* các suy nghĩ và tình cảm với tất cả các bên liên quan tham dự bên trong và bên ngoài của tổ chức GD.

+ *Đảm bảo đúng pháp luật:* Tổ chức GD phải luôn

nỗ lực huy động cam kết tham dự của các bên liên quan bên trong và bên ngoài để thực hiện thành công các quan tâm chung, nhưng phải luôn đảm bảo đúng/phù hợp với luật pháp quy định.

+ *Mạng lưới làm việc*: Tổ chức GD phải xây dựng được các mạng lưới hay liên minh làm việc với các nhóm công chúng khác nhau để thực hiện thành công mục tiêu của mình.

+ *Chia sẻ các nhiệm vụ*: Tổ chức GD và công chúng liên quan cần chia sẻ để cùng nhau hay giải quyết riêng các vấn đề tồn tại với sự hỗ trợ từ bên kia, như các nhiệm vụ quản lý các vấn đề của cộng đồng, cung cấp việc làm, tạo ra lợi nhuận và ổn định công việc mà được quan tâm cho dù là của tổ chức, cộng đồng hay cả hai.

+ *Hợp tác, xây dựng và không thỏa hiệp*: Tổ chức GD phải luôn nỗ lực hợp tác, xây dựng làm bất cứ cái gì đem lại tốt nhất cho quan hệ cùng có lợi với công chúng, ngay cả khi công chúng chưa đáp lại. Khi tổ chức GD và công luận chưa thể đem lại tiếng nói chung thì cũng chưa nên thỏa hiệp ngay mà cần kiên trì tiếp tục thảo luận để đem tới một giải pháp thành công cho tất cả các bên.

- *Các kết quả đầu ra của quan hệ*: Chất lượng của các quan hệ giữa tổ chức GD và môi trường do QHCC mang lại thể hiện qua niềm tin, kiểm soát qua lại, cam kết và thỏa mãn lẫn nhau. Tin tưởng lẫn nhau thể hiện thái độ sẵn sàng mở với bên kia; kiểm soát lẫn nhau là mức độ mà theo đó các bên liên quan nhất trí về ai có quyền lực hợp pháp để ảnh hưởng lẫn nhau; cam kết là mức độ mà theo đó từng bên tin tưởng và luôn coi quan hệ là giá trị tạo ra năng lượng để duy trì và phát triển; thỏa mãn là mức độ, theo đó mỗi bên tham dự cảm thấy hạnh phúc và luôn mong muốn hướng tới bên kia.

Thực tế, chỉ số để đánh giá mức độ thành công kết quả đầu ra của các quan hệ "tổ chức GD - công chúng" là khi tổ chức và công chúng hoàn toàn tin tưởng lẫn nhau, nhất trí người có quyền lực hợp pháp để ảnh hưởng, trải nghiệm thỏa mãn với bên kia và tự cam kết lẫn nhau [3].

c) *Xây dựng và vận hành quá trình giao tiếp hai chiều của QHCC trong tổ chức GD*

Thực tế, có các cách phân loại khác nhau nhưng nhìn chung có 04 mô hình cơ bản về quá trình giao tiếp của QHCC nói chung và GD nói riêng. Cụ thể [4], [5].

- *Mô hình tuyên truyền thông tin một chiều từ tổ chức GD tới công chúng* của mình để gây chú ý của truyền thông theo mọi cách có thể. Đây được xem là mô hình cổ nhất của QHCC và đồng nghĩa với quảng cáo công khai nhằm tạo cơ hội để tên tuổi/uy tín của tổ chức GD được phổ biến trên truyền thông. Mô hình này chưa tập trung vào nghiên cứu về sản phẩm/dịch vụ của mình và chỉ thường bao gồm các chiến thuật tuyên truyền, như sử dụng tên tuổi nổi tiếng, ngôn từ như giảm giá, biển hiệu phô trương, khai trương ấn tượng để gây sự chú ý. Mặc dù mô hình này chưa đúng với bản chất của QHCC, nhưng cũng đem lại lợi ích nhất thời cho tổ chức GD.

- *Thông tin công khai* là cách tiếp cận định hướng sự thật với công chúng. Tổ chức GD cố gắng cung cấp

thông tin chính xác tới công chúng, nhưng không phơi bày thông tin không có lợi một cách tự nguyện. Khác với mô hình trên vì hướng vào thông báo hơn là quảng cáo và công khai nhưng vẫn là giao tiếp một chiều. Hiện nay, mô hình QHCC này thường được sử dụng trong một số cơ quan chính phủ, các cơ sở GD, các tổ chức phi chính phủ và trong kinh doanh. Mô hình này thực hiện rất ít nghiên cứu về khách hàng trước khi giao tiếp các thông điệp của mình tới công chúng. Mặc dù coi trọng giá trị chính xác nhưng quyết định thông tin nào là tốt nhất để giao tiếp với công luận.

- *Mô hình giao tiếp hai chiều không đối xứng* xem QHCC là sự thuyết phục để tạo niềm tin. Đây là mô hình không cân bằng, giao tiếp một chiều. Mô hình này thực hiện các lý thuyết, phương pháp nghiên cứu khoa học xã hội để nghiên cứu về thái độ và hành vi để tăng tính thuyết phục của thông điệp truyền tin hay thuyết phục công chúng chấp nhận quan điểm hoặc để hành động theo cái mà tổ chức GD muốn. Mô hình này sử dụng các khảo sát, phỏng vấn các nhóm trọng tâm để đo/đánh giá QHCC, nên tổ chức GD có thể thiết kế các chương trình QHCC để đạt tới ủng hộ của các nhóm công chúng chính. Mặc dù phản hồi thông tin được xây dựng trong quá trình QHCC nhưng tổ chức GD còn thiên về dàn xếp/điều chỉnh công luận có lợi cho mình.

- *Mô hình giao tiếp hai chiều cân đối* thực hiện QHCC theo cách để tổ chức GD và công chúng của mình cùng nhau điều chỉnh cho phù hợp với nhau. Theo mô hình này, giao tiếp được cân bằng hay thực hiện hai chiều cân đối để điều chỉnh/dàn xếp quan hệ giữa tổ chức GD và công luận qua thương thuyết và thỏa hiệp. Trong mô hình này, giao tiếp được thực hiện theo kế hoạch và sử dụng các phương pháp nghiên cứu khoa học xã hội để đạt tới đồng thuận giữa tổ chức GD và công chúng. Nghiên cứu được sử dụng để tạo điều kiện thuận lợi cho hiểu biết và giao tiếp hơn là xây dựng các thông điệp chỉ để thúc đẩy hay thuyết phục công chúng một chiều. Đây là mô hình quy chuẩn và hiệu quả cho của tổ chức GD hơn các mô hình trên của QHCC.

Thực tế, cả mô hình giao tiếp hai chiều cân đối và không đối xứng của QHCC thường được sử dụng phổ biến hiện nay trong các tổ chức GD phụ thuộc vào tình huống hay bối cảnh cụ thể, như với mục tiêu giao tiếp hợp tác để thuyết phục công chúng hay cố gắng "ép buộc" công luận chấp nhận quan điểm, vị trí của tổ chức GD.

Trong quá trình phát triển các mô hình trên, hiện nay xuất hiện mô hình "win-win" (cùng có lợi). Theo đó, tổ chức GD và công chúng sử dụng giao tiếp hai chiều để xem xét giải quyết các vấn đề tồn tại và đạt tới mục tiêu mong muốn của cả các bên. Mô hình này coi QHCC như là chức năng quản lý chiến lược của tổ chức GD, tức là cách mà QHCC đóng góp vào xây dựng các quan hệ có giá trị giữa tổ chức GD và công chúng của mình và giao tiếp để đạt tới các mục tiêu của tổ chức GD, thông qua vai trò chiến lược của QHCC trong việc xem xét mỗi



trường và công chúng, xây dựng các kịch bản, nâng cao sức mạnh của QHCC, các chiến lược quan hệ, đánh giá và đầu tư...

4. Kết luận

Trên đây trình bày và phân tích bản chất của QHCC trong GD, theo đó chức năng/nhiệm vụ về QHCC của một tổ chức GD chỉ có thể vận hành thành công khi tổ chức thiết lập được một đơn vị/bộ phận độc lập thực hiện nhiệm vụ QHCC này. Hơn nữa, để phát triển QHCC trong GD đòi hỏi phải thiết lập được các quan hệ tin tưởng, cùng có lợi giữa các bên liên quan bên trong và bên ngoài của tổ chức GD. Đồng thời phải thiết lập được mô hình giao tiếp hai chiều giữa tổ chức và công luận để cùng nhau giải quyết các vấn đề tồn tại, nảy sinh nhằm đạt tới mục tiêu của tổ chức GD cũng như đáp ứng được nhu cầu, quan tâm của các bên liên quan chính/chiến lược liên quan.

QHCC trong GD đóng vai trò hết sức quan trọng trong việc kết nối tổ chức với công luận để tạo nên thành công của tổ chức GD. Vì vậy, những vấn đề lý luận cơ bản trên đây cần được tiếp tục nghiên cứu và trải nghiệm

trong thực tiễn để phát triển các mô hình QHCC phù hợp với điều kiện và bối cảnh của các tổ chức GD tại Việt Nam.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

- [1]. Dozier, D., Grunig, L. and Grunig, J., (1995), *The Manager's Guide to Public Relations and Communication Management*, Mahwah, NJ: Erlbaum.
- [2]. Cutlip, S., Center, A. and Broom, G., (2000), *Effective Public Relations*, Upper Saddle River, NJ: Prentice-Hall.
- [3]. Grunig, L., Grunig, J. and Dozier, D., (2002), *Excellence in Public Relations and Effective Organizations: A Study of Communication Management in Three Countries*, Mahwah, NJ: Erlbaum.
- [4]. Grunig, J. and Hunt, T., (1984), *Managing Public Relations*.
- [5]. Grunig, J., (2000), *Two-Way Symmetrical Public Relations: Past, Present, Future, in The Handbook of Public Relations*, ed. Robert L. Heath (Thousand Oaks, CA: Sage, 2000), p. 28.

NATURE OF PUBLIC RELATIONS IN EDUCATION

Nguyen Tien Hung

The Vietnam Institute of Educational Sciences

Email:hunga60@gmail.com

Abstract: *Public relations in education is the strategic communication process to ensure "open" or to perform social explanation of educational institution basing on developing relationships of common interest between educational institution and the public. After analyzing general features of public relations in education and its nature. Developing public relations in education requires relationship establishment of trust, mutual benefit among related inside and outside stakeholders, and two-way communication model between organizations and the public so as to solve the existing/ arising problems with the aim to achieve the objective of educational institutions and to meet the needs and concerns of stakeholders as well.*

Keywords: *Nature; public relations; education.*