



## روابط عمومی و تشکیلات حرفه‌ای

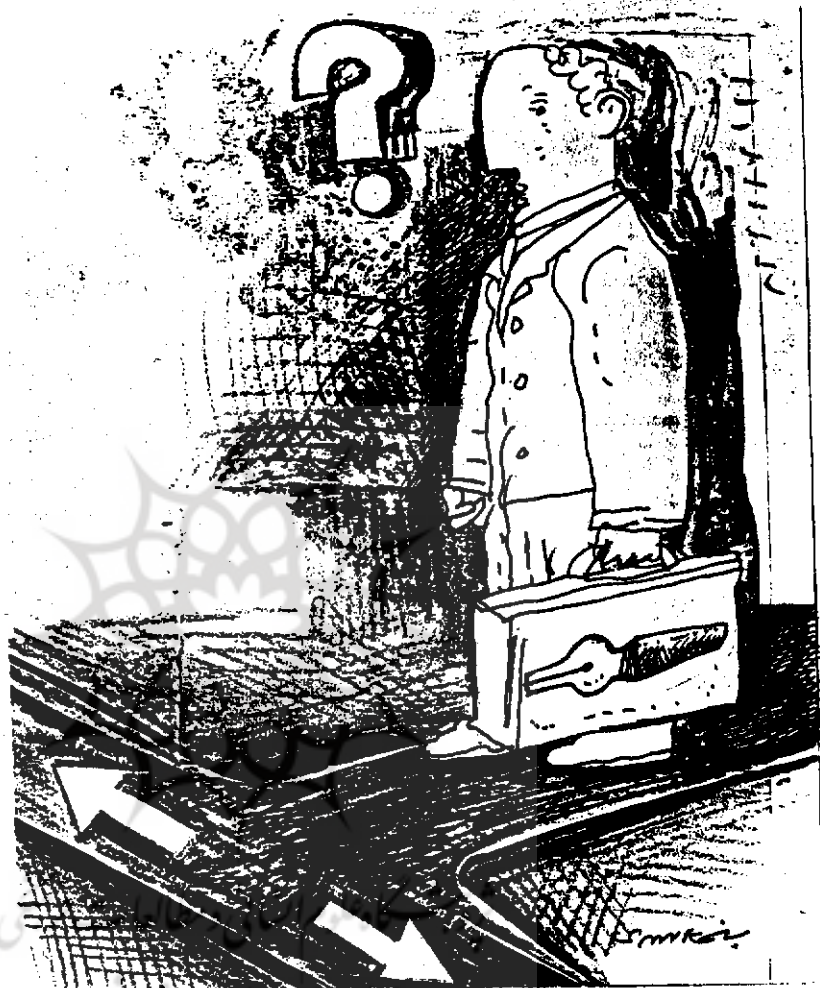
بسیاری از کارشناسان و کارمندان روابط عمومی‌ها می‌پرسند: اگر نویسندگان، خبرنگاران، عکاسان، گرافیک‌سازها و طراحان شاغل در مطبوعات، نیازمند تشکیلات حرفه‌ای هستند، آیا اگر همین افراد، در روابط عمومی‌ها شاغل باشند، از تشکیلات حرفه‌ای بی‌نیاز هستند؟ آیا پرداختن به این کارها در روابط عمومی، افرادی را که در این امور فعالیت می‌کنند، با خطر فرسودگی زودرس، اضطراب‌های شدید کاری و ابتلای به انواع بیماری‌های روحی و جسمی مواجه نمی‌کند؟

افزون بر این موارد، ماهیت فعالیت‌های روابط عمومی به عنوان «مردمداری» و در خدمت مخاطب بودن و حتی حمایت از مخاطب در داخل سازمان و بعضاً در مقابل مدیریت، ضرورت امنیت حرفه‌ای دست‌اندرکاران روابط عمومی را دوچندان می‌سازد.

روابط عمومی در داخل یک سازمان، که می‌تواند ضامن فعالیت‌های دموکراتیک آن سازمان باشد، چه بسا در اثر خطر طرد از سوی مدیریت سازمان به یک نهاد «بله قربان‌گوی» مدیریت تبدیل شود و به جای پرداختن به فعالیت‌های روابط عمومی، در اندیشه حفظ خود و مبلغ تمام و کمال سازمان متبوع خود باشد. در حالی که روابط عمومی در صورت داشتن یک تشکیلات حرفه‌ای قدرتمند، می‌تواند به عنوان حلقه واسط ملت و دولت و به عنوان یک نهاد واسط و مدنی مطرح باشد و از حقوق ارباب رجوع و یا مخاطب در داخل سازمان دفاع کند.

علی‌رغم این وضعیت، برخی حتی در «حرفه» بودن روابط عمومی نیز به خود تردید راه می‌دهند؛ در پاسخ به این افراد، ذکر این نکته ضروری است که جامعه‌شناسان برای یک حرفه، چهار ویژگی را مطرح می‌کنند. این ویژگی‌ها عبارت است از:

۱. مشتمل بر مجموعه‌ای از دانش فنی و نظری باشد؛
  ۲. دارای ضوابط اخلاقی باشد؛
  ۳. قدرت تنبیه یا اخراج افراد متخلف و یا کم توان را داشته باشد؛
  ۴. آموزش‌های خاص یا ضمن خدمت را ارائه دهد.<sup>۱</sup>
- دقت در این ویژگی‌ها نشان می‌دهد که



## روابط عمومی؛ به دنبال حامی برای تأمین حقوق صنفی

هوشمند سفیدی

روابط عمومی یک حرفه است و باید به عنوان یک حرفه مستقل به رسمیت شناخته شود. ناگفته نماند علی‌رغم همه فرازونشیب‌هایی که «روابط عمومی» در سال‌های گذشته داشته، اکنون به عنوان یک رشته مستقل شغلی و تحصیلی شناخته شده است.

پیش از اینکه دلایل لازم در این مورد مطرح شود، نظرات یک صاحب‌نظر روابط عمومی که ویژگی‌هایی را برای تبدیل شدن روابط عمومی به یک حرفه برشمرده است، مرور می‌کنیم:

۱. داشتن قدرت تدارکات کامل و مفصل برای انجام یک خدمت بی‌نهایت تخصصی؛
۲. وجود اصول و فلسفه خاصی که خوب ریشه گرفته و جا افتاده باشد؛

## ■ «انجمن روابط عمومی ایران» - که در دو سال اخیر تحرک خوبی پیدا کرده است - بیشتر نقش آموزشی دارد و جای تشکیلاتی که به دنبال دفاع از حقوق صنفی دست‌اندرکاران روابط عمومی باشد، کاملاً خالی است.

۳. مهارت‌ها و توانایی‌های ذاتی و اکتسابی که به انجام کار، خصوصیات و عناصر یک «هنر» را بدهد؛

۴. داشتن انگیزه قوی برای خدمت به جامعه؛
۵. تعلیم و تدریس رسمی آن؛
۶. اجرای تکنیک‌ها و شیوه‌هایی که از یک علم انتظار می‌رود؛
۷. امکان ارزشیابی عینی نتایج و پیشرفت‌های آن؛
۸. مبادله تجارب و اطلاعات از طریق مجامع حرفه‌ای.<sup>۲</sup>

با دقت در این دو نظر، می‌توان دوازه ویژگی را برای اینکه روابط عمومی بتواند به عنوان یک حرفه مستقل فعالیت کند و دارای تشکیلات صنفی باشد، در نظر گرفت. در این باره، توجه به این موارد ضروری است:

■ روابط عمومی افزون بر اینکه فن و تخصص است و پرداختن به آن، نیازمند طی فراگیری فنون آن در دانشگاه است،

هنر نیز هست. کار در روابط عمومی، عشق می‌خواهد و نیازمند ویژگی‌های ذاتی نیز است.

■ تدریس روابط عمومی در دانشگاه‌های کشور به ویژه در دانشگاه علامه طباطبایی و دانشگاه آزاد اسلامی، نشان می‌دهد که روابط عمومی رشته‌ای است مشتمل بر مجموعه‌ای از دانش فنی و نظری.

■ روابط عمومی، دارای اصول اخلاق حرفه‌ای مدونی است. در حال حاضر، روابط عمومی به عنوان یک حرفه، دارای اصول اخلاقی مدونی است؛ به گونه‌ای که اولین اعلامیه اصول اخلاقی روابط عمومی در سال ۱۹۶۰ صادر شده است.<sup>۳</sup> گرچه در کشور ما هنوز در این زمینه اقدامی نشده، با این وصف زمینه برای تدوین آن فراهم شده است.

■ روابط عمومی دارای اصول و فلسفه خاصی است و توانسته است به عنوان یک تخصص حرفه‌ای جا بیفتد و از انگیزه بسیار بالایی برای خدمت به مردم و جامعه برخوردار شود.

■ روابط عمومی دارای شیوه‌های علمی و تکنیک‌های خاصی است. امکان ارزشیابی عینی و علمی فعالیت‌های آن وجود دارد. برکنار از دلایل موجود برای تشکیل سازمان صنفی روابط عمومی، ضرورت‌های دیگر از قبیل: روی آوردن کارشناسان روابط عمومی به کار دوم و سوم؛ فقدان طرح‌های طبقه‌بندی مشاغل متناسب با حساسیت‌های حرفه‌ای، فعالیت‌های ذهنی و مشغله‌های فکری روابط عمومی، بهبود نسبی جایگاه روابط عمومی در دستگاه‌های دولتی، پایین بودن میزان حقوق و دستمزد کارشناسان روابط عمومی، گم‌گشتن بعضی از آنان در پست‌های غیرتخصصی، فقدان حمایت از دست‌اندرکاران روابط عمومی در برابر بعضی تصمیمات ناروا، در این باره شایان توجه هستند.

### تشکیلات حرفه‌ای موجود

در حال حاضر، تنها تشکیلات حرفه‌ای روابط عمومی در ایران، «انجمن روابط عمومی» است. گرچه تشکیل این انجمن به سال ۱۳۴۱ برمی‌گردد، لیکن ایفای نقش

تشریفاتی در سال‌های پیش از انقلاب اسلامی و کم تحرکی پس از پیروزی انقلاب اسلامی و عدم حمایت‌های لازم از آن، زمینه را برای ایجاد یک تشکیلات حرفه‌ای قدرتمند و فراگیر فراهم کرده است. بررسی اساسنامه انجمن روابط عمومی ایران - که در دو سال اخیر تحرک خوبی پیدا کرده - حاکی است که این انجمن بیشتر نقش آموزشی دارد و جای تشکیلاتی که به دنبال دفاع از حقوق صنفی دست‌اندرکاران روابط عمومی باشد، کاملاً خالی است.

### چند پیشنهاد

با توجه به مطالب یاد شده، تشکیل سازمان حرفه‌ای صنفی کارشناسان روابط عمومی در راستای تقویت و اعتلای روابط عمومی در ایران ضروری است، برای تسریع در این کار، توجه به موارد زیر ضروری است:

۱. اعطای مجوز تشکیل کانون‌های مشاوره روابط عمومی به افراد متقاضی دارای صلاحیت؛
۲. توسعه فعالیت‌های انجمن روابط عمومی ایران و تقویت همبستگی دست‌اندرکاران روابط عمومی؛
۳. توسعه تحصیلات تکمیلی روابط عمومی؛
۴. تدوین نظامنامه اخلاق حرفه‌ای روابط عمومی در ایران با همت انجمن روابط عمومی ایران و با همکاری وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی، مجامع حرفه‌ای و استادان روابط عمومی؛
۵. توسعه فعالیت‌های علمی روابط عمومی با همت دانشگاه‌ها و انجمن روابط عمومی ایران؛
۶. تسریع در تشکیل انجمن‌های استانی روابط عمومی؛
۷. آغاز همکاری با تشکل‌های صنفی روابط عمومی سایر کشورها توسط انجمن روابط عمومی ایران. □

### پی‌نوشت‌ها:

۱. رضائیان، دکتر علی. اصول مدیریت، تهران: انتشارات سنت، ص ۲۵۳.
۲. امینی، رضا. «روابط عمومی»، تهران: انتشارات دانشکده علوم ارتباطات اجتماعی، ۱۳۵۶، ص ۲۶۶.
۳. سفیدی، موشمند. ماهنامه روابط عمومی، ضرورت تدوین نظامنامه اخلاق حرفه‌ای روابط عمومی، ش ۵، ص ۱۷.