

# شرایط احراز استانداردهای حرفه‌ای روابط عمومی از دیدگاه مؤسسه روابط عمومی انگلستان

ترجمه از: روابط عمومی کشتیرانی جمهوری  
اسلامی ایران

بخش اول به معرفی مؤسسه روابط عمومی و شرایط عضویت، اختصاص دارد و بخش دوم مربوط به دوره‌های آموزشی آن است. مطلب بخش اول در دو قسمت و مطلب بخش دوم به طور کامل در همین شماره

این مطلب با بهره‌گیری از منابع و نشریات این مؤسسه، توسط روابط عمومی کشتیرانی جمهوری اسلامی ایران (واحد مطالعات و رسانه‌ها) ترجمه و در اختیار ما قرار گرفته است. مطلب شامل دو بخش اساسی است:

● اطلاع‌رسانی درباره فعالیت‌های مؤسسات روابط عمومی خارج از ایران را یکی از وظایف خود می‌دانیم. در این شماره یا مؤسسه روابط عمومی انگلستان (The Institute Of Public Relations (IPR) آشنا می‌شویم.

## برنامه سالانه کارگاه‌های آموزشی IPR

در این راهنما برنامه سالانه کارگاه‌های آموزشی IPR معرفی می‌شوند

برنامه برگزاری این دوره آموزشی به شرح زیر است:  
ماه سپتامبر، روز ۱۸، کد، 97/2G  
ماه سپتامبر، روز ۱۹، کد، 97/2H  
ماه نوامبر، روز ۶، کد، 97/2I

شرح زیر هستند.  
ماه سپتامبر، روزهای ۱۱ و ۱۲، کد دوره 97/1E  
ماه اکتبر، روزهای ۱۶ و ۱۷، کد دوره 97/1F  
ماه نوامبر، روزهای ۲۷ و ۲۸، کد دوره 97/1G

۱- کارگاه آموزشی دو روزه مقدمات روابط عمومی  
در این کارگاه آموزشی نقش، وظایف، مدیریت و جایگاه روابط عمومی در سازمانها مورد بحث و بررسی قرار می‌گیرد.

۲- کارگاه آموزشی یک روزه نوشتن برای مطبوعات

در این کارگاه آموزشی یک روزه، تکنیک‌های اصلی نوشتن مطالب برای مطبوعات ارائه می‌شود. در این برنامه‌ها روش‌های نام‌نگاری به سر دبیران، ناشران، توضیح عکس‌ها و نوشتن مقالات مهم و کلیدی ارائه می‌شوند.

این دوره آموزشی مباحثی چون روشها، اهداف و استراتژیها را مورد پوشش قرار می‌دهد. روز دوم کلاً به مهارت‌های نوشتن اختصاص داده شده است. در این کارگاهها روش‌های نوشتن برای رسانه‌ها و نوشتن گزارشها و پیشنهادها به صورت عملی مورد بحث و بررسی قرار خواهد گرفت. برنامه‌های برگزاری این کارگاه آموزشی به

۳- کارگاه آموزشی دوروزه آشنائی با روشهای چاپ و تکثیر در روابط عمومی  
در این کارگاه آموزشی تهیه و انتشار موارد زیر مد نظر قرار می‌گیرند: خبرنامه‌ها، مجلات، پوسترها، گزارشهای سالانه، تکثیرهای چاپی و موارد مشابه. هم چنین در این کارگاه دوروزه مهارتهائی مثل

تعریف دیگر روابط عمومی عبارت است از: "رشته‌ای علمی که مرتبط با اعتبار و شهرت سازمانها (محصولات، خدمات و افراد) است و هدف اصلی آن کسب درک متقابل و پشتیبانی است."

مؤسسه روابط عمومی (IPR)

مؤسسه روابط عمومی بدنه اصلی و حرفه‌ای دست‌اندرکاران روابط عمومی در انگلستان را تشکیل می‌دهد و مهمترین اهداف آن عبارتند از:

\* ایجاد یک ساختار حرفه‌ای برای روش‌ها و عملکردهای روابط عمومی.

\* تقویت و بهبود توانایی‌ها و موفقیت اعضای انستیتو به‌عنوان کسانی که مسئول اجرای روش‌ها و عملکردهای روابط عمومی هستند.

\* انعکاس علائق اعضای IPR

\* ایجاد فرصت‌هایی برای تلاقی و تبادل دیدگاهها و نظرات اعضا

\* ارائه طیفی از خدمات حرفه‌ای و

شخصی برای بهره‌گیری اعضا IPR

مؤسسه روابط عمومی در سال ۱۹۴۸

عموم جامعه"  
اخیراً شورای علمی مؤسسه تعاریف دیگری نیز ارائه کرده است که برای مدیران علاقه‌مند به کسب و حفظ شهرت و اعتبار سازمانی می‌تواند مفید واقع شود. کسب اعتبار و شهرت برای

تعریف جدید (IPR) از روابط عمومی بر کسب اعتبار و شهرت برای سازمان تأکید می‌کند و آن را حرفه‌ای که مرکز ثقل آن کسب و حفظ اعتبار و شهرت سازمان است، تعریف می‌کند.

سازمان ارتباط نزدیکی با نوع عملکرد و کیفیت دارد. با تأکید بر اعتبار و شهرت سازمان، روابط عمومی عبارت است از: "حرفه‌ای که مرکز ثقل آن کسب و حفظ اعتبار و شهرت سازمانی است که خود ناشی از سه عامل است: ۱- چه می‌کنید؟ ۲- چه می‌گویند؟ ۳- دیگران در مورد شما چه می‌گویند؟"

#### معرفی و اجرای حرفه‌ای

در این کارگاه آموزشی اصول کلی ارتباطات و تاثیر بر دیگران و توانائی ترغیب افراد، مورد بحث و بررسی قرار می‌گیرد. موضوعهای اصلی مورد بحث عبارتند از: نحوه استفاده از شوخی و بذله‌گویی، طراحی و اجرای یک برنامه نمایشی، زبان اشاره و ارتباط از طریق حرکات بدنی، روش‌های استفاده از میکروفون در مجامع، استفاده صحیح از وسائل بصری، نحوه برخورد و ارائه سوالات و موانع و بالاخره تمرین نقش بازی کردن.

#### ۶- کارگاه آموزشی یک روزه روشهای پژوهش و ارزیابی در روابط عمومی

در این کارگاه آموزشی موضوعهای زیر مورد بحث و بررسی قرار می‌گیرد: نحوه تاثیر پژوهش‌ها بر توسعه و پیشرفت، نقش

درج می‌شود. لازم به ذکر است مطلب بخش دوم در زمینه خاکستری صفحه چاپ شده است.

#### هدف اصلی از انتشار این راهنما

در این راهنما اطلاعاتی درباره استانداردهای حرفه‌ای و شرایط لازم برای حرفه روابط عمومی و چگونگی دستیابی به آنها ارائه شده است، مخاطبین اصلی این راهنما عبارتند از:

(الف) دانشجویان مقطع کارشناسی و مشاوران مشاغل

(ب) افراد جدیدالورود و کسانی که قصد تغییر شغل دارند

(ج) مدیران بخش‌های پرسنلی و توسعه و کسانی که دست‌اندرکار خرید و تهیه منابع مرتبط با روابط عمومی هستند

روابط عمومی چیست؟

بر اساس تعریف رسمی IPR، روابط عمومی اینگونه تعریف می‌شود: "روابط عمومی عبارت است از تسلاشی برنامه‌ریزی شده و مستمر برای ایجاد حسن تفاهم و درک متقابل بین سازمان و

خلاصه‌سازی، نمونه‌خوانی، انتخاب چاپگر و بررسی و تحویل نمونه نهائی مورد بحث و بررسی قرار خواهد گرفت.

#### ۴- کارگاه آموزشی یک روزه بررسی جنبه‌های روانشناختی روابط عمومی

موضوعهای مورد بحث این کارگاه آموزشی یک روزه عبارتند از: درک این مهم که مردم چرا و چگونه کارهایی را انجام می‌دهند، چگونه مردم را مطلع ساخته و آنها را ترغیب و تشویق کنیم، تغییر باورها، گرایش‌ها و رفتارها، روابط عمومی به‌عنوان عامل تاثیرگذار. این کارگاه آموزشی برای دست‌اندرکاران و کارشناسان روابط عمومی که می‌خواهند قدرت و نقش روانشناسی را در روابط عمومی درک کنند بسیار مفید خواهد بود.

#### ۵- کارگاه آموزشی یک روزه مهارتهای

پژوهشها بر توسعه و پیشرفت، نقش پژوهشها برای طراحی و تنظیم اهداف روابط عمومی و نقش پژوهش‌ها در ارزیابی عملکردهای روابط عمومی. در این کارگاه ضمن آشنایی با روشهای عملی پژوهش، شرکت‌کنندگان با اصول پژوهش آشنا شده و مبنائی برای توسعه و ارتقا روش‌ها و مهارتهای پژوهشی برای آنها بوجود می‌آید.

۷- کارگاه آموزشی یک روزه مقدمه‌ای بر جهان امور مالی

در این کارگاه شرکت‌کنندگان ضمن آشنائی با اصطلاحات مالی قادر خواهند بود تا متون و مباحث مالی را درک کرده و بر آنها غالب شوند در این کارگاه شرکت‌کنندگان همچنین با اهداف و محدودیت امور مالی آشنا شده و تاثیر این عوامل بر روابط عمومی را مورد بحث و بررسی قرار خواهند داد.

میلادی تأسیس شده و در حال حاضر دارای ۵۰۰۰ عضو فعال است که در بخشهای مختلف اقتصادی انگلیس بصورت مشاور و یا دائمی مشغول بکار هستند. اعضای مؤسسه اعم از متخصصان و غیرمتخصصان از طیف وسیعی از سازمانها و ادارات جذب این مؤسسه شدهاند که اهم آنها عبارتند از: مدیران و دست‌اندرکاران بخش‌های دولتی مرکزی و محلی، مدیران و دست‌اندرکاران روابط عمومی نیروهای مسلح و انتظامی، دست‌اندرکاران سازمانها و نهادهای دولتی و خصوصی که در امور خدمات رفاهی و عام‌المنفعه مشغول بکار هستند.

#### شرایط عضویت در IPR

از تاریخ ژانویه ۱۹۹۲ شرایط عضویت در IPR در دو محور عمده متمرکز شده است:

- داشتن شرایط کامل احراز معیارها و تجربه مفید کاری.
- برای کارشناسان و مدیران ارشد بجای

#### ۸- کارگاه آموزشی یک روزه روابط عمومی و بحران

در این کارگاه نحوه برخورد و کنترل بحرانها مورد بحث و بررسی قرار می‌گیرد.

#### ۹- کارگاه آموزشی یک روزه استراتژی شرکت و نقش روابط عمومی

در این کارگاه نقش روابط عمومی در شکل‌گیری اهداف و به ثمر رساندن آنها مورد بحث و بررسی قرار می‌گیرد. همچنین با بررسی‌های عملی چند مطالعه موردی شرکت‌کنندگان به صورت عملی و ملموس در فرآیندهای تصمیم‌گیری استراتژیک درگیر می‌شوند.

#### ۱۰- کارگاه آموزشی یک روزه مقدمه‌ای بر امور دولتی

موضوعهای مورد بحث عبارتند از: روابط با نهادهای دولتی، محلی، منطقه‌ای ملی و

شرایط کامل احراز. ده‌سال سابقه کار مفید می‌تواند جایگزین شود.

معیارهای شرایط احراز به گونه‌ای طراحی و تهیه شده‌اند که هر دو عامل

**مؤسسه روابط عمومی (IPR) در سال ۱۹۴۸ میلادی تأسیس شده و در حال حاضر دارای ۵ هزار عضو فعال است که در بخش‌های مختلف اقتصادی انگلیس، بصورت مشاوره یا دائمی مشغول به کار هستند.**

عمق و محدوده شرایط را ارائه می‌کنند، این معیارها در قالب ماتریس آموزش و کارآموزی روابط عمومی (PRETM) بصورتی استاندارد شده ارائه گردیده است که جزئیات آن در بخش‌های بعدی ارائه می‌شود. یکی از پیامدهای مثبت این تصمیم‌گیری این است که در درازمدت

فراملی، ساختار، پرسنل و وظایف سازمانهای دولتی، نحوه برقراری ارتباط با سازمانهای دولتی، نقش گروههای فشار و نفوذ و بالاخره مطالعه موردی.

#### ۱۱- کارگاه آموزشی یک روزه مدیریت برنامه‌های روابط عمومی

این دوره آموزشی موارد زیر را پوشش خواهد داد: طراحی، پیگیری و گزارش پیشرفت، تخصیص منابع، تنظیم و ارزیابی نتایج، کنترل بودجه، اصول کلی مدیریت افراد، مدیریت زمان، تفویض اختیار و مهارتهای ایجاد و هدایت گروه.

#### ۱۲- کارگاه آموزشی یک روزه جنبه‌های مالی روابط عمومی

هدف این کارگاه آموزشی آشنا ساختن شرکت‌کنندگان با روشهایی است که متخصصان امور مالی روابط سرمایه‌گذاری

بدنه اصلی مؤسسه را اعضایی تشکیل می‌دهند که دارای شرایط کامل و مورد تأیید هستند. مؤسسه IPR علاوه بر اعطای عضویت پیوسته و کامل، به دانشجویان و دیگر متخصصانی که در زمینه‌های ارتباطاتی مشغول بکار هستند و یا در جهت اهداف مؤسسه فعالیت می‌کنند اما نمی‌توانند به عضویت پیوسته و کامل درآیند، عضویت وابسته اعطا خواهد کرد.

این مؤسسه همچنین به اعضایی که کار برجسته و بارزی در زمینه روابط عمومی انجام داده باشند آفلوشیپ IPR (FIPR) را اعطاء خواهد کرد.

روابط عمومی و شرایط احراز مدیریت در هیچ دوره‌ای شرایط احراز مدیریت به این اندازه مهم و از اهمیت برخوردار نبوده است. در مجموع، شرایط کلی برای احراز مدیریت عبارتند از:

- ۱- دانش مورد لزوم برای اعمال بهترین روشها
- ۲- تعهد کامل به کیفیت

از آنها استفاده می‌کنند.

#### ۱۳- کارگاه آموزشی یک روزه خلاقیت و ابتکار

موارد مورد بحث در این کارگاه آموزشی عبارتند از: تعریف و ارائه و مفهوم خلاقیت، درک فرآیندهای خلاق و مدیریت ایجاد ابتکاری کار. روش ارزیابی عملکرد خلاق در فرآیند کار، توسعه و گسترش استعدادهای خلاق، بوجود آوردن جو و فضای خلاق.

#### ۱۴- کارگاه آموزشی یک روزه مقدمه‌ای بر روابط رسانه‌ها

در این کارگاه آموزشی سه سخنران ضرورت استفاده از روزنامه‌ها، مجلات و رادیو و تلویزیونهای محلی و ملی را برای شرکت‌کنندگان روشن خواهند ساخت. موضوعهای مورد بحث عبارتند از: جنبه‌های علمی تماس با مطبوعات، نحوه نقد و بررسی



برای آن محدودیتی قائل نشده‌اند، در واقع مرحله پنجم باعث ارتقاء شغلی مستمر مسئولان و کارشناسان ارشد خواهد شد تا بتوانند مهارت‌های شغلی و حرفه‌ای خود را ارتقاء دهند. بنابراین مرحله پنجم مسدود نیست و به صورت باز در نظر گرفته شده است، همانند استانداردهای صنعتی، ماتریس (PRETM) مجموعه‌ای از شرایط مورد لزوم حرفه روابط عمومی را بصورت مقایسه‌ای ارائه می‌کند. در این ماتریس مدارک تحصیلی دانشگاهی مورد تأیید IPR برای اعطای عضویت نیز ارائه شده‌اند. یکی از موارد مهم این ماتریس، ارائه معیارهای مورد لزوم برای مدیریت روابط عمومی است که علاوه بر روش‌های ارتباط، مهارت‌های کلی مدیریتی نیز در آن ملحوظ شده است. این ماتریس به چهار

بخش عمده تقسیم شده است:

الف) دانش حرفه‌ای

ب) مهارت‌های حرفه‌ای

ج) مهارت‌های روابط عمومی:

برنامه‌ریزی و مشاوره  
د) مهارت‌های روابط عمومی: توان  
اجرائی

**تهیه و انتشار ماتریس آموزشی و کارآموزی روابط عمومی یکی از وظایف بسیار مهم و وقت‌گیر برای مؤسسه (IPR) و آموزش ارتباطات بطور عام بوده است. این ماتریس چارچوبی منحصر به فرد است که تا کنون در انگلستان تهیه شده و مشابه آن در دیگر حرفه‌ها مشاهده نشده است.**

با مدنظر قرار دادن عوامل دانش، مهارت و تجربه، ماتریس (PRETM) پنج مرحله اساسی را ارائه می‌کند:  
مرحله اول: شرایط پیش از ورود -

مهارت‌ها و دانش پایه مورد لزوم برای ورود به حرفه روابط عمومی  
مرحله دوم: شروع کار حرفه‌ای- مهارت‌ها و دانش مورد لزوم برای کسانی که پس از ورود به این حرفه می‌خواهند به عنوان دستیاران و مجریان سطوح پایین در روابط عمومی کار کنند و در جهت ارتقاء شغلی سعی و کوشش می‌کنند.

مرحله سوم و چهارم: توسعه و ارتقاء حرفه‌ای- دانش و مهارتهایی که فرد طی یک دوره زمانی کسب کرده و می‌تواند باعث ارتقاء شغلی وی گردد و در انتها وی را قادر سازد تا به عنوان یک مدیر یا کارشناس مجرب به کار خود ادامه دهد.  
مرحله پنجم: متخصصان مجرب و حرفه‌ای و مدیریت روابط عمومی - در این مرحله شرایط مورد لزوم برای احراز و کسب مسئولیت‌هایی مثل نظارت گروهی، مشاوره و مدیریت ارشد روابط عمومی ارائه می‌شوند.

ادامه دارد

خواهند کرد.

۲۰- کارگاه آموزشی یک روزه روابط عمومی برای انجمنهای حرفه‌ای

در این دوره آموزشی راههای برقراری ارتباط نهادهای غیردولتی و کارکنان آنها با دنیای بیرون سازمانی و اینکه چگونه می‌توانند پیامهای خود را به دیگران انتقال داده و یا آنها را دریافت کنند، مورد بحث و بررسی قرار می‌گیرد. حرفه‌گرایی، نشان دادن کارآئی و اثبات آن و کسب حمایت مخاطبین خارج از سازمان، اصول و کلیدی مورد بحث در این کارگاه آموزشی خواهند بود. موضوعهای دیگر مورد بحث عبارتند از: تبلیغ و اشاعه خدمات سازمان روابط عمومی داخلی، روابط عمومی خارجی برای مخاطبین بیرون سازمانی، ابتکارات جدید، استراتژی و طراحی و بازاریابی برای سازمان.

تبلیغاتی، ترفند زدن، واژه‌ها و قدرتهای فرهنگی، تمرین مهارتهای نوشتن، نقش بازی کردن، واژه‌ها و درک متقابل.

۱۹- کارگاه آموزشی یک روزه اصول و مبانی استراتژی روابط عمومی

مخاطبین اصلی این دوره اعضای جدیدی هستند که خواستار هدایت و راهنمایی برای توسعه استراتژیهای روابط عمومی هستند. در این دوره آموزشی مفهوم و معناهای متفاوت و چندگانه استراتژی توضیح داده خواهد شد و چگونگی استفاده از آن برای کسب منافع و امتیازات مورد بحث و بررسی قرار خواهد گرفت. کارگاه به صورت مشارکتی و دوطرفه خواهد بود و شرکت‌کننده بر اساس سناریوهایی که برای آنها تهیه شده است، استراتژیهای متفاوتی را برای روابط عمومی طراحی و پیشنهاد

۱۸- کارگاه آموزشی یک روزه روانشناسی، ترغیب و زبان انگلیسی

در این کارگاه آموزشی به صورتی کاملاً عملی، آموزشی و سرگرم‌کننده نحوه انتخاب واژه‌های مناسب برای انواع ارتباطات تجزیه و تحلیل خواهد شد. در واقع انتخاب واژه‌ها برای ارتباط و برقراری روابط فرآیندی است که اصول روان شناختی در آن دخیل هستند. در این کارگاه نقش زبان به عنوان یک ابزار روانشناختی برای تغییر گرایشها و رفتارها مورد بحث و بررسی قرار می‌گیرد. در این راستا مهارتهای نوشتن، مذاکره، مباحثه و سخنرانی برای تأثیرگذاری بر مخاطبین ارائه خواهد شد و اهم موضوعهای مورد بررسی عبارتند از: بذله‌گویی، استعاره، تکرار، بافت و زمینه، نظم، سفسطه، حافظه و یادگیری، استنتاج و تفسیر عسقایید، شعارهای