خاستگاه روابط عمومی در ایران

آنچه از اسناد و مدارک و نوشته‏های موجود برمی‏آید نخستین آثار علمی ایجاد روابط عمومی در ایران در شرکت ملی نفت پدیدار گشت.در شرکت سابق نفت ایران و انگلیس تا سال 1330 یک دفتر «اطلاعات و مطبوعات»وجود داشت و این دفتر رابط بین شرکت‏ مذکور و مطبوعات بود.پس از ملی شدن صنعت نفت،دفتری تحت‏ همان نام در شرکت ملی ایران تشکیل گردید و عنوان همین دفتر بعدا به روابط عمومی تغییر نام یافت.

در سال 1345 نیز برای تشکیل دانشکده‏ای که روابط عمومی را تدریس نماید،مطالعات مقدماتی به عمل آمد که در سال 1346 منجر به تشکیل مؤسسه عالی مطبوعات و روابط عمومی‏گردید. فعالیتهای این مؤسسه تا سال 1375 ادامه پیدا کرد و خوشبختانه در یک دهه فعالیت خود،چندین هزار لیسانسه روابط عمومی وارد بازار کار کرد.

پس از انقلاب نیز مؤسسه مذکور به دانشکده علوم اجتماعی تغییر نام یافت که در آن رشته‏هایی مانند جامعه‏شناسی،مردم‏شناسی، علوم ارتباطات و...ایجاد گردید.

جایگزین رشته روابط عمومی نیز همان ارتباطات و روزنامه‏نگاری‏ است که البته بخش اعظمی از آنچه یک روابط عمومی باید بدان‏ مجهز باشد در دروس این رشته گنجانده شده است.

ظهور انقلاب اسلامی،اگر چه انقلاب در عرصه روابط عمومی را نیز طب می‏نمود اما متأسفانه در دهه اول انقلاب شاهد رکورد نسبی روابط عمومی‏ها بودیم.به هر حال،هنوز انتظاری که از روابط عمومی می‏رفت برآورده نشده و همچنان افکار عمومی دچار خلع‏ اطلاعاتی بوده و برخی مدیران مؤسسات هنوز حاضر به درک جایگاه‏ والای روابط عمومی نیستند.

تاریخچه روابط عمومی

خاستگاه اولیه روابط عمومی به معنای عام به آغاز زندگی‏ اجتماعی بشر باز می‏گردد.زیرا افراد از همان آغاز ناچار به ارتباط با بخشهای مختلف جامعه خود بوده‏اند خرید و فروش محصول،جلب‏ تعاون و همکاری همقطاران خویش و مواردی از این دست به نوعی در چارچوب روابط عمومی صورت گرفته است.

اما کاربرد اصطلاح روابط عمومی (Public Relation) به معنای‏ خاص برای اولین بار توسط اداره اتحادیه راه‏آهن ایالات متحده‏ آمریکا صورت گرفت.در دهه آغازین قرن بیستم نخستین دفاتر روابط عمومی در مؤسسات مختلف کشور آمریکا ایجاد گردید.به‏ گونه‏ای که در سال 1906 اولین شرکت خصوصی،خدماتی را تحت‏ عنوان روابط عمومی به مشتریان خود ارائه نمود.این شرکت توسط «لی»فارغ التحصیل دانشگاه پرینستون و خبرنگار روزنامه نیویورک‏ ولد (New York World) ایجاد شد.

«لی»پدر روابط عمومی در اولین اطلاعیه رسمی خود نوشت:این یک دفتر مطبوعاتی سری نیست،همه کارهای ما بطور آشکار انجام می‏گیرد.هدف ما این است که خبر و اطلاعات را در اختیار مردم قرار دهیم.اینجا یک آژانس آگهی تجارتی نیست.اخبار و اطلاعاتی که ما ارایه می‏دهیم دقیق و صحیح است.هر گونه‏ اطلاعات تکمیلی-در هر موردی-بطور کامل به هر شخص که تقاضا کند داده خواهد شد.به خبرنگارانی که در جستجوی مطالب خبری‏ و گزارشهای تحقیقی و تفسیری هستند با کمال میل و اشتیاق کمک‏ خواهیم کرد.با بررسی اجمالی این اعلامیه و تحلیل محتوای آن‏ می‏توان چند وظیفه روابط عمومی مورد نظر «لی»را دریافت:صادق‏ بودن با مردم،داشته و نداشته را بطور کامل و همانگونه که هست‏ عرضه کردن و اهمیت دادن به امر خبررسانی با دقت و صراحت.