

# گام اول نظام روابط عمومی؛ زیرسقف نظام آموزشی

- ندانیک ضمیر
- کارشناس روابط عمومی

بر اساس نتایج حاصل از یک پژوهش میدانی از کارکنان روابط عمومی های سراسر کشور مشخص شده است که نزدیک به ۶۹ درصد این افراد فاقد تحصیلات عالی بوده اند و به عبارتی تنها ۳۱ درصد آنان دارای تحصیلات دانشگاهی هستند.

همچنین از مجموع کارکنانی که دارای درجه کارشناسی هستند تنها ۳۰ درصد دارای تحصیلات مرتبط (ارتباطات ورشته های وابسته) هستند. به این ترتیب می توان به این نتیجه رسید که یکی از ضعف های عمده روابط عمومی در ایران کمبود تعداد کارشناس متخصص روابط عمومی است. در حالی که در کشورهای دیگری که روابط عمومی از توسعه قابل توجهی برخوردار است ۸۰ درصد کارشناسان دارای تحصیلات مرتبط می باشند. تامل و بررسی بر روی این آمار حاکی از به کارگیری افرادی بدون تخصص علمی ولی با تجربه در این زمینه می باشد.

حال این پرسش مطرح می شود که چرا در سازمان ها از این افراد بیشتر استفاده می شود. شاید بتوان گفت که فارغ التحصیلان این رشته چون در دانشگاه فقط به صورت تئوری آموزش دیده اند و از نظر عملی تجربه ای در این زمینه ندارند، نمی توانند کاری از خود ارایه دهند، اما باید دید راه حل این مشکل چیست؟ شاید آموزش همزمان با کار ضمن تحصیل و یا قرار دادن چند واحد الزامی برای گذراندن دوره های کار ورزی بتواند مشکل را حل کند.

برای دستیابی به راه حل منطقی پای صحبت صاحب نظران روابط عمومی در بخش آموزش نشستیم. دکتر سید وحید عقیلی مدیر گروه ارتباطات دانشگاه آزاد اسلامی واحد تهران مرکزی که بیشترین حجم تعداد دانشجوی این رشته را سرپرستی می کند و دکتر امیر مسعود امیر مظاهری و مهناز رونقی اعضای هیات علمی گروه علوم ارتباطات دانشگاه آزاد اسلامی پاسخگویان پرسش های مصاحبه های این گزارش هستند.

اجرای سیستم اداری کشور جای دهم با مشکلی مواجه می شویم و آن این که اصولاً پدیده روابط عمومی یک پدیده وارداتی از غرب است که به جامعه ما وارد شده است پس برای بهرگیری از این پدیده باید فرهنگ آن را نیز ایجاد کنیم.

روابط عمومی در اصل اوایل قرن گذشته برای اولین بار در ایالات متحده آمریکا با احساس نیاز در جامعه صنعتی این کشور متولد شد. رقابت بازارهای خاص در این مرحله به حدی رسید که شرایط ایجاب می کرد در سازمان ها نهادی به نام روابط عمومی ایجاد شود تا بتواند از یک سواز سازمان های تولیدکننده در برابر مصرف کننده حمایت کند و از سوی دیگر در مقابل مطبوعات به عنوان نهاد های خاص که تمایلات مخاطبان

• جناب آقای دکتر عقیلی در ابتدای بحث خواهش می کنم تعریفی از روابط عمومی علمی داشته باشید و سپس بفرمایید که چگونه می توان مفاهیم علمی را در قالب های اجرایی سیستم اداری امروز کشور تعریف کرد.

به طور کلی تعریف من از روابط عمومی نهادی است که حد فاصل بین سازمان و مخاطبان قرار می گیرد تا بتواند ضمن تشریح اهداف سازمان برای افکار عمومی با تحقیق و پژوهش و نظر سنجی خواسته ها و نیازهای مخاطبان را در اختیار سازمان قرار دهد تا سازمان با بهره گیری از نتایج این تحقیقات و پژوهش ها در جهت بهبود کیفی عملکرد خود اقدام نماید.

اما این که بخواهیم مفاهیم علمی را در قالب های

**عقیلی: از دیدگاه علمی روابط عمومی  
به عنوان یکی از زیرمجموعه‌های علم  
ارتباطات نیاز به افرادی دارد که  
مفهوم روابط عمومی را به طور علمی  
درک کرده باشند. در غیر این صورت  
این واحد به یک واحد تشریفاتی  
تبدیل می‌شود که به امور ابتدایی در  
روابط عمومی می‌پردازد.**

• آیا به نظر شما برای انتخاب یک کارگزار روابط لازم است معیارهای گزینشی خاصی در نظر گرفته شود؟ و اصولاً مهارت‌هایی می‌تواند در بهبود عملکرد یک کارگزار روابط عمومی موثر باشد.

مدیر یا کارگزار روابط عمومی در مرحله اول باید ترکیب و آمیزه‌ای از اصول علمی را آموخته باشد و از سوی دیگر به صورت تجربی باید در زمینه ایجاد ارتباط موثر موفق باشد. از جمله دیگر ملاک‌های انتخاب یک مسوول روابط عمومی داشتن تعهد خدمت و آشنا بودن با اصول ارتباطی است.

• اصولاً به نظر شما متولی روابط عمومی در کشور چیست و چه اقداماتی در جهت تعریف جایگاه این واحد در سیستم اداری کشور شده است؟

وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی و معاونت مطبوعاتی و تبلیغاتی این وزارتخانه متولیان روابط عمومی کشور هستند که سال‌های اخیر در جهت هماهنگی فعالیت‌های روابط عمومی‌های دولتی و درکنار آن روابط عمومی‌های بخش خصوصی اقدامات قابل‌تحصینی داشته‌اند. فعالیت‌های دیگری هم از سوی انجمن‌های روابط عمومی فعال در این عرصه انجام گرفته است اما متأسفانه هیچ‌یک از این اقدامات در حد شایسته و بایسته علم روابط عمومی نبوده و نیست.

• برای تغییر افکار عمومی از دیدگاه سنتی به دیدگاه علمی در زمینه مباحث روابط عمومی و احراز پست مدیریت این واحد چه راه‌کارهایی پیشنهاد می‌کنید؟ پاسخ به این پرسش کمی دشوار است چرا بر حسب

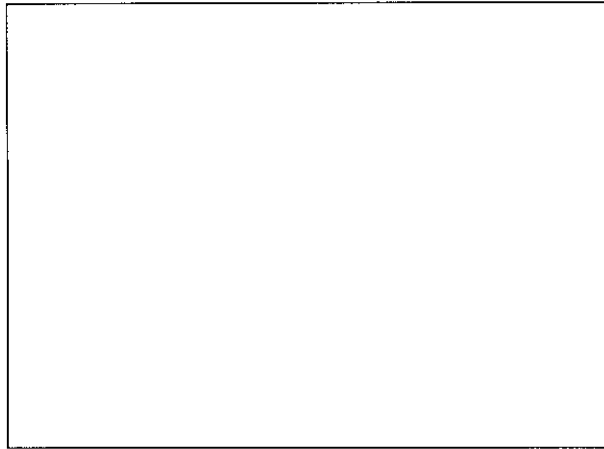
را منعکس می‌کند پاسخگو باشد. با این ترتیب علم روابط عمومی رونق گرفت تا جایی که این نهادها در وزارتخانه‌ها و سازمان‌های دولتی نیز جایگاه خود را تحکیم کردند. در مرحله بعدی، توجه به نیازهای موجود در این زمینه فعالیت به صورت یک رشته تخصصی در سیستم آموزشی جای گرفت تا با تربیت نیروهای متخصص برای این عرصه این زمینه فعالیت را به سوی تخصصی شدن سوق دهد.

• ارزیابی شما از لزوم به‌کارگیری نیروهای متخصص در روابط عمومی چیست و اصولاً نظر خود را در مورد پست‌های مدیریت روابط عمومی‌ها توسط افراد غیر متخصص بفرمایید.

از دیدگاه علمی روابط عمومی به عنوان یکی از زیرمجموعه‌های علم ارتباطات نیاز به افرادی دارد که مفهوم روابط عمومی را به طور علمی درک کرده باشند. در غیر این صورت این واحد به یک واحد تشریفاتی تبدیل می‌شود که به امور ابتدایی در روابط عمومی می‌پردازد. مشکل حاصل از این امر آن‌که وظایف اصلی روابط عمومی یعنی نظرسنجی یا افکارسنجی، ارایه خط‌ومشی‌های تبلیغاتی و ارتباطی به مدیریت سازمان، اطلاع‌رسانی و ایجاد تغییرات لازم در رفتار مخاطبان و ایجاد حس مشارکت در آنان به وادی فراموشی سپرده شود.

• معیارهای ارزیابی تخصص مدیر یا کارگزار روابط عمومی چیست و آیا اصولاً می‌توان تحصیلات دانشگاهی را به تنهایی به عنوان معیارهای تخصص یک مدیر دانست؟

داشتن نگرش علمی به روابط عمومی به عنوان یکی از زیرشاخه‌های اصلی علمی ارتباطات اجتماعی که شامل آگاهی و تسلط بر نظریه‌های ارتباط جمعی و تئوری‌های روابط عمومی است و از آن مهمتر این که این تئوری‌ها در جامعه ایران تا چه میزان کاربرد دارد و آیا اصولاً این الگو و این فنون قابل‌تعمیم در جامعه ما هستند یا خیر از معیارهای ارزیابی یک مدیر یا کارگزار روابط عمومی است. تحصیلات دانشگاهی به تنهایی معیار تخصص یک مدیر یا کارگزار روابط عمومی نیست. روابط عمومی هم علم است و هم هنر، نه فقط دارا بودن تحصیلات آکادمیک صرف به عبارت دیگر یک کارگزار یا مدیر روابط عمومی علاوه بر علم این رشته باید شم ارتباطی و روابط عمومی هم داشته باشد.



اصولا روابط عمومی را هنر ایجاد تفاهم و همدلی بین سازمان و مخاطب تعریف کرده اند که در راستای آن یک اشتراک عقیده با درکی متقابل بین سازمان و مخاطب ایجاد و موجب همکاری دو جانبه شود.

دکتر هارلور هبر حرفه ای روابط عمومی هم روابط عمومی را وظیفه ای مدیریتی دانسته که به ایجاد و نگهداری راه ها و خطوط متقابل ارتباط، درک، پذیرش و همکاری بین سازمان و مردمی که با آن سروکار دارد کمک می کند.

بنا بر این یکی از کارکردهای کلان روابط عمومی، ایجاد همدلی بین سازمان و مخاطب است. همدلی توانایی ویژه ای است که از طریق آن می توان به نگرش فرد مقابل خویش "مخاطب" پی برد و دنیا را از دریچه چشم او نگریست.

حال با توجه به این که روابط عمومی محصول جهان صنعتی است به همراه تحولات قرن اخیر نیاز به تحولات بنیادین دارد.

آغاز علم روابط عمومی به مفهوم نوینش در ایالات متحده آمریکا یک قرن را پشت سر گذاشت و این در حالی است که از ورود این علم به کشورمان نیم قرن می گذرد. روابط عمومی در غرب محصول نیاز ذاتی جامعه و در ایران الصاقی و وارداتی بوده است.

هر پدیده نوین نیاز به زیر ساخت های اجتماعی مورد نیاز دارد نبود این زیر ساخت ها و نا همگونی فرهنگی میان بخش تئوریک و علمی و قالب های اجرایی فاصله انداخت. استقرار روابط عمومی نیازمند نگرش، گرایش و فرهنگ خاص خود است. حال برای اینکه مفاهیم علمی در قالب های اجرایی امروز کشور تعریف شود باید پیش از هر چیز روابط عمومی با جایگاه علمی اش در سیستم اداری کشور مطرح شود که برای این مساله باید به

موقعیت های خاص راهکارهای متفاوتی قابل ارایه می باشند. این عوامل بستگی دارد به شرایط سازمان، نوع فعالیت آن و خصوصی و دولتی بودن آن. تولیدی یا خدماتی یا فرهنگی بودن یک سازمان نیز در تعیین راهکارهای نقش اساسی دارد.

● به نظر شما تدوین نظام نامه روابط عمومی به منظور سازماندهی ساختاری برای این عرصه فعالیت تا چه میزان لازم است؟

هر صنف و هر رشته ای به خصوص اگر یک رشته دانشگاهی باشد. باید دارای یک اساسنامه، میثاق نامه و یا یک اجماع کلی باشد که اعضای آن صنف اقدام به تهیه آن می کنند. روابط عمومی هم از این اصل جدا نیست. بنا بر این دست اندکاران روابط عمومی کشور باید با کمک نهادها، سازمان ها، وزارتخانه ها و نهادهای مدنی (N.G.O) با برگزاری جلسات، نشست ها و حتی فراخوان مقاله به یک اجماع کلی برسند و یک میثاق اخلاق روابط عمومی تهیه کنند.



● خانم رونقی در ابتدای بحث تعریفی از روابط عمومی علمی داشته باشید و سپس بفرمایید که چگونه می توان مفاهیم علمی را در قالب های اجرایی سیستم اداری امروز کشور تعریف کرد.

روابط عمومی نقطه تماس و حلقه ارتباط سازمان ها و دستگاه ها با مخاطبان و اقشار مختلف مردم و تنظیم کننده این چرخه ارتباط دو سویه است و از سویی به عنوان سخن گوی دستگاه ها باید جواب گوی صدها سوال و پرسش و انتقاد و طرح و پیشنهاد بی شماری از مخاطبان سازمان باشد.

**رونقی: نتایج تحقیقات انجام شده نشانگر این موضوع است که تعداد انگشت شماری از مدیران کل روابط عمومی های کشور تحصیلات مرتبط با این رشته داشته اند و همین مساله ضعف نگرش علمی این رشته را در ساختار اداری به دنبال می آورد.**

کارگزاران این رشته جوابگوی بسیاری از مشکلات روابط عمومی کشور خواهد بود.

• معیارهای ارزیابی تخصص مدیر یا کارگزار روابط عمومی چیست و آیا اصولاً می توان تحصیلات دانشگاه ها را به تنهایی به عنوان معیارهای تخصص یک مدیر دانست.

معیارهای کلاسه شده ای در این زمینه موجود نیست اما آنچه مسلم است این است که تحصیلات دانشگاهی آن هم مرتبط با رشته شرط لازم مدیریت روابط عمومی است اما شرط کافی به حساب نمی آید و داشتن مهارت های ارتباطی مسلح بودن به فنون مدیریت الزامات دیگر این کار است وقتی می گوئیم روابط عمومی آینده ای از علم و هنر است مدیر روابط عمومی نیز باید مردمی که با اوسروکار دارد بشناسد و آشنایی با فرهنگ داشته باشد و این دانسته ها را به کارگیرد و در بخش هنری مساله باید توجه کرد که کار موثر روابط عمومی باید خلاقیت و ابتکار باشد. فراموش نکنیم برای ایجاد اعتبار بهترین سیاست صداقت است و از سوی دیگر روابط عمومی یک ابزار تاکتیکی و استراتژیک به حساب می آید در همین راستا مدیر باید فردی استراتژیست و دارای تفکر سیستماتیک باشد.

کلام آخر این که مدیریت روابط عمومی توسعه مهارت های تحلیل گرایانه و استفاده خلاق از اندیشه فرد را می طلبد.

• اصولاً به نظر شما متولی روابط عمومی در کشور کیست و چه اقداماتی در جهت تعریف جایگاه این واحد در سیستم اداری کشور انجام شده است.  
متولی روابط عمومی در کشور وزارت ارشاد اسلامی

تقویت تفکر علمی این رشته نه فقط در بخش اجرا بلکه در فرهنگ جامعه پرداخت. سپس روابط عمومی مطابق با فرهنگمان راندارک ببینیم.

در کلام آخر بایددگفت که روابط عمومی مان در ساختار سازمانی جایگاه مناسبی را دارا نیست که این مساله با برنامه ریزی دقیق، بینش علمی مناسب در سطح کلان در میان مدت و شاید دراز مدت امکان پذیر باشد.

• ارزیابی شما از لزوم به کارگیری نیروهای متخصص در روابط عمومی چیست و اصولاً نظر خود را در مورد پست های مدیریت روابط عمومی ها توسط افراد غیر متخصص بفرمایید.

روابط عمومی آینده ای از علم، هنر و فن است، شاخه ای از علوم ارتباطات است که در سرتاسر جهان این علم توسط دانشگاه ها به دانش جویان آموخته می شود، در کشور ما هم دو دانشگاه علامه طباطبایی و دانشگاه آزاد اسلامی مشغول تربیت دانش آموختگان این رشته هستند، و گروهی به عنوان هیات علمی این رشته گرد هم آمده اند تا بار علمی دانشجویان این رشته را افزایش دهند، با این وصف متاسفانه در قالب اجرایی معمولاً قالب علمی این رشته فراموش می شود.

به طوری که نتایج تحقیقات انجام شده نشانگر این موضوع است که تعداد انگشت شماری از مدیران کل روابط عمومی های کشور تحصیلات مرتبط با این رشته داشته اند و همین مساله ضعف نگرش علمی این رشته را در ساختار اداری به دنبال می آورد که تحول در مدیریت روابط عمومی کشور و ارج نهادن به رهیافت های ارزشمند علمی و حضور افراد متخصص در رده های مدیریتی در روابط عمومی، و باز آموزی و به روز کردن

است که اداره کل تبلیغات کشور به صورت مستقیم بر این حوزه نظارت دارد و برای تبیین جایگاه روابط عمومی در سیستم اداری کشور سازمان مدیریت و برنامه ریزی طبق بخشنامه ای مدیر روابط عمومی را نزدیکترین فرد به مدیر ارشد سازمان معرفی کرده است.

• برای تغییر افکار عمومی از دیدگاه سنتی به دیدگاه علمی در زمینه مباحث روابط عمومی و احراز پست مدیریت این واحد چه راهکارهایی پیشنهاد می کنید. توجه به مباحث علمی و تقویت تخصص گرایی در روابط عمومی و انتخاب مدیران این حرفه. توسعه ادبیات رشته روابط عمومی. تعریف جایگاه روابط عمومی در سیستم اداری کشور. تاسیس شورایی با عنوان شورای عالی روابط عمومی مشتمل بر متولیان و کارگزاران، اساتید این رشته، پژوهشگران علوم اجتماعی و مردم شناسی، و مدیران اجرایی. تقویت تفکر استراتژیک روابط عمومی و در نهایت تدوین الگوی روابط عمومی بومی.

• به نظر شما تدوین نظام نامه روابط عمومی به منظور سازماندهی ساختاری این عرصه فعالیت تا چه میزان لازم است.

به دست آوردن استنباط های تازه ای از روابط عمومی امری ضروری است. ضرورتی که شفاف بودن وظایف و جایگاه روابط عمومی را در جامعه می طلبد، نظام روابط عمومی کالبدی برای این روح بی قرار است. اما باید توجه داشت قبل از نظام مند شدن آن نیازمند تعریف مشخصی از روابط عمومی در جامعه هستیم. این امر در وهله اول فرهنگ ساز عمیق و ریشه داری می طلبد، فرهنگ سازی که زیر ساخت ها را تحت تاثیر قرار دهد. تفکر قالبی در مورد روابط عمومی باید تصحیح شود و سپس حرکتی پژوهشی، آموزشی و علمی برای سازماندهی ساختاری و نظام مند این حرفه صورت گیرد که در این زمینه توجه به شاخصه ها و استانداردهای بین المللی الزامی است.



• آقای دکتر امیر مظاهری تعریف شما از روابط عمومی علمی چیست به نظر شما چگونه میتوان مفاهیم علمی را در قالب های اجرایی سیستم اداری امروز کشور اجرا کرد.

به نظر من روابط عمومی با چند مفهوم اساسی پیوند دارد ارتباط، رضایت، تدوین استراتژی، بی ارتباطی. در این زمینه کامل ترین تعریف از روابط عمومی تعریف انجمن جهانی روابط عمومی است. بر اساس این تعریف روابط عمومی بخشی از نظام مدیریت است که با اقدامات عملی و قابل اجرا در جهت ایجاد ارتباط متقابل و تفاهم در سازمان فعالیت می کند.

برای دستیابی به یک روابط عمومی علمی باید توسعه همه جانبه سازمان ها لحاظ شود. آنچه ما فاقد آن هستیم استراتژی کلان است که یک نوع نابسامانی و بی تکلیفی ایجاد می کند. و برای تدوین استراتژی هم قدم اول این است که توسعه سازمانی کشور را مشخص کنیم. اگر بخواهیم از ابتدا به تدوین نظام نامه روابط عمومی اقدام کنیم اما توسعه سازمانی نداشته باشیم به نتیجه نمی رسیم.

طبیعا هیچ کس منکر به کارگیری نیروی متخصص نیست. اما مساله ای که ما با آن مواجهیم کیفیت و نوع نظام آموزشی ماست. از یک طرف زمانی که دانشجویان فارغ التحصیل می شوند، وارد دنیای واقعی متفاوت و با مضامین آموزشی می شوند. قالب های اجرایی در سازمان ها به یک شکل دیگر است و به دلیل این فاصله ای که وجود دارد به فارغ التحصیلان حالت دلزدگی دست می دهد این گروه به یکباره با واقعیت هایی مواجه می شوند که با آنچه که در طول تحصیل آموخته اند متفاوت است. در نتیجه عملکردهایی که سازمان از روابط عمومی انتظار دارد با وجه کارشناسی روابط عمومی تفاوت زیادی دارد و به همین دلیل فرقی نمی کند در رشته روابط عمومی فعالیت کند یا مهندسی شیمی، تفاوت بین این دو همان بینش و افق کار است. کسی که در روابط عمومی کار می کند علاوه بر کار فیزیکی باید کار فکری هم بداند و از ابزار های ارتباطی نیز استفاده کند.

• معیارها و پارامترهای تخصص مدیر یا کارگزار روابط عمومی چیست؟ و آیا اصولا می توان تحصیلات دانشگاهی را به تنهایی معیار تخصص یک مدیر دانست؟

مدیر و کارگزار روابط عمومی باید سه نوع ویژگی: ۱- ویژگی های اخلاقی ۲- ویژگی های حرفه ای ۳- ویژگیهای سازمانی داشته باشد. اولین صفت، مدیریت بر خویشتن، سعه صدر، انعطاف پذیری و درایت است. علاقه و آشنایی نسبت به کار، داشتن افق دید و بینش از لحاظ اخلاقی،

## امیرمظاهری: یک کارگزار روابط عمومی باید افق دید داشته باشد. داشتن بینش با تحصیلات خیلی فرق می کند. بینش یعنی این که بدانیم مقصدمان کجاست به کجا می خواهیم برسیم و طبیعتاً کوتاه ترین مسیر را انتخاب کنیم.

شونده باشد چون در غیر این صورت یا قافیه را می بازد و یا اینکه سعی می کند شخص را سرکوب کند که در هر دو حالت سازمان بازنده است.

• متولی روابط عمومی در کشور کیست و اصولاً چه اقداماتی برای تعریف جایگاه این واحد در سیستم اداری کشور انجام شده است.

در حال حاضر متولی روابط عمومی وزارت ارشاد تصور می شود ولی به نظر می رسد که متولی روابط عمومی نباید به سازمان دولتی محدود باشد.

• برای تغییر اذهان عمومی از دیدگاهی سنتی به دیدگاه علمی نسبت به مباحث روابط عمومی و احراز پست مدیر روابط عمومی چه راهکارهایی پیشنهاد می کنید.

بحث در زمینه روابط عمومی خیلی مهم است. مخصوصاً در سازمان ها و جوامع ها مهمترین چون در سازمان ها ی ما بافت سنتی تغییر کرده و یک سری فاکتورهای جدید آمده که نتیجه آن تنش در جامعه و سازمان است.

مثلاً اگر می خواهیم خصوصی سازی کنیم باید در ابتدا فرهنگ سازی، بستر سازی، نهاد سازی و آماده سازی صورت بگیرد و بعد بگوییم خصوصی سازی.

• لزوم تدوین نظام نامه روابط عمومی به منظور سازماندهی ساختاری برای این عرصه فعالیت را ارزیابی بفرمایید.

وجود یک نظام نامه خوب لازم است ولی این نظام نامه به عنوان یک مسکن و راه حل کوتاه مدت است که جلوی راه سازمان ها را باز می کند. در نهایت نیاز به تدوین استراتژی های کلان نیز وجود دارد که روابط عمومی بخشی از آن را تشکیل می دهد.

صدقت، عدم سواستفاده از اعتماد دیگران از ویژگی های اخلاقی این حرفه است. در ویژگی های حرفه ای سلسله مراتب لازم نیز باید سپری شود کسی باید به عنوان مدیر انتخاب شود که توانایی برقراری ارتباط بین مدیریت و کارکنان را داشته باشد. همچنین توانایی های فنی در بخش ارتباطات، تبلیغات، انتشارات، رسانه ها و آشنایی با سازمان هایی که دست اندرکار هستند نیز دارا باشد.

در ویژگی های سازمانی از لحاظ نظام سلسله مراتب روابط عمومی مدیر باید در تصمیم گیری ها حضور داشته باشد و روابط عمومی آغاز فعالیت در سازمان است برای هر تصمیم گیری روابط عمومی باید اطلاعات را بدهد.

تحصیلات دانشگاهی به عنوان یک فاکتور اساسی است ولی علاوه بر آن تحصیلات به علاوه تجربه به اضافه مهارت و در نظر گرفتن یک جایگاه مناسب سازمانی و ارتباطات درست به ما در رسیدن به هدف کمک می کند. اختیارات مالی هم می تواند یک فاکتور باشد.

• به نظر شما وجود چه عوامل و مهارت هایی در یک کارگزار روابط عمومی می تواند باعث جذب بهتر ایشان شود و آیا اصولاً برای انتخاب یک کارگزار روابط عمومی لازم است معیارهای گزینشی در نظر گرفته شود؟

یک کارگزار روابط عمومی باید افق دید داشته باشد داشتن بینش با تحصیلات خیلی فرق می کند. بینش یعنی این که بدانیم مقصدمان کجاست به کجا می خواهیم برسیم و طبیعتاً کوتاه ترین مسیر را انتخاب کنیم. یک کارگزار باید صراحت، سعه صدر، صداقت، اعتماد، روحیه پذیرفتن دیگری و انعطاف پذیری داشته باشد. اصولاً همه سازمان ها سیستم گزینشی دارند و این سیستم فی نفسه بد نیست ولی این موضوع مهم است که اشخاص که گزینش می کنند چه کسانی هستند و باید یک رده بالاتر از شخص گزینش