



## مدل شایستگی متخصص روابط عمومی

سید حسین قوامی (مدیر روابط عمومی و روزنامه نگار)

Ghavami\_h@yahoo.com

ایوب اسماعیلی (مدرس و پژوهشگر حوزه منابع انسانی)

Esmaili.ayoub@gmail.com

بر اساس بانک اطلاعات جامع مشاغل وزارت کار آمریکا، ویژگی‌های یک متخصص روابط عمومی موفق را ارائه نماییم. چرا که: خشت اول گر نهد معمار راست، تا ثریا می رود دیوار راست!

### شایستگی

پژوهشگران مباحث منابع انسانی به این نتیجه رسیده‌اند که آنچه بیش از هر موضوعی در فرایندهای جذب، آموزش، پرورش، مدیریت عملکرد و نگهداشت نیروهای دانشگر در سازمان‌ها موثر است، رویکرد «شایستگی» است.

صحبت از شایستگی از گذشته دور وجود داشته به نحوی که رومی‌های قدیم، ویژگی‌های یک «سرباز خوب رومی» را به عنوان نمونه‌ای از شایستگی به کار بردند. اما در خصوص معرفی رویکردهای مبتنی بر شایستگی در محیط سازمان، این موضوع از حدود سال ۱۹۷۰ به جریان افتاده و از آن زمان به بعد، توسعه و کاربردهای زیادی را به دنبال داشته است. «باندرا» شایستگی را اینگونه تعریف می‌کند: هرگونه دانش،

### مقدمه

استیفن رابینز «سازمان» را پدیده‌ای اجتماعی می‌داند که به طور آگاهانه هماهنگ شده و دارای حدود و ثغور نسبتاً مشخصی بوده و برای تحقق هدف یا اهدافی بر اساس یک سلسله مبانی دائمی فعالیت می‌کند. بنابراین اجتماعی بودن هر سازمان و الزام ارتباط با مشتریان، مشترکان، مصرف‌کنندگان و ذی‌نفعان، نمایانگر جایگاه رفیع روابط عمومی است که مانند شریان‌های حیاتی، سلامت و موفقیت هر سازمانی را تضمین کرده و مسیر دست یافتن به اهداف تعیین شده را هموار می‌سازد.

اما کنفسیوس می‌گوید: «سفر ده هزار فرسنگی با قدم اول شروع می‌شود» و اولین قدم در راه صعود به قله‌ی ارتباطات و روابط عمومی کارا و شایسته، برخورداری از منابع انسانی متخصص و دانش گراست که با اشراف و شناخت جایگاه و کارکرد دانش «ارتباطات»، روابط هوشمند و نوآورانه‌ی طرح‌ریزی کرده و مسیر مناسبی را جهت دستیابی به اهداف متعالی سازمان متبوع خود ترسیم نماید. بنابراین در این مقاله برآنیم تا به تبیین و تدوین مدل شایستگی متخصص روابط عمومی بپردازیم و

مهارت، توانایی یا کیفیت شخصی است، که از طریق رفتار نشان داده می‌شود و منجر به تعالی خدمت‌دهی می‌شود.

«منسفید» نیز شایستگی را شامل مهارت‌ها و عاداتی می‌داند که برای کارکنان ضرورت دارد تا در یک شغل موثر باشند.

در تعریفی از موسسه نشنال پارک سرویس امپلویز (۲۰۰۴) شایستگی مجموعه‌ای از دانش، مهارت و توانایی‌ها در یک شغل خاص است که به شخص اجازه می‌دهد به موفقیت در انجام وظایف دست یابد. همانطور که مشاهده می‌شود، این تعریف مولفه توانایی را نیز به مولفه‌های شایستگی افزوده است. فیلیپوت و همکاران (۲۰۰۲) شایستگی را بعنوان ترکیبی از مهارت‌ها، دانش و نگرش‌های مورد نیاز برای انجام یک نقش بگونه‌ای اثربخش، تعریف می‌کنند. در این تعریف مولفه نگرش‌ها بجای توانایی‌ها آمده است.

در تعریفی دیگر، مولفه «انگیزه» به تعریف افزوده شده است. تعریف هانستین (۲۰۰۰) از این نوع است: «شایستگی عموماً بعنوان مجموعه رفتارها یا فعالیت‌های مرتبط، انواع دانش، مهارت‌ها و انگیزه‌هاست که پیش‌نیازهای رفتاری، فنی و انگیزشی برای عملکرد موفقیت‌آمیز در یک نقش یا شغل مشخص است.»

مرکز مشاوره جی جی ان نیز در سال ۲۰۰۴ شایستگی‌های مدیریتی را متشکل از مجموعه دانش، مهارت‌ها، توانایی‌ها و انگیزه‌ها تعریف کرده است، که مدیر بتواند وظایف محوله را به خوبی انجام دهد.

### تبیین مدل شایستگی

اخیراً در بیشتر سازمان‌ها توجه به مباحثی همچون تحول سازمانی، بهبود عملکرد، توسعه کارکنان، جانشین‌پروری و غیره، زمینه‌ساز حضور مدل‌هایی است که به تبیین جایگاه شایستگی در سازمان می‌پردازند.

یک مدل شایستگی فهرستی از شایستگی‌هایی است که از مشاهده عملکرد مطلوب و اثربخش متولیان یک شغل، تهیه می‌شود. مدل می‌تواند بیانگر وضعیت مورد انتظار شاغلین در آن جایگاه شغلی باشد، بنابراین منجر به کشف شکاف‌هایی می‌شود که از فقدان شایستگی‌ها برای تصدی شغل حکایت می‌کند.

یک طرح توسعه فردی می‌تواند برای از بین بردن این شکاف به وجود آید. متغیرهای مهمی که در خلال توسعه یک مدل شایستگی باید مورد توجه افراد قرار گیرند، استفاده از واژه نامه‌های مهارت‌ها یا ایجاد واژه نامه‌های مخصوص سازمان و روش‌های شناسایی و تطبیق شایستگی‌ها (مطالعات میدانی، مصاحبه‌ها، گروه‌های تمرکز و غیره) است.

اما در کنار تمامی ابزارها و تکنیک‌های فوق برای کشف مدل

شایستگی در حوزه‌های مختلف شغلی، آنچه امروزه بیش از بقیه مورد استفاده قرار می‌گیرد، بکارگیری بانک‌های معتبر مشاغل است که با بررسی‌های زیاد، سعی در ارائه تصویری واضح و موشکافانه از قابلیت‌های مورد انتظار هر شغل دارند. از جمله مهمترین آنها بانک اطلاعات مشاغل O\*Net می‌باشد که زمینه‌ساز بررسی‌های این مقاله شده است.

### بانک اطلاعات مشاغل O\*Net

یکی از بهترین و کاملترین بانک‌های اطلاعاتی مشاغل دنیا شبکه O\*Net است که نام کامل آن Occupational Information Network بوده و توسط وزارت کار کشور آمریکا پشتیبانی می‌شود.

«فرهنگ عناوین شغلی» که پیش از O\*Net مورد توجه بود، در سال ۱۹۹۸ میلادی توسط وزارت کار آمریکا منسوخ و دیگر مورد استفاده قرار نگرفت و در ادامه شبکه O\*Net در اوایل دهه ۱۹۹۰ میلادی راه اندازی و جایگزین آن شد.

این ابزار در حوزه‌های مختلف منابع انسانی بسیار قدرتمند بوده و از اطلاعات آن در زمینه بهبود فعالیت‌های زیر استفاده می‌شود:

- تدوین شناسنامه‌های مشاغل
- طراحی ساختارهای سازمانی
- برنامه‌ریزی به منظور جانشینی و ارتقاء افراد
- نیازسنجی آموزشی
- توسعه مسیر شغلی کارکنان

این شبکه با الگوی خاصی در مورد هر شغل به بررسی مهارت‌ها، وظایف، دانش، توانایی‌ها، فعالیت‌های کاری، شرح کار، حوزه شغل، علاقه‌مندی‌ها، شیوه و سبک کار و همچنین ارزش‌های کار می‌پردازد که سعی بر آن است تا با بهره‌مندی از این الگو به معرفی مدل شایستگی کارگزار روابط عمومی بپردازیم.

### مدل شایستگی کارگزار روابط عمومی

استفاده از اصطلاح «روابط عمومی» برای اولین بار به سال ۱۸۹۷ باز می‌گردد که در سالنامه اداره اتحادیه راه‌آهن ایالات متحده آمریکا به کار رفت. اگرچه از گذشته‌های دور پادشاهان و فرمانروایان از برخی روش‌ها و تکنیک‌های روابط عمومی بهره می‌جستند که شواهد و علائم این کوشش‌ها نشانگر نوعی برقراری ارتباطات و روابط عمومی است. اما تغییر و تحول در روش‌های ارتباطی به صورت مدرن و امروزی آن با تأسیس واحدها و دفاتر روابط عمومی از آمریکا شروع شد.

در تعریف این عبارت بسیاری از اندیشمندان و متخصصان علوم اجتماعی دست به قلم برده و چیزی نوشته و حرفی زده‌اند؛ از تعاریف یک جمله‌ای مانند: «روابط عمومی هنر و علم نایل



به عنوان علم، هنر و فن، نقش سازنده و تعیین کننده‌ای در برقراری تفاهم و اعتماد متقابل بین افراد و نهادهای مختلف اجتماعی بر عهده گیرد و به کمک تکنیک‌های خاص خود می‌تواند به نحو مطلوب به اهداف خود در جهت اطلاع رسانی نایل آید.

بنابراین یک کارگزار روابط عمومی موثر و موفق باید شایستگی لازم در برقراری این ارتباط را داشته باشد و بتواند با بهره‌گیری از آن شایستگی‌ها، زمینه‌های رشد و اعتلا در مسیر شغلی و حرفه‌ای خود و همچنین موفقیت سازمان را فراهم سازد.

وظایف اساس مستندات مندرج در بانک اطلاعات مشاغل آمریکا (O\*Net) و بررسی‌های انجام شده در سازمان‌های موفق کشور، عمده‌ترین وظایف کارگزار روابط عمومی به صورت زیر دسته بندی شده است:

- برقراری ارتباط مستمر با رسانه‌های گروهی به منظور انعکاس و تشریح فعالیت‌ها و برنامه‌ها و اقدامات

- برقراری حسن ارتباط بین مردم و سازمان متبوع خود، از طریق دریافت پیشنهادها، انتقادها و نقطه نظرات، به منظور انعکاس آن به مسوولان و بالعکس.

- تماس و همکاری با ارگان‌ها و سازمان‌های دولتی و غیردولتی به منظور آگاهی از سیاست‌های ارتباطی و تبلیغاتی و ارائه گزارش

پیشرفت فعالیت‌ها و برنامه‌ها.

- برقراری حسن ارتباط بین کارکنان از طریق انعکاس نظرها و پیشنهادات آنها به مقامات ذیربط.

- ایجاد ارتباط با روابط عمومی سازمان‌های وابسته به منظور تبادل اخبار و اطلاعات و بررسی نشریات، کتب و مقالات و اجرای برنامه‌های تبلیغاتی مشترک از طرف آنها، به منظور انجام هماهنگی‌های لازم.

- تهیه و انتشار جزوات و نشریه‌های اطلاعاتی و خبری و پوستره‌های تبلیغاتی طبق ضوابط موجود از طریق بکارگیری فناوری‌های نوین اطلاعات.

- بررسی و استخراج مطالب و تهیه متون لازم از بولتن‌های منتشر شده توسط سازمان‌ها و ارگان‌ها در رابطه با مسایل گوناگون.

- دسته‌بندی جراید، مطبوعات و نشریات در ارتباط با مسایل اجتماعی، فرهنگی، هنری، سیاسی، اقتصادی و بازرگانی به

آمدن به هماهنگی با محیط از طریق درک متقابل مبتنی بر حقیقت و اطلاعات کامل است.» تا تعاریف چند خطی مانند تعاریف زیر:

ادوارد برنیز: «روابط عمومی عبارتست از دادن اطلاعات به مردم و انجام تلاش‌های ترغیبی به منظور تغییر گرایش‌ها و رفتار مردم و کوشش برای همبسته کردن نگرش‌ها و اقدامات یک موسسه با مخاطبان خود و ...»

هوشمند سفیدی: «روابط عمومی مجموعه‌ای از فعالیت‌های ارتباطی آگاهانه مبتنی بر برنامه و تحقیق است که با استفاده از شیوه‌های عملی و هنری به دنبال ارتباط با مردم و اطلاع‌یابی از نظرهای آنان، تجزیه و تحلیل گرایش‌های مخاطبان و افکار عمومی به منظور گفتگو با آنان دای رسیدن به تفاهم با کاربرد روش‌ها و ابزارهای ارتباطی، نوشتاری، گفتاری، دیداری و شنیداری است.»

بنابراین با هر تعریف و تفسیری که سراغ این پدیده اجتماعی برویم، به محض آنکه صحبت از «روابط عمومی» شود، در جهان بیکران «ارتباطات» قدم نهاده و صحبت از برقراری ارتباط کرده‌ایم. جهانی که به اعتقاد ارسطو بر پایه سه عنصر فرستنده، گیرنده و پیام شکل گرفته و بر محور ارتباطات میان فردی، گروهی و جمعی در گردش

است. بنابراین در این جهان می‌خواهیم با گیرنده پیام خود، در یک مورد و مسئله معین همانندی یا اشتراک فکر ایجاد کنیم. اما وقتی پا را از حوزه محدود ارتباطات چهره به چهره و میان فردی فراتر بگذاریم و به حوزه ارتباطات گروهی یا جمعی - که از مهمترین کارکردهای روابط عمومی است - وارد شویم، دیگر الگوی ارسطو پاسخگوی نیازهایمان نیست. بنابراین با مدل هارولد لاسول سر و کار داریم که در سال ۱۹۴۸ منتشر شد. در مدل لاسول، علاوه بر سه عنصری که ارسطو مطرح کرده بود دو عنصر «وسيله» و «تأثیر» نیز افزوده می‌شود. این مدل، ارتباطات را انتقال پیام از طریق یک «رسانه» می‌داند و بر موضوع «تأثیر» تاکید دارد. بنابراین وقتی با این الگو در خصوص ارتباطات حاکم بر روابط عمومی سخن می‌گوییم، اهمیت وسیله ارتباطی (رسانه) و تاثیر پیام بر مخاطب بیش از پیش نمایان می‌شود.

روابط عمومی می‌تواند به وسیله «رسانه» تاثیرگذار بوده و

## وقتی پا را از حوزه محدود ارتباطات

چهره به چهره و میان فردی فراتر

بگذاریم و به حوزه ارتباطات گروهی

یا جمعی - که از مهمترین کارکردهای

روابط عمومی است - وارد شویم، دیگر

الگوی ارسطو پاسخگوی نیازهایمان

نیست. بنابراین با مدل هارولد لاسول

سر و کار داریم

کاری و زمینه‌های امنیت شغلی، قدردانی به جا، آموزش و توسعه دانش فرد فراهم شود.

### روابط مطلوب

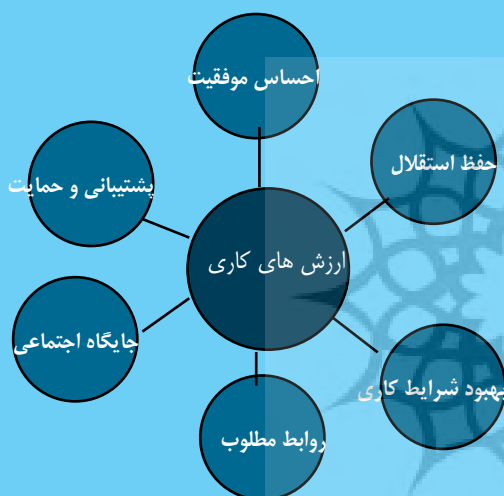
با تکیه بر ارتباطات انسانی و ایجاد فضایی مطلوب و صمیمی، افراد می‌توانند ضمن حفظ ارزش‌های اخلاقی، زمینه‌های رشد و بالندگی خود و سازمان را فراهم سازند.

### جایگاه اجتماعی

جایگاه اجتماعی فرد به رسمیت شناخته شود تا از داشتن چنین جایگاه شغلی احساس منزلت و اعتبار کرده و بتواند در جهت توسعه و ارزش‌افزایی بیشتر تلاش کند.

### پشتیبانی و حمایت

سیاست‌های سازمان باید به گونه‌ای باشد که مدیران پشت و پناه کارکنان بوده و چتر حمایت‌شان گسترده باشد.



شکل ۱ - ارزش‌های کاری

### انتظارات

در مقابل ارزش‌های فوق که هر متخصصی در حوزه روابط عمومی به دنبال آن است تا بتواند کار خود را به شکل مطلوب انجام دهد، طبیعتاً سازمان‌ها نیز زمانی که فردی را به این وظیفه خطیر می‌گمارند، انتظاراتی دارند که چارچوب اصلی این انتظارات را می‌توان در شکل ۲ مشاهده کرد.

### قابل اعتماد بودن

مسئولیت‌پذیری و عمل به تعهدات

### توجه به جزئیات

دقت درباره جزئیات و انجام وظایف کاری

### صداقت و درستکاری

درستکاری و توجه به مسائل اخلاقی

### سازگاری / انعطاف‌پذیری

برخورد باز با تغییرات (مثبت یا منفی) در محیط کاری

منظور گردآوری اخبار و اطلاعات و گزارش‌های لازم در این زمینه و همچنین نگهداری در آرشیو و تلاش جهت بکارگیری فناوری‌های نوین اطلاعاتی.

- اجرای طرح‌های لازم به منظور تنظیم گزارش‌ها و اطلاعیه‌های مختلف جهت آگاهی افکار عمومی.

- برنامه‌ریزی و انجام کلیه اقدامات به منظور فراهم نمودن متن مصاحبه‌ها، سمینارها، کنفرانس‌ها، بازدیدها و جلسات عمومی.

- فراهم نمودن امکانات برگزاری مراسم سخنرانی‌ها، نشست خبری، جشن‌ها و فعالیت‌های مذهبی و ملی و ...

- تهیه عکس، اسلاید، فیلم و گزارش‌های خبری از فعالیت‌ها و اقدامات انجام شده یا در دست اقدام.

- اداره امور کتابخانه، آرشیو مطبوعاتی، ایجاد بانک‌های اطلاعاتی و همچنین ایجاد آرشیو سمعی و بصری.

- انجام مقدمات لازم جهت ایجاد شبکه‌های ارتباطی الکترونیکی و دیجیتال، میان قسمت‌های مختلف سازمان و همکاران.

- برنامه‌ریزی و توسعه هدایت شده ارتباطات و برنامه‌های اطلاعاتی به منظور حفظ علاقه عمومی و احساس رضایت سهامداران بواسطه پیشرفت‌های سازمانی و دستورجلسات طرح شده

- آماده‌سازی و ویرایش نشریات سازمانی برای ممیزی‌های درون و برون سازمان

- هماهنگی بازدیدهای عمومی، سخنرانی‌ها یا نمایشگاه‌های مرتبط با مشتریان برای ارائه بیشتر محصول و خدمات و اثبات حسن نیت به آنان

- مشارکت با آژانس‌های تبلیغاتی یا افراد برای هماهنگی و پیشبرد اهداف رقابتی در تمام رسانه‌های معرف محصولات، سازمان‌ها یا افراد

ارزش‌های کاری

لازمه انجام درست وظایف محوله به یک کارگزار روابط عمومی، فراهم‌سازی بستر مناسب و توجه به ارزش‌هایی است که فرد بتواند به شکل مطلوب‌پذیرای مسئولیت‌های شغلی

باشد. مهمترین این ارزش‌ها (شکل ۱) عبارتند از:

احساس موفقیت

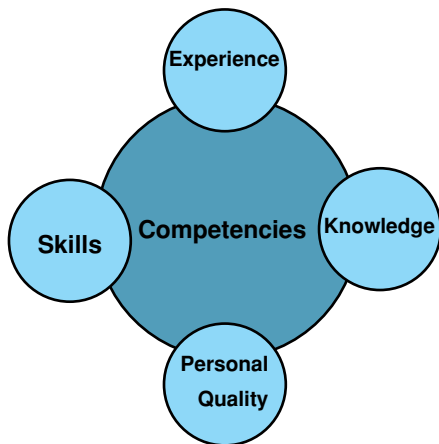
شغل باید نتیجه‌گرا بوده و به متخصص اجازه داده شود تا از حداکثر توانایی‌های خود استفاده نموده و احساس موفقیت کند.

حفظ استقلال

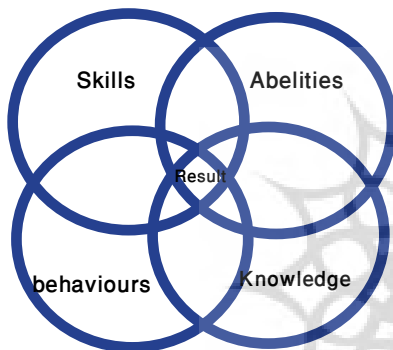
در راستای انجام مسئولیت‌ها و با تکیه بر توانایی‌ها و تخصص فرد، اختیارات لازم تفویض شود تا استقلال فرد حفظ شده و بتواند تصمیم‌گیری کند.

بهبود شرایط کاری

با درک درست از شرایط روحی و روانی فرد، شرایط مناسب



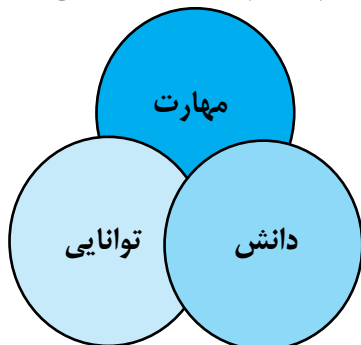
شکل ۳ - Competency Model - Milosevic et al, ۲۰۰۷



Competency Model

شکل ۴ - مدل شایستگی FDIC

مشترک بوده ولی وجه چهارم یکی از عناصر تحصیلات، تجربه، رفتار و ... است که متناسب با شرایط بومی هر سازمانی متفاوت می‌باشد. بر این اساس شالوده اصلی تبیین مدل شایستگی‌های کارگزار روابط عمومی با توجه به ادبیات تحقیق که ابتدای بحث به آن اشاره شد، مبتنی بر سه رویکرد اصلی دانش، مهارت و توانایی است (شکل ۵) که در ادامه به تشریح هر کدام می‌پردازیم.



شکل ۵ - رویکرد سه وجهی مدل شایستگی

### تلاش موثر

تمایل به گرفتن مسئولیت‌های بیشتر و استقبال از چالش‌های کاری

### تحمل فشار روانی

پذیرش انتقاد و برخورد منطقی با موقعیت‌های پر استرس

### همکاری و تشریک مساعی

همکاری رضایت‌بخش، برخورد صمیمانه و انجام کار تیمی

### خودکنترلی

حفظ خونسردی، نگهداری احساسات، کنترل خشم و اجتناب از رفتار پرخاشگرانه

### نوآوری

خلاقیت و تفکر برای یافتن راه‌حل‌های بهینه جهت پاسخگویی به مشکلات کاری

### درک همکاران

حساس بودن به نیازها و درک احساسات دیگران



شکل ۲ - پارامترهای انتظارات سازمان از فرد

مدل شایستگی متخصص روابط عمومی

با توجه به مدل‌های مختلف، بدیهی است که شایستگی‌های این شغل مستلزم فراهم شدن بستر مناسبی از تحصیلات، تجارب کاری و آموزش‌های تخصصی مرتبط است. در این راستا یکی از مهمترین مدل‌های بررسی شده، مدل آقای میلوسویچ است که بر اساس آن شایستگی‌ها شامل ۴ محور اصلی (دانش، مهارت، تجارب کاری و کیفیت افراد) است. (شکل ۳)

همچنین در مدل FDIC چهار وجه غالب شایستگی شامل: دانش، مهارت، توانایی و رفتار می‌شود. (شکل ۴)

شکل ۴ - مدل شایستگی FDIC

بنابراین با مرور مطالعات انجام شده و توجه به تعاریف ارائه شده در مورد «شایستگی» به این نتیجه می‌رسیم که در قریب به اتفاق الگوهای شایستگی، سه وجه دانش، مهارت و توانایی

## دانش

دانش، اطلاعاتی سازماندهی و تجزیه و تحلیل شده است که می‌تواند قابل درک و نیز کاربردی برای حل مساله و تصمیم‌گیری باشد.

دانش، مجموعه‌ای از نگرش‌ها، تجربیات و مراحل است که به صورت درست و صحیح، کنار یکدیگر قرار گرفته‌اند؛ از این رو راهنمای مناسبی برای افکار، رفتارها و ارتباطات می‌باشد. (روم.

ون دراسپیک و اسپیکروت)

در حوزه دانش، می‌توان نیازهای یک کارگزار روابط عمومی را در قالب زیر دسته بندی نمود:

### ارتباطات و رسانه ها

اهمیت ارتباط با رسانه برای کارگزاران روابط عمومی صدچندان بوده و با گوشت و پوست و استخوان‌شان عجین شده است. چرا که یک کارگزار روابط عمومی موثر و موفق، فردی است که علاوه بر شناخت ارتباطات فردی، بر ارتباطات گروهی و جمعی نیز اشراف کامل داشته و حلقه واسط سازمان متبوع خود با مردم می‌باشد. بنابراین دانش تولید پیام، ارتباطات و شیوه‌های انتشار محتوا، استفاده از کانال‌های ارتباط و برقراری ارتباط دو سویه میان سازمان و مخاطبان (انتقال پیام‌های سازمان به مخاطبان و ذی‌نفعان و ارائه بازخور و نظرات آنها به مدیران) از مهمترین وظایف وی است. کسی که در یک روابط عمومی، به عنوان کارگزار، ارتباط‌گر، کارشناس و کارمند و مدیر فعالیت می‌کند، باید از توانایی دسترسی، تجزیه و تحلیل، ارزیابی و ارسال پیام‌ها برخوردار بوده و بتواند پیام‌های مخاطبان برون و درون سازمان و وسایل ارتباط جمعی را درک کند.

### فروش و بازاریابی

دانش اصول و روش‌های عرضه، تبلیغ و فروش محصولات یا خدمات، شامل استراتژی‌ها و تاکتیک‌های بازاریابی، ارائه محصول، تکنیک‌های فروش است. همچنین دانش اصول و فرآیندهای ارائه خدمات به مشتریان، شامل ارزیابی نیازهای مشتری، استانداردهای کیفیت خدمات و ارزیابی رضایت مشتری است.

### ابزارهای دیجیتال

دانش استفاده از کامپیوتر، اینترنت، پرینتر، دوربین عکاسی، فکس، اسکنر و ... و همچنین آشنایی با نرم افزارهای عمومی و تخصصی.

### مکاتبات اداری

دانش انجام مراحل اداری و اجرایی و سیستم‌هایی مانند پردازش کلمه، مدیریت فایل‌ها و پرونده‌ها، کوتاه‌نویسی و نسخه برداری، طراحی فرم‌ها، و روش‌های اداری و واژه‌شناسی.

## مدیریت منابع

دانش کسب و کار و اصول مدیریت شامل: برنامه‌ریزی استراتژیک، تخصیص منابع، منابع انسانی، روش رهبری، روش‌های تولید، و هماهنگی افراد و سایر منابع.

### روانشناسی

دانش رفتار و عملکرد انسان؛ تفاوت‌های فردی در توانایی، شخصیت، منافع و انگیزه‌های یادگیری، روش‌های تحقیق روانی و ارزیابی و درمان اختلالات رفتاری و عاطفی.

### جامعه شناسی

دانش رفتار و پویایی گروه، گرایش‌های اجتماعی و تأثیرات آن، مهاجرت، قومیت، فرهنگ و تاریخ و ریشه انسان‌ها.

### زبان انگلیسی

اطلاع از ساختار و محتوای زبان انگلیسی از جمله معنی و املاي کلمات، قواعد ترکیب، و دستور زبان جهت استفاده از اطلاعات و منابع بین المللی.

### مهارت

فرهنگ فارسی معین، مهارت را ماهر بودن، زبردست بودن و استادی در کار تعریف کرده‌اند. اما در کتاب اشمیت آمده: «به عملی که در حداقل زمان، با صرف حداقل انرژی، با حداکثر کیفیت و کارایی انجام گیرد، مهارت گفته می‌شود.» به طور کلی، مهارت اکتسابی بوده و کسب مهارت نیازمند تمرین و تجربه است؛ به تعبیری دیگر به هر عملی که در آن بتوان تجربه و تمرین داشت، می‌توان مهارت اطلاق کرد. از این رو در بیشتر مباحث روابط عمومی اصلی‌ترین مهارت‌های اکتسابی توسط افراد در قالب دسته‌بندی زیر می‌گنجد.

### صحبت کردن

صحبت کردن با دیگران برای انتقال موثر اطلاعات

### گوش دادن فعال

توجه کامل به اینکه دیگران چه می‌گویند. اختصاص زمان برای درک نکات پیش آمده، پرسیدن سؤالات مناسب و قطع نکردن صحبت آنان در زمان‌های نامناسب

### تفکر انتقادی

استفاده از منطق و استدلال برای شناسایی نقاط قوت و ضعف و ارائه راه‌حل‌های پیشنهادی

### درک مطلب

درک پاراگراف‌ها و جملات نوشته شده در مستندات مرتبط با کار

### نوشتن

برقراری ارتباط موثر در نوشتن، متناسب با نیازهای مخاطبان

### قدرت درک اجتماعی

آگاهی از عکس‌العمل‌های دیگران و درک چگونگی پاسخ‌دهی



## هماهنگی

تعدیل فعالیت‌ها در ارتباط با فعالیت‌های دیگران

## یادگیری فعال

درک مفاهیم اطلاعات جدید برای حل مسائل حال و آینده و

تصمیم‌گیری

## ترغیب

ترغیب دیگران برای تغییر ذهن یا رفتارشان

## مذاکره

نزدیک کردن دیگران به هم و تلاش برای حل اختلاف‌هایشان

## توانایی‌ها

توانایی‌ها اعمال درونی هستند که اجرای ماهرانه را حمایت می‌کنند و در موارد زیر با مهارت‌ها تفاوت دارند:

۱. مهارت‌ها اکتسابی هستند، اما توانایی‌ها فاکتورهای درونی هستند.

۲. میزان و نوع توانایی‌ها به طور ژنتیکی مشخص می‌شود.

۳. افراد همزمان با رشد فیزیکی خود به طور اتوماتیک توانایی‌های خود را بدست می‌آورد.

با توجه به تعریف ارائه شده و به منظور تکمیل مدل شایستگی، مهمترین توانایی‌های لازم برای متخصصان روابط عمومی ذکر می‌شود:

درک شفاهی و نوشتاری

قابلیت گوش دادن، درک اطلاعات و افکار از طریق صحبت و

بیان کلمات و جملات. همچنین توانایی خواندن و درک اطلاعات و افکار مکتوب ارائه شده.

بیان شفاهی و نوشتاری

توانایی برقراری ارتباط و ارائه اطلاعات و افکار به صورت شفاهی و نوشتاری که منجر به درک دیگران شود.

وضوح و تشخیص گفتار

توانایی صحبت واضح به شکلی که دیگران بتوانند آن را درک کنند. همچنین توانایی شناسایی و درک گفتار دیگران.

حساسیت به وجود مشکل

توانایی گفتن این موضوع که مسئله یا کاری اشتباه است. این مسئله شامل ارائه راه‌حل نمی‌شود و تنها تشخیص و ذکر مشکل کفایت می‌کند.

استدلال قیاسی و استقرایی

توانایی اعمال مقررات عمومی به مشکلات خاص، برای تهیه پاسخ‌های مناسب. همچنین توانایی ترکیب قطعاتی از اطلاعات به صورت قواعد کلی یا نتیجه‌گیری (شامل یافتن رابطه در میان وقایع ظاهراً نامربوط).

خلاقیت

توانایی خلق ایده‌های مختلف در مورد یک موضوع، داده یا موقعیت و ارائه راه‌حل‌های خلاقانه برای حل یک مشکل.

چینش اطلاعات

قابلیت چیدن اشیاء و یا اقدامات در یک دسته و یا طرح

## دانش

ارتباطات و رسانه‌ها

فروش و بازاریابی

ابزارهای دیجیتال

مکاتبات اداری

مدیریت منابع

روانشناسی

جامعه‌شناسی

زبان انگلیسی

## توانایی‌ها

درک شفاهی و نوشتاری

بیان شفاهی و نوشتاری

وضوح و تشخیص گفتار

حساسیت به وجود مشکل

استدلال قیاسی و استقرایی

خلاقیت

چینش اطلاعات

قدرت تمرکز

شناسایی

زمان بندی

سرعت ادراکی

سرعت عمل

## شایستگی

## مهارت

صحبت کردن

گوش دادن فعال

تفکر انتقادی

درک مطلب

نوشتن

قدرت درک اجتماعی

هماهنگی

یادگیری فعال

ترغیب

مذاکره

شکل ۶ - مدل شایستگی کارگزار روابط عمومی در روابط رسانه

## فهرست منابع

۱. قوامی، سید حسین، ماهنامه «روابط عمومی»، شماره ۷۷
۲. رایبزن، استیفن، الوانی، مهدی، دانایی فرد، حسن، تئوری سازمان، انتشارات صفار، چاپ ۱۳۸۸، ۲۱
۳. اسماعیلی، ایوب، چالش های سازمانهای ایرانی در مواجهه با نیروهای دانشگر، نشریه منابع انسانی، خرداد ۱۳۸۸، شماره اول
۴. Competency Modeling . p (۲۰۰۰)Haunstein . Approaches and strategies.csae.com/client/csae.pdf
۵. کرمی، مرتضی، «آموزش مدیران با الگوی شایستگی»، ماهنامه تدبیر، سال هجدهم، شماره ۱۳۸۶، ۱۷۹
۶. جویان جعفری بجنوردی، احمد، طراحی مدل آموزش و توسعه شایستگی محور، ششمین کنفرانس توسعه منابع انسانی
۷. <http://www.onetcenter.org/overview.html>
۸. [http://en.wikipedia.org/wiki/O\\*NET](http://en.wikipedia.org/wiki/O*NET)
۹. صالحی، امیر، میرگلویات، احمد و معصومه، اصول و مبانی روابط عمومی، ۱۳۸۸، قابل دسترس در:
- <http://www.modiryar.com/index-management-cultural/relation>
۱۰. جلالی، علی اکبر، ۱۳۸۸، روابط عمومی ۲، تهران، نشر کارگزار روابط عمومی
۱۱. سفیدی، هوشمند، راهبردهای عملی روابط عمومی، تهران: موسسه تحقیقات روابط عمومی، ۱۳۸۳، ص ۱۵
۱۲. محسنیان راد، مهدی؛ ارتباط شناسی، تهران، سروش، ۱۳۸۵، ص ۳۷۶ و ۳۷۷
۱۳. ویلبر شرام (Schramm, ۱۹۵۴) در کتاب «فراگرد و تاثیر ارتباط جمعی»
۱۴. Harold Dwight Lasswell, ۱۹۰۲-۱۹۷۸
۱۵. فیسک، جان؛ درآمدی بر مطالعات ارتباطی، مهدی غبرایی، تهران، دفتر مطالعات و توسعه رسانه ها، ۱۳۸۶، ص ۱۰ و ۱۱
۱۶. سعیدی، رحمان، ۱۳۸۷، تکنیک های روابط عمومی، تهران، نشر سمت
۱۷. ویلکاکس، دنیس ال و گلنت تی کمرون، ترجمه سید محمد اعرابی و داوود ایزدی، ۱۳۸۶، روابط عمومی، نقش، فرایند و استراتژی، تهران، نشر دفتر پژوهشهای فرهنگی.
۱۸. Evaluation of the FDIC's Succession Planning, Report No. Eval, ۲۰۰۷, March ۲۰۰۷
۱۹. Phenomenal Concepts and Phenomenal Knowledge, Torin Alter and Sven Walter, December ۲۰۰۶
۲۰. ریچارد ای. اشمیت، کریگ ای. ریسبرگ، یادگیری و عملکرد حرکتی: رویکرد یادگیری مسئله مدار، دکتر مهدی نمازی زاده، دکتر سیدمحمد کاظم واعظ موسوی، چاپ اول، ۱۳۸۹
- مشخص، بر اساس یک قاعده خاص و یا مجموعه‌ای از قوانین مانند: الگویی از شماره‌ها، حروف، کلمات، تصاویر، عملیات ریاضی و ...
- قدرت تمرکز
- قابلیت تمرکز بر روی یک کار، در یک دوره از زمان بدون پریشانی.
- شناسایی
- قابلیت شناسایی یا تشخیص یک الگوی شناخته شده (یک شخصیت، شی، کلمه و یا صدا) که مفهوم و ماهیت پنهان دارد. زمان بندی
- قابلیت انجام فعالیت‌های متفاوت در بازه‌های زمانی مشخص شده
- سرعت ادراکی
- توانایی مقایسه شباهت‌ها و تفاوت‌ها در میان مجموعه‌ای از حروف، اعداد، اشیاء، تصاویر یا الگوها، با سرعت و دقت.
- سرعت عمل
- قابلیت حس، ترکیب، و سازماندهی اطلاعات و تبدیل آن به الگوهای معنی دار در زمانی اندک
- نتیجه‌گیری
- همانگونه که پیش‌تر اشاره شد، بنای موفقیت افراد و سازمان‌ها تکیه بر شایستگی‌هایی است که زمینه‌ساز رشد و تعالی خواهند شد. از این رو توجه سازمان‌ها به این مقوله در فرایندهای مختلف منابع انسانی از جذب و بکارگیری گرفته تا آموزش و مدیریت عملکرد، می‌تواند مزیت‌های رقابتی پایداری را در این شرایط دشوار کسب و کار فراهم سازد.
- در این میان شناخت درست شایستگی‌های مورد نیاز هر شغل و انتخاب افراد متناسب با این شایستگی‌ها در مشاغل مختلف، امکان افزایش رضایت خاطر کارکنان و همچنین افزایش اثربخشی فعالیت‌های در دست اقدام را در پی خواهد داشت. بدیهی است این مسئله در خصوص کارگزار روابط عمومی که پل ارتباطی بین سازمان و دنیای بیرون است، از جایگاه ویژه و ممتازی برخوردار است.
- در این نوشتار سعی شد تا با بهره‌گیری از منابع علمی معتبر بخصوص بانک اطلاعات مشاغل آمریکا، در کنار نظرات متخصصان روابط عمومی در سازمان‌های ایرانی، نیازها و کارکردهای شایستگی در سه حوزه اصلی دانش، مهارت و توانایی مورد کنکاش قرار گیرد و به ترسیم پروفایل شغلی کارگزار روابط عمومی بیانجامد.
- امید است که این نوشتار مورد استفاده سازمان‌ها قرار گرفته و مسیر موفقیت‌شان را هموار سازد.