

ترجم : گیتی هورمند

پیتراریار (Peter Oriare) مدرس دانشکده روزنامه نگاری و ارتباطات

اجتماعی ، دانشگاه نایروبی ، کنیا

تاریخ انتشار : ۲۹ ژوئن ۲۰۰۷

حرفه ای شدن روابط عمومی و ارتباطات

علامات اختصاری

GA	اتحادیه جهانی
PR	روابط عمومی
PRSA	انجمن روابط عمومی امریکا
PRISA	موسسه روابط عمومی آفریقایی جنوبی
PRSK	جامعه روابط عمومی کینا

۱-مقدمه

در این مقاله راجع به حرفه ای شدن روابط عمومی و ارتباطات ، که یک موضوع مورد توجه جهانی است ، گفتگو می کنیم . در حرفه ای شدن روابط عمومی و ارتباطات فرض بر آن است که روابط عمومی و ارتباطات یک حرفه در شرف تکوین است . درحالی که زمینه کاری روابط عمومی پیوسته در حال پیشرفت و گسترش است ، حامیان حرفه روابط عمومی و ارتباطات ، اقدامات کمی برای پرورش شناخت عمومی و استفاده از حرفه ای بهنام روابط عمومی و ارتباطات ، انجام داده اند . اخیراً ، فقط ، اتحادیه جهانی در زمینه حرفه ای شدن مدیریت روابط عمومی و ارتباطات فعالیت‌هایی را آغاز نموده است . با این وجود ، همه اعضای روابط عمومی ها ایده مدیریت روابط عمومی و ارتباطات را که شامل افزودن ارتباطات به حرفه متبلور روابط عمومی سات راتأیید کرده اند . این مورد اضافه شده مشکل حرفه ای شدن روابط عمومی را بیشتر می کند زیرا روابط عمومی همچنان درصدد متبلورکردن خود به عنوان یک حرفه است . حرفه ای شدن روابط عمومی و ارتباطات یک مشکل مرکب است که برای قانونی کردن آن در ابتدا لازم است پرسش‌هایی منطقی مطرح و بدانها پاسخ داده شود.

۱-۱ پرسشهای تحقیقاتی

پرسشهای تحقیقاتی مورد بررسی در این مقاله عبارتند از:

الف) شاخص های حرفه ای وضعیت حرفه ای چیست؟

ب) انگیزه های حرفه ای شدن روابط عمومی و ارتباطات چیست؟

ج) وضعیت حرفه ای روابط عمومی و ارتباطات در حال حاضر چیست؟

د) برای حرفه ای شدن روابط عمومی و ارتباطات، چه اقداماتی لازم است و باید انجام شود؟

۱-۲ اهداف این مقاله

هدف این مقاله کمک به بحث و گفتگو پیرامون حرفه ای شدن روابط عمومی و ارتباطات است.

هدف مشخص، افزایش سطح آگاهی و شناخت روابط عمومی و ارتباطات به عنوان یک حرفه است.

۲- شناخت و درک مفاهیم

در این مقاله به کرات مفاهیمی چون حرفه، حرفه ای، دانش و مهارت حرفه ای (حرفه ای شدن)

روابط عمومی و ارتباطات استفاده می شود. از این رو، پیشاپیش ارائه توضیحاتی در باره متن و کار ضروری است.

در این مقاله از کلمه حرفه یا برای اشاره به شغل و حرفه ای که مستلزم تعلیم و تربیت پیشرفته

ای دست و یا گروهی از مردم که با دانش خاص، امتیازات خاص و مسئولیتهای خاص در شغل حرفه ای مشغول به کار هستند، استفاده می شود یک حرفه معمولاً یک انجمن حرفه ای، اصول و ضوابط اخلاقی، دستورالعمل لازم برای صدور مجوز و گواهینامه را داراست.

متخصص به کسی گفته می شود که برای یک حرفه خاص شناخته شده، دوره های آموزشی و

تربیتی پیشرفته ای را گذرانده است یا فقط عضوی از یک حرفه است. حرفه ای شدن هم اشاره به تبعیت از رفتار حرفه ای دارد. اما، به خاطر اهداف ایم قماله، ما برای شناخت و درک دانش و مهارت حرفه ای (حرفه ای شدن) همچون شغل و حرفه ای که با خصوصیات از قبیل نوع دوستی، خود گردانی، دانش خاص، مهارتی ویژه و رفتار حرفه ای در میان دیگران مشخص می شود، از یک روش جامعه شناختی استفاده خواهیم کرد.

روابط عمومی به ایجاد و حفظ درک متقابل میان یک سازمان و همه افراد و اعضای مختلف آن

، به منظور افزایش حسن نیت در مورد سازمانها، اشاره دارد. (Jefkins 1998)

ارتباطات نیز در این متن به تبادل نظرات، اطلاعات و پیام های میان یک سازمان و افراد مختلف

آن اشاره دارد. در ارتباطات سازمانی، روشهای افقی و عمودی ارتباطی را خواهیم شناخت.

۳- ساختار نظری

تئوریهای متعددی وجود دارند که سعی در توضیح حرفه ای گرایی دارند. در این مقاله از تئوری

کاربرد گرایی تکنیکی و تئوریهای تعارض قدرت برای توضیح پیشرفت و گسترش حرفه ای گرایی

استفاده خواهد شد.

۱- برای توضیح حرفه و حرفه ای شدن وب سایت و یکی پریا مراجعه کنید.

<http://en.wikipedia.org/wiki/professionalism#historg#history>

ساختار تعارض - قدرت نشان می دهد که شرایط در ساختار طبقاتی جوامع سرمایه داری از

ایجاد حرفه ها پشتیبانی می کند.

۲- در تئوریهای تعارض قدرت تأکید می شود که صاحبان مشاغل برای تثبیت وضعیت بازارهای

خود ، حرفه ها را ایجاد کرده اند (صفحات ۲۰۷-۲۰۵ و ۱۹۸۲ Barlow) رد تئوری تعارض قدرت حرفه

ای شدن تأکید می شود که وقتی شغل و یا حرفه ای پیچیدگی تکنیکی و پیشرفت فکری دست یافته اند.

طبق نظر جورج برناردشاو ، یک طرفدار مدل نخبه گرایی - قدرت ، حرفه ها توطئه ای علیه افراد غیر

حرفه ای هستند.

۳- تئوری تعارض قدرت نشان می دهد.

۴- که متخصصان با استفاده از آموزش عالی جامعه را قریب می دهند و با استناد به آن برنامه های

آموزش خود را در چارچوب دانشگاهها می گنجانند تا به این وسیله به اعتبار و پذیرش عمومی دست

یابند . همچنین یان تئوری تأکید می کند که مشاغلی که بسیار خوب سازماندهی شده اند به همان نسبت

جوایز و پاداشتهای بیشتری نسبت به مشاغلی که خوب سازماندهی نشده اند ، دریافت می کنند . این

تئوری می تواند به متخصصان و شاغلین روابط عمومی کمک کند تا موفقیت شغلی خود را در بازار کار

مشخص کنند.

طبق تئوری ، قدرت پیچیدگی تکنیکی و پیشرفت فکری نشانه های موفقیت شغلی هستند . در این

تئوری گفته می شود که انجمن های حرفه ای ساختار های سیاسی در نظر گرفته شده برای بهبود و

تقویت مواضع بازار در یک محیط رقابتی است . یکی از مهمترین مظاهر حرفه ای گرایی توانایی توصیف

و انحصاری کردن دانش و مهارتهای پیچیده برای حفظ موقعیت بازار خودشان است . (Barlow ۱۹۸۲)

۲- ظهور حرفه ای گرایی : برکل ولوس انجلس : انتشارات دانشگاه کالیفرنیا.

۳-

<http://en.wikipedia.org/wiki/professionalism#Historg#History>

در این خصوص ، این تئوری می تواند به متخصصان و شاغلین روابط عمومی کمک کند تا مکانیسم

های حمایت گرانه ای را برقرار سازند که به جدا کردن این حرفه از رقابت و تجمع غیر ضروری در این

زمینه کمک خواهد کرد.

از طرف دیگر ، پیشگامان مکتب کارکرد گرایی تکنیکی ، کینزلی دیوس (Kinsleg Davis) ،

ویلبرایمور (Wilbur E Moore) و دبلیو جی گود (W.J.Goude) می گویند: حرفه ها عملاً موسساتی

هستند که وجودشان لازم است . آنها تأکید می کنند که جامعه قدرت این تئوری متخصصان دانش و

مهارتها را برای بهره مندی از رفاه اجتماعی یاد می گیرند ، به کار می برند و گسترش می دهند بر طبق

این تئوری ، حرفه ها از سعادت عمومی حمایت می کنند تا منافع خودخواهانه . تئوریهای تعارض قدرت

مخالفند و حرفه ها را همانند قدرت نخبه گری خود برجسته می نگرند.

گالن (Cillen) می گوید حرفه ای گرایی در باره رضایت گروههای شغلی اسن او تأکید می کند که

مشارکت در وظیفه شغلی و قدرت گروه شغلی خصوصیات حرفه ای گرای را مشخص می کند. متخصصان روابط عمومی و ارتباطات می توانند از این تئوریها برای شناخت وضعیت نسبی خود در بازار استفاده کنند. تئوری تأکید دارد که متخصصان خواستار جوایز و آزادی عمل بیشتری هستند ، زیرا آنها کارشناسانی هستند که برای سعادت جامعه کارهای مهم و بنیادی انجام می دهند و این تئوری ممکن است به متخصصان روابط عمومی و ارتباطات کمک کند تا دریا بند که چگونه موقعیت خودشان را در بازار کار رقابتی مشخص کنند. همچنین به کمک این تئوری می توان توضیح داد که چرا برخی از متخصصان پول بیشتری بدست می آورند . تئوری کار کرد گرای حرفه ای شدن می گوید: در آمد متخصصان متفاوت است زیرا حرفه های مختلف برای داشتن عملکرد مناسب به میزان متفاوت از درایت و خردمندی نیاز دارند . کالن تأکید می کند که یک متخصص در رشته خود تحصیل کرده ترین است .

Barlow's review of John B.Cullen's the structure of professionalism :A
Quantitative Examination
The American Journal of sociology
دوره ۸۸ شماره یک جولای ۱۹۸۲ صفحات ۲۰۷-۲۰۵

به انضمام آنکه احتمالاً کارهایی با بالاترین میزان پیچیدگی کاری و پیشرفت فکری برهمه دارد. متخصصانی که تحصیلات عالی ترمی دارند نسبت به متخصصان که تحصیلات کمتری دارند ، حقوق بیشتری دریافت می کنند. همچنین متخصصانی که تحصیلات عالیتر و حقوق مکفی دارند معمولاً درانجمن ها نیز سیار فعال هستند.

۴-انگیزه های حرفه ای شدن روابط عمومی و ارتباطات

انگیزه های حرفه ای شدن روابط عمومی و ارتباطات درعین حال هم منفعت طالبان است و هم مفید و علمی . انگیزه واقعی حرفه ایشدن روابط عمومی و ارتباطات ، اعمال نفوذ روابط عمومی و ارتباطات به عنوان یک حرفه معتبر در ارائه خدمات منحصربه فرد و حرفه ای برای بخشهای متعدد جامعه است . کسب موفقیت حرفه ای به روابط عمومی و ارتباطات مشروعیت و اعتبار می بخشد . البته ، این مشروعیت و اعتبار ، به نوبه خود ، جوایز مالی شبیه به آنچه به افراد در سایر حرفه ها اعطا می شود، را به سوی خود جذب می کند برای مدت طولانی ، متخصصان روابط عمومی و ارتباطات درمقایسه با سایر حرفه ها ، از حقوق کم شکایت داشتند.

موفقیت حرفه ای به موضع استراتژیک روابط عمومی و ارتباطات در بازار وساختار های مدیریت سازمانی نیز کمک می کند . برای مدتی طولانی ،مدیران عامل در سازمانها ، روابط عمومی و ارتباطات را به عنوان وظایف و عملکرد سطح بالای مدیریت در نظر نمی گرفتند . و بدین ترتیب روابط عمومی و ارتباطات از اختیارات تصمیم گیری در سطح مدیریتی نصیب می ماند.

ضیافت ذات انگیزه دیگر حرفه ای شدن روابط عمومی و ارتباطات است متخصصان روابط عمومی و ارتباطات مدعی اند که آنها می خواهند از مردم (بخوانید از حرفه) در مقابل افراد تحصیل نکرده و ناوارد که تظاهر به متخصص بودن در روابط عمومی و ارتباطات می کنند ، حفاظت و حمایت کنند . درحقیقت ، بسیاری از عکاسان ، فیلمبرداران ، چاپخانه داران در میان سایر افراد مدعی اند که به

کار روابط عمومی مشغولند. موقعیت حرفه ای می تواند به جدا کردن حرفه از افراد فاقد تحصیلات روابط عمومی کمک کند. اما این موضوعات قانونی مهمی از جمله حق افراد برای امرامعاش را مطرح می کند.

انگیزه به مراتب بهتر حرفه ای شدن روابط عمومی و ارتباطات، تأمین رفاه و سعادت عمومی از طریق بهبود کیفیت زندگی و خدمات ارائه شده است. حرفه ای شدن در سایر زمینه ها روش های بهینه را نهادینه و استانداردهای کیفی را بوجود آورده است تا سعادت و رفاه عمومی تأمین شود. در حقیقت، حرفه ای شدن در سایر زمینه ها، سلامتی، جاده های ایمن تر، خانه های بهتر، ماشین های سریعتر، بازده تجاری و کارایی در بانکداری و حسابداری را به بار آورده است (CUTLIP, 2002). همچنین حرفه ای شدن روابط عمومی و ارتباطات موجب نهادینه شدن روشهای بهینه و ایجاد استانداردهای کیفی در فرآیند تصمیم گیری در این حرفه شده است. این امر به ما اطمینان می دهد که روابط عمومی و ارتباطات برای تأمین خیر و سعادت عمومی به کار می رود.

دانش و تجربه حرفه ای در ارتباطات و روابط عمومی مهم است زیرا محققان روابط عمومی و ارتباطات، تصمیمی گیری در جامعه را به طور روزمره تحت تأثیر قرار میدهند. متخصصان روابط عمومی و ارتباطات مانند سایر متخصصان، اغلب نفوذ زیادی در فرآیندهای تصمیم گیری در سازمانهای خصوصی و دولتی دارند. از این رو، پتانسیل ارتباطات و روابط عمومی حرفه ای نامحدود است ما از ارتباطات و روابط عمومی حرفه ای برای طرح ریزی و مدیریت فعالیتهای و برنامه های پیچیده در مبارزه با فقر، بیماری، بیسوادی، سوء تغذیه، بی خانمانی، نفرت قومی، تبعیض دینی، تعارضات و همه بی عدالتی ها در جهان امروزی استفاده می کنیم.

۵- ویژگیهای وضعیت حرفه ای

اشتیاق و تلاش همه جانبه برای حرفه ای شدن روابط عمومی و ارتباطات تحسین آمیز است. اما، برای حرفه ای شدن، روابط عمومی و ارتباطات باید نیازها و خواسته های وضعیت حرفه ای را همانند سایر حرفه ها، برآورده سازد.

طبق نظر ارنست گرین دود (Ernest Greenwood) یک شغل یا حرفه موقعی به مرثیه حرفه ای دست می یابد که یک تئوری سیستماتیک، صلاحیت حرفه ای، تأیید و حمایت اجتماعی اصول و ضوابط اخلاقی و یک فرهنگ حرفه ای داشته باشد (voller 7 Mill, 1966)

استدلال سایر محققان و دانش پژوهان این است که حرفه ها دانش خاص، مسئولیتهای خاص و امتیازات خاص دارند. دانش خاص حرفه ای از آموزش عملی و آکادمیک ناشی می شود درحالی که به موجب گواهینامه هاسی حرفه ای امتیازات خاصی هم بدست می آورند. حرفه ها مسئولیتهای خاصی دارند که استاندارد های اخلاقی خود گزیده ای هستند. همه حرفه های رایج مانند طب و حقوق پای اصول و ضوابط اخلاقی خاصی هستند و اعضا تقریباً در سراسر جهان ملزم هستند که در مورد رعایت این اصول سوگند یاد کنند. فی نفسه متخصصان و شاغلین باید پایبند به یک معیار برتر مسئولیت پذیری باشند.

اتحادیه جهانی، استانداردهای اخلاقی جهانی، برنامه های مربوط به اعطای اعتبار نامه های

معمول و شبکه سازی را به رسمیت شناخته است

مربیان روابط عمومی کاتلیپ ، سنتروبردم ویژگی و ویژگیهای ذیل را مربوط به وضعیت حرفهای روابط عمومی و ارتباطت می دانند (۲۰۰۰): اصول اخلاقی ، تدارک برنامه های آموزش ، پذیرش عمومی ، آزادی عمل و پذیرش مسئولیت حرفه ای و استانداردهایی اجرایی به نوبه خود در مورد هر یک از اینها بحث خواهیم کرد.

۱-۵- اصول اخلاقی

اصول اخلاقی روابط عمومی ، اخلاق حرفه ای ، ضرورت اطمینان ، امتیاز حرفه ای و مسئولیت اجتماعی را در بر میگیرد. اصول اخلاقی برای روابط عمومی و ارتباطات بسیار مهم است زیرا موجب پیشبرد اقتصاد می شود (Jefkins 1998) و انسجام حرفه ای را حفظ می کند.

اصول اخلاق حرفه ای

حرفه ها تثبیت شده مانند مهندسی ، طب و غیره دارای اصول اخلاقی رسمی و رفتار حرفه ای هستند . این اصول و ضوابط مشخص می کنند که رفتار درست در یک حرفه چه می تواند باشد. این اصول راهنمایی نیز برای عملکرد حرفه ای هستند . همچنین چارچوبی برای اجرای و اقداماتی تبنیهی در روابط عمومی ارائه می کنند . دلیل اصلی داشتن چنین اصول اخلاق حرفه ای ، ایجاد بیشترین خیر و سعادت هم برای اجتماع و هم مراجعیت است این اصول از مراجعینی که خیر خود را به متخصصین و نیز به خود حرفه می سپارند ، حفاظت و حمایت می کند .

(cutlip , center , Broom 2000)

ضرورت اطمینان

یک رابطه امانی میان متخصص و مراجع وجود دارد. مراجع خود و دارا ئیش را به متخصص می سپارد . متخصص مراجع و دارائی او را امانت نگه می دارد و موظف است که به بهترین وجهی در جهت منافع مراجع عمل کند . متخصص باید این اطمینان را محترم شمرد.

(cutlip , center & Broom 2000 Jefkins 1998)

Ernest Greenwood " Professionalion " in voller abd Mills (1966) Prentice Hall
305055/ vol. PP 10&19

امتیاز حرفه ای

متخصصان به خاطر ارطش و اطمینانی که به سبب رابطه امانی بین متخصص و مراجع بوجود آمده است ، از امتیاز حرفه ای که جامعه برای آنها قائل شده است ، لذت می برند . میزان آماده سازی و از خود گذشتگی متخصصان برای کسب و حفظ دانش و مهارت در زمینه انجام وظایفشان موجب می شود که در مورد احترام فراوان جامعه باشند از این رو ، یک متخصص باید ارزشها و وظایف حرفه ای را محترم شمرد.

(Barlow 1982 /Cutlip , Center & Broom 2000)

مسئولیت اجتماعی

جامعه از حرفه ها توقع دارد که از نظر اجتماعی مسئول باشند . از لحاظ اخلاقی ، حرفه ها موظفند برای خیر و سعادت عمومی مفید و مثمر و مثمر باشند . متخصصان نه تنها به مراجعین خود کمک می کنند تا بر مشکلات فائق آیند بلکه باید برای توجه رسیدگی به مشکلات مربوط به رفاه اجتماعی در یک جامعه گسترده تر نیز مساعدت کنند . از این رو ، زمانی که روابط عمومی آزاد و رقابت اخلاقی را ترویج می کند ، انگیزه هایش را آشکار می کند و استانداردهای اجرایی و رفتاری برتر را به اجرا در می آورد ، فایده اجتماعی را انکار می کند . همه اصول حرفه ای اخلاقی مستلزم افرادی ستند که از نظرات مستقل خود استفاده کنند و در جهت مصالح و رفاه عمومی عمل کنند .

(cutlip , center & Broom 2000, Jefkins 1998 /GA2006)

۲-۵ آماده سازی برای تعلیم و تربیت تخصصی

حرفه ها برای کسب دانش و مهارت های لازم برای کارکردن ، نیاز به تعلیم و تربیت پیشرفته ای دارند . حرفه ها ، هنگامی که آموزش به طول می انجامد و بسیار سخت و جدی هم است ، معتبر تر هستند . دانشجویان ، به دنبال یک شغل حرفه ای دوره های حرفه ای و آکادمیک استاندارد شده و بسیار سختی را می گذارتند .

(Barliw 1982/Cutlip , Center and Broom 2000)

۳-۵ به رسمیت شناختن اجتماعی

حرفه ها باید مشروعیت اجتماعی داشته باشند تا خدمات و کالاهای عمومی منحصر به فرد و اساسی در اختیار گذارند . مهندسان جاده ها را می سازند ، و کلا از حقوق افراد دفاع می کنند و پزشکان امراض ار مدوا می کنند . به موجب قانون برای بازشناسی حرفه های متعدد تبادل نظر می شود .

۴-۵ آزادی عمل و مسئولیت حرفه ای

حرفه ها برای انجام وظایف و مسئولیت هایشان در مقابل سایر حرفه ها و مشاغل نیاز به آزادی عمل و استقلال دارند متخصصان اغلب باید مسئولیت شخص در مقابل رفتار و عملکردشان را بپذیرند به طوریکه در صورت نقض قوانین مشمول پیگرد قانونی شوند .

۵-۵ استانداردهای اخلاقی و اجرایی

حرفه های اغلبی انجمن های مستقلی دارند که استانداردهای اخلاقی و اجرایی را تنظیم و اجرا می کنند . متخصصان اغلب برای رعایت استانداردهای حرفه ای رفتار و انجام وظایفشان سوگند یاد می کنند . تنظیم تفاهم نامه ها و اجرای آنها بوطر حرفه ای مستلزم سازمانی عالی رتبه است .

۶- وضعیت حرفه روابط عمومی و ارتباطات

برای آنکه روابط عمومی و ارتباطات بتواند وضعیت حرفه ای خودشان را متبلور سازند باید برنامه های آموزشی خاص ، مجموعه ای از دانش و شناخت ، مشروعیت عمومی ، مسئولیت فردی ، سازمانها حرفه ای و تعهد برای رعایت اصول و ضوابط تثبیت شده ای که از منافع عمومی حمایت می کند و مسئولیت اجتماعی را شرح می دهد ، وجود داشته باشند . سوالی که در این مرحله پرسیده می شود این است : آیا روابط عمومی و ارتباطات برای دستیابی به وضعیت حرفه ای ملاکهای بالا را برآورده می

سازد؟ جواب هم بلی است و هم خیر. بلی به این خاطر که متخصصان روابط عمومی و ارتباطات کارها و مطالعات بسیاری انجام داده اند و به نقاط عطف در کشورهای خاصی پی برده اند و نه بخاطر فقدان استانداردهای جهانی در این زمینه.

۱-۶ وضعیت استانداردهای جهانی

روابط عمومی و ارتباطات فاقد استانداردهای جهانی اجرای حرفه ای هستند تا بتوانند راهنمایی برای کار کردن در سطح جهانی باشند یک تفاهم نامه برای اصول اخلاقی. اعضای اتحادیه جهانی، هم کنون پروتکل را تصویب کرده اند (GA 2007). این اصول استانداردهای بین المللی ضوابط اخلاقی وب سایت اتحادیه جهانی را مشاهده کنید.

<http://www.globalpr.org/abolit/faqs.asp>

رفتار حرفه ای را برآورده می سازد زیرا شامل اجزاء زیراست: بیانید مبانی اخلاقی، تعهدی در مورد اعضا و یک پروتکل برای استانداردها. در این اصول به ضرورت اطمینان، امتیاز حرفه ای و مسئولیت اجتماعی پی برده شده است.

در زمینه تصویب استانداردهای مدیریت روابط عمومی و ارتباطات مشکلاتی نیز وجود دارد. چنانکه یک توافق کلی در این مورد که روابط عمومی برای گنجانیدن مدیریت ارتباطات باید شناسایی خود را تغییر دهد وجود ندارد. متخصصان روابط عمومی و ارتباطات باید شناختی کلی از آنچه که مدیریت روابط عمومی و ارتباطات در نظر دارد، ارائه دهند. این کار مستلزم تغییر در تعاریف و سبب شناسی این حرفه خواهد بود. به عبارتی دیگری یعنی اینکه انجمن های ملی روابط عمومی باید در باره این موضوع بحث و گفتگو کنند و بیایندهای خود را تغییر دهند. آنگاه فقط در این صورت تأیید و تصویب این موارد آسان خواهد بود.

اگر چه بسیار از انجمن های ملی روابط عمومی دارای اصول و ضوابط هستند، لیکن بندرت آنها را به اجرا می گذارند. نمونه های بسیار زیادی از فعالیتهای و برنامه های روابط عمومی وجود دارد که همراه با اصول اخلاقی سوال برانگیز، رفتارهای قانون، اعمال توهین آمیز و ناآگاهانه و فعالیتهایی که بطور کلی هم به حرفه و هم به مراجع و جامعه آسیب وارد می کند، هستند (Oswaid 2007)

۲-۶ اعتبار نامه متخصصان روابط عمومی و ارتباطات

روابط عمومی و ارتباطات فاقد یک برنامه ارائه اعتبار نامه رایج و ضروری است انجمن روابط عمومی به علت نبود مجوزهای رسمی برای دادن گواهینامه به متخصصان به اعتبار نامه ها متوسل می شوند.

جامعه روابط عمومی امریکا برنامه های خود را در زمینه اعطای اعتبار نامه را از سال ۱۹۹۱ آغاز کرده است. موسسه روابط عمومی افریقای جنوبی نیز در سال ۲۰۰۴ شروع به این کار کرد. چنین برنامه هایی وابسته به افرادی هستند که در پی آموزش مستمر و پس از طی امتحانات کتبی و شفاهی در صداخذ گواهینامه هستند به علت وجود اختلاف نظر، سایر انجمن ها برنامه هایی در زمینه ارائه اعتبار نامه ندارد. بسیاری از متخصصان در مورد اعتبار نامه و شرایط لازم عضویت اختلاف نظر دارند.

اتحادیه جهانی بر روی یک برنامه ارائه اعتبار نامه جهانی کار می کند تا بلکه بتوان در آینده ای نزدیک روابط عمومی را به سوی حرفه ای شدن سوق داد.

۳-۶ دانش و آموزش خاص

دیوید فرگوشن (David Ferguson) اظهار داشت: روابط عمومی هرگز به مرتبه ای حرفه ای دست نخواهد یافت مگر آنکه افراد بتوانند بدون اتمام دوره نسبتاً دشوار مطالعاتی در این رشته، وارد کار شوند و موفق باشند. این نقل قول یک فاکتور اساسی را می کند که برای تضعیف تدریجی تلاشها در زمینه حرفه ای شدن روابط عمومی و ارتباطات، باقی مانده.

انجمن ها و کانون های روابط عمومی دانش حرفه ای را چنان گرامی می دارند که در اصول و ضوابط رفتار و اخلاق حرفه ای شان به کار می بندند. متأسفانه، بسیاری از دانشگاهها هنوز روابط عمومی و ارتباطات را به عنوان یک رشته تحصیلی ارائه نکرده اند. در جاهایی که برنامه های روابط عمومی و ارتباطات وجود دارند. دانشگاهها آنها را به عنوان بخشی از برنامه های روزنامه نگاری و ارتباطات جمعی اراده می کنند. دانشگاه نایروبی روابط عمومی را به عنوان یک واحد در سطح دیپلم و فوق لیسانس ارائه میکند. دانشکده روزنامه نگاری در دانشگاه نایروبی اخیراً یک دوره دو ساله تخصصی روابط عمومی را تحت لوای دوره های دانشگاهی مطالعات رسانه ای و روزنامه نگاری خود آغاز کرده است. درحالیکه در بسیاری از دانشگاهها دوره های کارشناسی ارتباطات وجود دارد، تعداد کمی از دانشگاهها دوره های کارشناسی یا کارشناسی ارشد روابط عمومی دارند. دانشگاه ایلینوی

David Ferguson Apractitioner Looks at publi Relations Education 1987 Vern C. schranz

سخنرانی معروف در بازه روابط عمومی (دانشگاه بال استیت ، CIN, Muncie (Illinois) ، 1920، دانشگاه دیندیانا (IN Diana)) 1922) و دانشگاه یورک (York) (1923) دوره های دانشگاهی روابط عمومی ارائه کرده اند.

متأسفانه، استانداردهای مشترکی در توسعه برنامه های آموزشی وجود ندارد. موسسات متعدد آموزش عالی همه شیوه های متفاوت روابط عمومی و ارتباطات را به دانشجویان می آموزند. در برخی کشورها تمایز اندکی میان آنچه در دوره کارشناسی و دوره تحصیلات تکمیلی آموخته می شود، وجود دارد. اتحادیه جهانی در حال حاضر به بررسی روشهایی برای معرفی استانداردهای مشترک برنامه های آموزشی پرداخته است. تلاشهای به عمل آمده توسط جامعه روابط عمومی کتباً برای بررسی برنامه آموزشی روابط عمومی در کنیا با مقاومتهایی از سوی افرادی ذی نفعی که گمان می کنند چنین سیستم رایجی ممکن است به زیان آنها تبعیض قائل شود، روبرو شده است.

اگر چه بشسیاری از سازمانها بر توسعه حرفه ای تأکید میز کنند، لیکن تعداد کمی از آنها فرصت آموزش پیوسته را فراهم می کنند. برای بسیاری از متخصصان و شاغلین روابط عمومی تنها فرصت توسعه حرفه ای میتواند به شکل دوره های کوتاه مدت غیر نظارتی باشد.

۴-۶ مجموعه خاصی از دانش و تئوریهای

اگر چه مطالعه و بررسی روابط عمومی نو بنیاد است، لیکن دارای مجموعه خاصی از دانش است.

این مجموعه دانش در کتابها، نشریات «مقالات و برنامه ای آموزشی متعدد در کالج های متعدد و دانشگاهها در سراسر جهان دیده می شود. این محتوا، مواردی چون اصول، عملکرد و تئوری روابط عمومی، تکنیکهای روابط عمومی، تحقیقات روابط عمومی، استراتژی روابط عمومی، مدیریت روابط عمومی، تدوین ارتباطات و مطالعات موردی روابط عمومی را پوشش می دهد. روابط عمومی تئوریهای سیستماتیکی دارد که تحقیقات و گردآوری اطلاعات و دانش مربوط به آن را هدایت می کند. روابط عمومی برای توضیح رفتار متخصصان روابط عمومی و عملکرد روابط عمومی از سیستم های تئوریهای روش تحلیلی و کارکردی رفتار ارتباطی استفاده می کند. تئوریها، موقعی روابط عمومی و ارتباطات را تغییر خواهند داد» که کارت شناسایی این حرفه شوند.

تحقیقات روابط عمومی در حال حاضر رونق می یابد. سازمانها بی که در طی سالها در تحقیقات روابط عمومی سرمایه گذاری کرده اند عبارتند از جامعه روابط عمومی امریکا موسسه تحقیقات و آموزش روابط عمومی و اتحادیه جهانی.

نشریات روابط عمومی نیز در سراسر جهان رونق می یابند صدها کتاب روابط عمومی موجود است برخی از مجلات روابط عمومی عبارتند از

Journal of public Relations Research , Public Relations Research Annual ,Public Relations Quarterly, Public Relations Journal ,Public Relations Review, PR Arena ((PRsk sdournal

در مقایسه با سایر رشته های تحصیلی، متخصصان روابط عمومی بندرت آثار و نوشتجات خود را منتشر می کنند. بدتر از آن اینکه، مطالعات کمی صورت می گیرد و به ندرت فرضیه ها بررسی و آزمایش می شوند و تئوری ساخته می شود. در نتیجه، آنها چیزی به مجموعه آثار و کتب روابط عمومی نمی افزایند.

محدودیت دیگر کمی تعداد محققان و دانش پژوهان روابط عمومی و ارتباطات است. محققان و دانش پژوهان رشته روابط عمومی و ارتباطات کم هستند فی نفسه، این امر قبل از جافتادن روابط عمومی و ارتباطات به عنوان یک رشته خیلی طول خواهد کشید. تعداد کمی از این افراد دارای مدرک پی ایچ دی، بالاترین مدرک دانشگاهی، در این رشته هستند.

۵-۶ صدور مجوز روابط عمومی و ارتباطات

Scott M. Cutlip , Allen H . center and Glen M. Broom (2000)8

روابط عمومی موثر. دهلی: آموزش پیرسون حرفهها مستلزم بازشناسی عمومی هستند. ادوارد برنایز (Edward Bernays) از صدور مجوز و ثبت نام متخصصان روابط عمومی، به همان طریقی که جواز کار مهندسان و پزشکان صادر شده است، حمایت کرده است. متأسفانه متخصصان روابط عمومی در باره موضوع مجوز و ثبت نام توافق ندارند دولتها مجوز حرفه ها را بر این اساس صادر می کند که آیا آنها برای رفاه و حفظ جامعه ضروری و نضر هستند یا خیر. برای صدور مجوز توسط دولت باید دلیل محکم و قانع کننده ای وجود داشته باشد متأسفانه در مورد صدور مجوز برای روابط عمومی توجه زیادی نمیشود.

محققان روابط عمومی اغلب چنین استدلال می کنند که آنها نیاز به مجوز دارند زیرا روابط عمومی بحث انگیز است و می تواند از طریق کانالهای زیان بار ارتباطات عمومی مابه جامعه آسیب وارد سازد معهدا این استدلال پیشوانه قانونی ندارد.

استدلال محققان روابط عمومی، مبنی بر اینکه مجوز می تواند به حرفه ای شدن روابط عمومی کمک کند، بنابراین، این واقعیت که صدور مجوز به تنهایی نمی تواند برای شغل یا حرفه های مفید باشد، رد شده است. دلیل ارائه شده مبنی بر اینکه روابط عمومی و ارتباطات به منظور کنترل رقابت یا بهبود استانداردها نیاز به مجوز دارند، از لحاظ قانونی بی ارزش است.

علی رغم این صعفهای قانونی، جامعه روابط عمومی کنیا همچون انجمن های بسیار دیگری پیش نویسی از یک لایحه در مورد حرفه ای شدن روابط عمومی تهیه می کند. لایحه درصد آن است که کارفرمایان را وادار سازد تا فقط متخصصان و کارگزاران مجاز روابط عمومی را استخدام کنند. چنین اقداماتی در آمریکا به علت مشکلات قانونی مربوط به حق افراد برای ادامه شغل خود بدون مداخله دولت، حق دولت برای کنترل و اداره مشاغل و حرف و حق آزادی بیان باشکست مواجه شده است.

(Cutlip , center , Broom 2000)

۶-۶- سازمانهای حرفه ای روابط عمومی

تقریباً همه کشورهای سازمانهای حرفه ای روابط عمومی دارند. در اتحادیه جهانی متجاوز ۵۷ انجمن ملی و غیرملی روابط عمومی همراه با بیش از ۱۵۰ هزار متخصص روابط عمومی وابسته به آن حضور دارند. جامعه روابط عمومی آمریکا، انجمن بین المللی رابطین تجاری (IABC)، جامعه روابط عمومی کانادا (CPRS) موسسه (IPR)، انجمن مشاوران روابط عمومی (PRCA)، انجمن بین المللی روابط عمومی (IPRA)، اتحادیه جهانی، فدراسیون انجمن های افریفایی روابط عمومی (FAPRA) جامعه روابط عمومی کتبا، برخی از سازمانها روابط عمومی و ارتباطات هستند.

این سازمانها مکانیسم های خود گردان متشکل از اعضای روابط عمومی هستند آنها مکانیسم های مراقبت و کنترل را برای روابط عمومی به منظور باز داری از تخلفات و به اجرا در آوردن اصول اخلاق و رفتار جمعی، محقق می کنند.

نتایج

این مقاله نتیجه می گیرد که حرفه های شدن روابط عمومی و ارتباطات در جریان است. البته، این تلاش همه جانبه با چالش هایی روبرو است از جمله:

- * فقدان سبب شناسی مشترک برای روابط عمومی و ارتباطات
- * فقدان یا ناکامی بودن سیستم های ارائه اعتبار نامه در سطح بین المللی و ملی
- * فقدان یا ناکامی بود قوانین مربوط به صدور مجوز روابط عمومی
- * عدم هماهنگی و استانداردها در برنامه های آموزش جهانی روابط عمومی

- *عدم اعمال اصول اخلاقی و استانداردهای حرفه ای
 - *سطح پایین پیچیدگی تکنیکی و پیشرفت فکری که سایر حرفه ها را مشخص می کند.
 - *اعمال ضعیف نظم و تربیت در اصول رفتاری
 - *ناکافی بودن فرهنگ چاپ و تحقیقات
 - *تعداد کم متخصصان در رشته روابط عمومی و ارتباطات
 - *شبکه سازی که بهم عرفی و شناسایی این رشته در سراسر جهان کمک می کند
 - *هیأت های ضعیف و بی کفایت روابط عمومی و ارتباطات ملی حرفه ای
 - *متخصصان بی تفاوت روابط عمومی که از این حرفه در سطح کشور حمایت نمی کنند.
 - *کاربرد نامنظم اصول اخلاقی رفتار حرفه ای که اعضا را آزرده می کند.
- ۸- توصیه ها

اقداماتی که می توان برای تقویت کردن حرفه ای شدن روابط عمومی و ارتباطات انجام داد ولی در عین حال هم به آنها محدود نمی شوند عبارتند از:

- *ایجاد شناخت عمومی از تعاریف و سبب شناسی روابط عمومی و ارتباطات
- *حساسیت متخصصان هیأت جهانی روابط عمومی و ارتباطات در مورد ضرورت پذیرش مدیریت روابط عمومی و ارتباطات به عنوان یک حرفه
- *هماهنگ و استاندارد کردن برنامه های آموزشی مدیریت روابط عمومی
- *ایجاد سیستم استاندارد شده اعتبارنامه به کمک هیأت شناخته شده و بین المللی روابط عمومی همچون اتحادیه جهانی
- *اتحادیه برنامه های مربوط به اعطای اعتبارنامه در سطح کشور و جهان
- *تصویب اصول اخلاقی و رفتار حرفه ای استاندارد شده شبیه به پروتکل اتحادیه جهانی
- *حمایت از تحقیقات در زمینه روابط عمومی و ارتباطات در مورد موضوعات میان بُر
- *حمایت از چاپ کتب و مجلات روابط عمومی و ارتباطات
- *تقویت و توانمند کردن سازمانها ملی - منطقه ای و جهانی روابط عمومی و ارتباطات
- *جستجوی قوانینی که جامعه روابط عمومی را به عنوان هیأت های حرفه ای خودگردان و مستقل به رسمت شناسد.

از لحاظ تئوری، ظرفیت و امکانات سازمانی، پیچیدگی تکنیک پیشرفت فکری در تعیین موقعیت روابط عمومی و ارتباطات در بازار اهمیت بسیاری دارند. متخصصان روابط عمومی و ارتباطات باید سطح دانش علمی خود در این زمینه را افزایش دهند و نیز وجهه و اعتبار این حرفه در سطح، منطقه ای و جهانی را بهبود بخشند. به عنوان حرفه روابط و ارتباطات ما باید استراتژی های مربوط به فعالیتها و برنامه های جامع خود را گسترش دهیم تا مدیریت روابط عمومی به عنوان یک حرفه در تمامی کشورها در طی ۱۰ سال آینده قاطعانه ثبات یابد.