

بررسی ضرورت و الزامات تشکیل سازمان نظام

روابط عمومی و ارتباطات

احمد عامری

بنیانگذار جامعه مجازی روابط عمومی

Ameri@PrSociety.ir

چکیده

اهمیت توجه به روابط عمومی به عنوان یک نهاد تاثیرگذار ارتباطی بر صاحب نظران و فعالان حوزه ارتباطات بسیار روشن است اما این تصور که روابط عمومی ها مبلغ سازمان بوده و وظیفه ای جز برجسته سازی مدیران خود ندارد را باید پاک کرد و هویتی واقعی به روابط عمومی ها بخشید. روابط عمومی ها بخش مهم نظام اداری کشور و دولت به شمار می روند؛ با توجه به گستره روابط عمومی در کشور، این نهاد علاوه بر ایفای نقش مؤثر در سازمان خود، در مسائل اجتماعی و فرهنگی نیز نقش مهمی ایفا می کند. براین اساس، ظرفیت ها و قابلیت هایی که روابط عمومی در عرصه های مختلف و از همه مهم تر عرصه مدیریت کشور و نظام اداری دارند، باعث شده تا نگاه ها به سمت این بخش به عنوان بخشی اساسی و اثرگذار در سازمان جلب شود. نتایج پژوهش های انجام شده، نشان می دهد که مردم و مشارکت آن ها در تصمیم گیری و اجرای امور نقشی جدی و فعال داشته و در تشکیل حکومت، قانون گذاری، سیاست گذاری، اجرای قوانین و اداره کشور نیز تاثیرگذار بوده اند، بنابراین می توان دریافت که می توان حوزه تخصصی روابط عمومی و ارتباطات را با به کارگیری ظرفیت های بالقوه موجود در بین کارشناسان و فعالان این حوزه هویت صنفی روابط عمومی ها را ارتقا داده و ایماژه زیبایی از آن نشان داد و در جامعه گام های مؤثر برداشت. با توجه به وجود نهادهای صنفی، علمی، حاکمیتی، سیاسی در حوزه روابط عمومی اما جای یک نهاد حرفه ای همچون سازمان نظام روابط عمومی که موظف به توسعه حرفه ای روابط عمومی است در میان نهادهای روابط عمومی خالی است.

واژگان کلیدی: سازمان نظام روابط عمومی، روابط عمومی، سازمان صنفی،

حرفه ای گرایی، سازمان غیردولتی

تاریخ پذیرش: ۱۴۰۰/۳/۱۵

تاریخ دریافت: ۱۳۹۹/۱۰/۳۰

مقدمه

اهمیت توجه به روابط عمومی به عنوان یک نهاد تاثیرگذار ارتباطی بر صاحب نظران و فعالان حوزه ارتباطات بسیار روشن است اما این تصور که روابط عمومی ها مبلغ سازمان بوده و وظیفه ای جز برجسته سازی مدیران خود ندارد را باید پاک کرد و هویتی واقعی به روابط عمومی ها بخشید. روابط عمومی ها بخش مهم نظام اداری کشور و دولت به شمار می روند؛ با توجه به گستره روابط عمومی در کشور، این نهاد علاوه بر ایفای نقش مؤثر در سازمان خود، در مسائل اجتماعی و فرهنگی نیز نقش مهمی ایفا می کند، براین اساس، ظرفیت ها و قابلیت هایی که روابط عمومی در عرصه های مختلف و از همه مهم تر عرصه مدیریت کشور و نظام اداری دارند، باعث شده تا نگاه ها به سمت این بخش به عنوان بخشی اساسی و اثرگذار در سازمان جلب شود.

نتایج پژوهش های انجام شده، نشان می دهد که مردم و مشارکت آن ها در تصمیم گیری و اجرای امور نقشی جدی و فعال داشته و در تشکیل حکومت، قانون گذاری، سیاست گذاری، اجرای قوانین و اداره کشور نیز تاثیرگذار بوده اند، بنابراین می توان دریافت که می توان حوزه تخصصی روابط عمومی و ارتباطات را با به کارگیری ظرفیت های بالقوه موجود در بین کارشناسان و فعالان این حوزه هویت صنفی روابط عمومی ها را ارتقا داده و ایماژه زیبایی از آن نشان داد و در جامعه گام های موثر برداشت.

اما به راستی با وجود نقش مهم این نهاد موثر در سازمان ها، روابط عمومی ها از لحاظ حقوقی چه جایگاهی دارند؟ آیا تشکیل سازمانی تحت عنوان سازمان نظام صنفی روابط عمومی و ارتباطات در کشور به ارتقای جایگاه این نهاد و شکل گیری نگاه حرفه ای گرایانه به روابط عمومی ها کمک می کند؟ (عامری، ۱۳۹۵)

تاریخچه فعالیت های صنفی

در سال ۱۳۴۶ برای اولین بار مرحله نوبنی در شکوفایی هنر روابط عمومی آغاز شد، و همزمان در اسفند ماه همین سال بنیانگذاران روابط عمومی نوین در ایران برای برقراری ارتباط با انجمن بین المللی روابط عمومی و توسعه و ترویج و شناساندن روابط عمومی به تاسیس **انجمن روابط عمومی ایران** همت گماردند.

اولین انجمن روابط عمومی در اسفند ۱۳۴۶ با حمایت ازسوی شرکت ملی نفت ایران با هدف شناساندن ارزش و اهمیت روابط عمومی به مدیران و مسئولان و بالا بردن سطح علمی و تجربی دست اندرکاران این رشته تشکیل شد. اما این انجمن در فعالیتهای

داخلی و خارجی موفقیت چندانی به دست نیاورد و بعد از مدتی به دست فراموشی سپرده شد.

مجددا در سال ۱۳۶۳ با حضور زنده یاد مرحوم دکتر نطقی و تنی چند از شاگردان وی موضوع تشکیل انجمن روابط عمومی ایران مطرح گردید و مقرر شد روند فعالیتهای انجمن روابط عمومی ایران قبل از انقلاب مورد بررسی و مطالعه قرار گیرد. (انجمن روابط عمومی، ۱۳۹۶)

انجمن متخصصان روابط عمومی نهاد تخصصی، غیر سیاسی و غیر انتفاعی است که توسط جمعی از استادان، مدیران و کارشناسان روابط عمومی تاسیس شده و با مجوز کمیسیون ماده ۱۰ احزاب فعالیت خود را در سال ۱۳۷۸ آغاز کرده است.

انجمن علمی روابط عمومی دانشکده خبر تشکلی است غیر دولتی، غیر تجاری، غیر انتفاعی و غیر سیاسی که به منظور گسترش و پیشبرد و ارتقاء علم و توسعه کیفی نیروهای متخصص و بهبود بخشیدن به امور آموزشی و پژوهشی در زمینه های مربوط به حوزه روابط عمومی و ارتباطات و توسط دانشجویان دانشکده خبر جمهوری اسلامی ایران تشکیل گردیده و در چارچوب اهداف و موضوعات مذکور در اساس نامه و رعایت قوانین و مقررات موضوعه کشور فعالیت می نماید

خانه روابط عمومی ایران که اهداف آن نیز تلاش در جهت ارتقای فرهنگ روابط عمومی در ایران، اصلاح تعریف روابط عمومی و توجیه مدیران ارشد کشور در زمینه جایگاه و نقش روابط عمومی معرفی شده. (خبرگزاری دانشجویان ایران، ۱۳۹۵)

اما با وجود بیش از ۴ انجمن صنفی که اکثریت آنها بر از طریق کمیسیون ماده ۱۰ احزاب وزارت کشور مجوز خود را دریافت کرده اند. بجز تهیه پیش نویس طرح قانون جامع روابط عمومی ایران توسط خانه روابط عمومی هیچگونه اقدامی در تلاش برای ایجاد مقدمات تشکیل سازمان نظام روابط عمومی صورت نگرفته است.

بر همین اساس در حرفه روابط عمومی نهادهای مختلفی وجود دارند که در عنوان روابط عمومی مشترک هستند اما هرکدام دارای استراتژی و اهداف متفاوتی هستند. شاید بتوان در یک تقسیم بندی نهاد های روابط عمومی را اینگونه تقسیم کرد:

نهاد های علمی: مانند انجمن علمی متخصصان روابط عمومی و دانشکده های روابط عمومی و ارتباطات که وظیفه اصلی آنها توسعه علمی روابط عمومی و آموزش و پژوهش است.

نهادهای صنفی: مانند انجمن روابط عمومی که باید به دنبال منافع فعالین حرفه روابط عمومی و دفاع از حقوق آنان باشد.

نهادهای سیاسی: مانند خانه روابط عمومی که نمایندگی روابط عمومی را در بازی های قدرت و سیاسی باید بر عهده داشته باشد.

نهادهای حاکمیتی: مانند وزارت خانه ها بالاخص وزارت ارشاد و ارتباطات که نماینده حاکمیت در اطمینان از پاسخگو بودن روابط عمومی ها هستند.

و در آخر **نهادهای حرفه ای:** مانند سازمان نظام روابط عمومی که موظف به توسعه حرفه ای روابط عمومی است و جای آن در میان نهادهای روابط عمومی خالی است.

وضعیت و ایرادات فعلی روابط عمومی

- ناکارآمدی روابط عمومی ها در کشور به ضعف نظام بازخورد
- تضعیف بیش از حد جایگاه روابط عمومی
- دور شدن از رسالت و اهداف روابط عمومی
- ناکارآمدی در تبیین مشکلات و محدودیت برای مردم
- افزایش انتظارات و خواسته های مردمی و بعضا توسعه نارضایتی ها منجر شده است
- وجود ناهمگونی در ساختار و شرح وظایف روابط عمومی
- نبود شایسته سالاری در روابط عمومی
- نوسانات و رویه های غلط در برخورد با روابط عمومی
- برخورد سلیقه ای مدیران ارشد سازمان های روابط عمومی

پیش نویس طرح قانون جامع روابط عمومی ایران

پیش نویس قانون روابط عمومی، دارای ۱۴ فصل و ۲۱ ماده قانونی و ۱۱ تبصره است که در آن به مسائل مختلف روابط عمومی از قبیل عنوان، سطح تشکیلاتی، وضعیت بودجه، جایگاه، نظام حقوقی و اخلاقی، نظام تخصصی و صنفی، تولید علم و توسعه تحصیلات تکمیلی، روشن شدن وضعیت متولی، توجه به بخش خصوصی و ... توجه شده است. طرح پیش نویس قانون جامع روابط عمومی ایران آذرماه ۱۳۹۵ توسط خانه روابط عمومی ایران به کمیسیون فرهنگی مجلس شورای اسلامی ارائه شده بود که از طریق کمیسیون برای بررسی و تایید نهایی به مرکز پژوهش های مجلس شورای اسلامی ارجاع شده است. (سید محسنی، ۱۳۹۵).

ضرورت تشکیل نظام روابط عمومی

اگر خلاءهای قانونی موجود برطرف شود و درک صحیحی از روابط عمومی همراه با شرح وظایف و ساختار جدید سازمانی ایجاد شود می تواند دوره طلایی روابط عمومی را در کشور رقم زند و نوید بخش تحولی اساسی در این حرفه باشد. (نیرومند ۱۳۹۲، ۶۶)

برهمن اساس تنها تشکیل یک سازمان حرفه ای صنفی که بصورت تشکیلاتی بتواند برنامه ها و راه حل ها و راهکارهایی را برای ارتقای حرفه داشته باشد می تواند روابط عمومی را به سوی مسیر ارتقای درست خود هدایت کند.

نظرات کارشناسی در خصوص سازمان نظام روابط عمومی

- تشکیل سازمان نظام روابط عمومی به عنوان راهکاری برای ارتقای عملکرد روابط عمومی ها و نظارت بر رعایت قوانین و مقررات این حوزه. (بشیر، ۱۳۹۵)
- به نظر می رسد روابط عمومی ها نیاز به مشارکت و همدلی بیشتر برای رشد و تعالی خود دارند و در این میان تقویت نهادهای صنفی و حرفه ای و تشکیل سازمان نظام روابط عمومی می تواند کارساز و مثمرتر باشد. (هاشمی، ۱۳۹۵)
- تنها با ایجاد سازمان نظام روابط عمومی در کشور است که میتوان گفت روابط عمومی ها از منشور و قانون ضابطه مندی تبعیت می کنند. (ابوالفضلی، ۱۳۹۵)
- تجربه ای که شکل گیری سازمان های نظام مهندسی در حوزه های گوناگون فنی، تجربی و البته علوم انسانی در ایران به وجود آورده، دایره المعارفی از بایدها و نبایدهایی است که در حوزه روابط عمومی هم می تواند راهگشا باشد. (دارابی، ۱۳۹۶)
- چندی است که این حساسیت در میان اساتید علوم ارتباطات و فعالین روابط عمومی ایجاد شده که باید سازمان نظام روابط عمومی تاسیس شود تا روابط عمومی ها بتوانند در زیر چتر حمایتی خود، حرفه ای تر برای رشد و تعالی سازمان خود اقدام کنند. وجود سازمان نظام روابط عمومی با هدف تقویت روابط عمومی ها می تواند بسیاری از مشکلات موجود در حوزه روابط عمومی را حل کند. عملکرد مجموعه ای علمی، تخصصی و مدیر با افرادی آگاه به شرایط موجود و چگونگی مدیریت صحیح این شرایط بی شک روابط عمومی ها را در راستای مدیریت روند گذار از سنت به مدرنتیه و پیشگیری از وقوع مشکلات خاص این شرایط و مدیریت مناسب یاری خواهد رساند. (سبحانی فرد، ۱۳۹۶)

- تشکیل این سازمان به حل بسیاری از مشکلات موجود در حوزه روابط عمومی در ایران کمک می کند و به ارتقا جایگاه مدیریتی روابط عمومی هم منجر خواهد شد. این سازمان به تقویت ساختار روابط عمومی در نظام اداری و تشکیلاتی کشور هم می انجامد. (ضیایی پرور، ۱۳۹۵)

عضویت در نظام روابط عمومی و پروانه اشتغال به کار

جهت عضویت در سازمان نظام روابط عمومی، فارغ التحصیلان رشته‌های روابط عمومی و ارتباطات و ... بلا فاصله بعد از فارغ التحصیل شدن می توانند اقدام نمایند و به عضویت سازمان مذکور در آیند. اما برای اخذ پروانه اشتغال به کار روابط عمومی، پس از یک دوره می‌توانند در آزمون تایید صلاحیت که از سوی نظام روابط عمومی برگزار می گردد، موفق به کسب امتیاز کافی گردند. شرایط عضویت و پروانه اشتغال نیز می بایست در قانون نظام روابط عمومی و همچنین آئین نامه داخلی به تفصیل ذکر گردد. پروانه اشتغال به کار روابط عمومی نیز می تواند بعنوان پیش نیاز در تاسیس دفاتر مشاوره روابط عمومی مورد استفاده قرارگیرد که تأیید می نماید شخص مذکور دارای مهارت‌های علمی و اجرایی نیز می باشد.

شماره نظام روابط عمومی که یک شماره منحصر به فرد است برای اعضای پذیرفته شده اختصاص داده می شود. با عضویت در سازمان، امکاناتی نظیر دریافت نشریه های تخصصی و همچنین تا حدودی اطلاع از آخرین اخبار سازمان و... برای اعضا میسر می شود، و چنانچه نظام روابط عمومی استان فعال باشد، بازدیدهای علمی و بعضاً کلاسهای آموزشی و ... نیز برای اعضای محلی تدارک می بیند که می تواند باعث ارتقاء علمی و عملی اعضا گردد.

مزایای تشکیل سازمان نظام روابط عمومی

با تشکیل سازمان نظام روابط عمومی تعاریف جدیدی برای روابط عمومی شکل گرفته و روابط عمومی می تواند چشم انداز وسیعی را برای این رشته و سازمان مربوط خود در نظر بگیرد. موارد زیر از کارکردهای سازمان نظام صنفی است که به ارتقای رشته خواهد انجامید.

- صدور پروانه برای دست اندرکاران روابط عمومی
- تدوین استانداردهای حرفه و قوانین جامع روابط عمومی
- تدوین اخلاق حرفه ای روابط عمومی

- برقراری دوره های آموزشی و تخصصی
- حمایت از حقوق صنفی فعالان عرصه روابط عمومی
- حمایت از اشتغال دانش آموختگان رشته روابط عمومی
- عضویت در مجامع بین المللی روابط عمومی و ارتباطات
- پایه ریزی تخصصی روابط عمومی همچون روابط عمومی سلامت، روابط عمومی صنعتی و ...

سناریوی ساختار تشکیلاتی نظام روابط عمومی را بر اساس معیارهای یک تشکل تخصصی و غیردولتی

بر اساس سیستم انتخاباتی و بوسیله اعضای رسمی سازمان ، هیات مدیره های نظام روابط عمومی مناطق (شهرستان) شکل گرفته که در اولین جلسه خود رئیس ، نایب رئیس ، دبیر و دیگر گزینه ها توسط منتخبین و بر اساس انتخابات داخلی هیات مدیره برای ۲ تا ۴ سال انتخاب می گردند. بر اساس تعداد اوراق رای ماخوذه در آن هیات مدیره یک یا چند نفر جهت شرکت در مجمع هیات مدیره های نظام روابط عمومی انتخاب می شوند تا به نامزدهای انتخابات شورای عالی نظام روابط عمومی رای دهند که اعضای شورای عالی نظام روابط عمومی از بین رسته های رسمی سازمان و اصولاً بین ۲۰ تا ۲۵ نفر از بین نامزدهای شورا و بوسیله اعضای مجمع انتخاب می شوند. بعد از برگزاری انتخابات شورا ، اعضای منتخب گزینه های رئیس ، دبیر و نایب رئیس اول و دوم شورای عالی و همچنین رئیس کل سازمان نظام روابط عمومی را انتخاب می کنند.

رئیس کل سازمان نظام روابط عمومی نیز بعد از انتخاب گزینه های معاونت های خود را معرفی کرده و بعد از آن نیز کمیسیون های اصلی و مشورتی و ... این سازمان شکل می گیرد.

نتیجه گیری

به طوری کلی در بررسی هایی که از سازمان نظام روابط عمومی و ضرورت ها و الزامات تشکیل چنین سازمانی در این تحقیق به دست آمد به این نتیجه می رسیم که: اولاً روابط عمومی وظیفه ای مدیریتی و روشن دارد و رشته ای است که پیوندی عمیق با توسعه دارد اما با وجود عمری بیش از ۷۵ سال از فقدان و نبود یک سازمان حرفه ای برای ارتقا رنج می برد. ثانیاً در صورت پیاده سازی و تشکیل سازمانی حرفه ای و صنفی

تحت عنوان سازمان نظام روابط عمومی با تدوین قوانین و استانداردهای خود در توسعه سازمان ها و افزایش کیفیت پاسخگویی آنها کمک کند. با تشکیل سازمان نظام روابط عمومی ضمن توسعه حرفه روابط عمومی، انتظارات جامعه و مخاطبین سازمان ها نیز پاسخ داده خواهد شد، رشته روابط عمومی بصورت تخصصی توسعه پیدا کرده و همچنین با تشکیل کمیته های آموزشی و پژوهشی در بطن سازمان مرکزی و هیات مدیره های شهرستان ها امکان به اشتراک گذاری تجربیات و همچنین رفع اشکالات درون سازمانی روابط عمومی را شاهد خواهیم بود.

پیشنهادات

از مهمترین اقداماتی که برای تاسیس سازمان نظام روابط عمومی باید صورت گیرد ایجاد ذهنیت و احساس مسئولیت در میان فعالین روابط عمومی در این خصوص است. موارد زیر بعنوان نقشه راه در این خصوص درج می گردد.

- تشکیل کمیته های استانی پیگیری تشکیل سازمان نظام روابط عمومی
- بررسی نظام های صنفی موجود و مطالعه دقیق قانون آنها جهت تهیه پیش نویس مترقی متناسب با روابط عمومی
- ایجاد همایش های استانی معرفی سازمان نظام روابط عمومی
- معرفی کارکردهای تشکیل سازمان نظام روابط عمومی به نمایندگان مردم، مسئولین، رسانه ها و...
- ترسیم چشم انداز روابط عمومی بعد از تشکیل سازمان نظام روابط عمومی
- بررسی مشکلات و نقاط ضعف روابط عمومی و لزوم بکارگیری تشکیلات صنفی قوی برای پیگیری آنها

منابع

ابوالفضل، علیرضا(۱۳۹۵) با ایجاد سازمان، روابط عمومی ها از منشور و قانون ضابطه مندی تبعیت می کنند، جامعه مجازی روابط عمومی. بازیابی شده از

<http://www.prsociety.ir/ipro/930>

انجمن روابط عمومی ایران(۱۳۹۶) انجمن روابط عمومی ایران در یک نگاه . بازیابی شده

از <http://www.prsir.org/new/Site.aspx?page=54>

بشیر، حسن (۱۳۹۵) تشکیل سازمان نظام روابط عمومی راهکاری برای ارتقای عملکرد روابط عمومی‌هاست، جامعه مجازی روابط عمومی. بازیابی شده از <http://www.prsociety.ir/ipro/933>

خبرگزاری دانشجویان ایران (۱۳۹۵) بازیابی شده از <https://www.isna.ir/news/95022817779>

دارابی، علی (۱۳۹۶) نظام‌مند شدن حوزه روابط عمومی در قالب سازمان نظام روابط عمومی، دور از انتظار نیست، جامعه مجازی روابط عمومی. بازیابی شده از <http://www.prsociety.ir/ipro/1612>

سبحانی فرد، مریم (۱۳۹۶) گذار از سنت به مدرنیته؛ عملکرد مناسب روابط عمومی‌ها با تاسیس سازمان نظام روابط عمومی، جامعه مجازی روابط عمومی. بازیابی شده از <http://www.prsociety.ir/ipro/1258>

سیدمحسنی، سید شهاب (۱۳۹۵) پیش نویس تدوین قانون جامع روابط عمومی ایران در ریل تبادل نظر، خبرگزاری جمهوری اسلامی. بازیابی شده از <http://www.irna.ir/fa/News/82400960>

ضیایی پرور، حمید (۱۳۹۵) سازمان نظام روابط عمومی به تقویت ساختار روابط عمومی در نظام اداری و تشکیلاتی کشور می‌انجامد، جامعه مجازی روابط عمومی. بازیابی شده از <http://www.prsociety.ir/ipro/1035>

عامری، احمد (۱۳۹۵) بررسی ضرورت تاسیس سازمان نظام روابط عمومی و ارتباطات، عصر ایران. بازیابی شده از <http://www.asriran.com/fa/news/501047>

نیرومند، لیلیا (۱۳۹۲) اطلاع رسانی به موقع روابط عمومی‌ها و رضایت کارکنان و اعضای هیات علمی دانشگاه آزاد اسلامی (استان تهران) مطالعات رسانه‌ای، سال هشتم، شماره بیست و سوم، زمستان ۱۳۹۲

هاشمی رفسنجانی، اکبر (۱۳۹۳) پیشنهاد تشکیل سازمان نظام روابط عمومی، جامعه مجازی روابط عمومی. بازیابی شده از <http://www.prsociety.ir/ipro/953>