ویژگیها و نقش های کارشناسان روابط عمومی/ گفت و گو

رفیعی، سید علی محمد

گفتگو با سید علی‏محمد رفیعی‏ دومین کارشناس نمونه‏ روابط عمومی‏ ویژگی‏ها و نقش‏های‏ کارشناسان‏ روابط عمومی

در شماره گذشته گفت‏وگویی با اولین کارشناس نمونه روابط عمومی‏های ایران داشتیم.این ماه نیز با سید علی‏محمد رفیعی‏ دومین کارشناس نمونه روابط عمومی دربارهء ویژگی‏ها و نقش‏های کارشناسان روابط عمومی گفت‏وگو کرده‏ایم.

به نظر ما آگاهی یافتن از روشها و رموز موفقیت کارشناسان‏ روابط عمومی‏های کشور می‏تواند هدایت‏گر دیگر کارشناسان‏ در جهت ارتقاء سطح کیفی کارشناسان شود.

آشنایی‏ سید علی محمد رفیعی متولد سال 1337 در شهرستان فسا از توابع استان فارس‏ است.رشد در خانواده‏ای ادبی،سبب‏ شکوفایی استعدادهای وی شد.بعد از پایان دوران دبیرستان؛رشته ریاضیات‏ را در دانشگاه ادامه داد.وی با خوشنویسی و موسیقی کلاسیک‏ آشنایی دارد و در این زمینه‏ها نیز فعالیتهایی را انجام داده است.

همچنین در زمینهء ادبیات به تألیف چهار جلد کتاب شامل:تصحیح علمی دیوان‏ حافظ،تصحیح علمی دیوان حافظ به‏ همراه شرح به صورت مفصل‏تر و گزینش و تلخیص و بازنوشت آثار جامی‏ و شیخ‏بهایی پرداخته است.

رفیعی فوق‏لیسانس علوم قرآنی و حدیث‏ می‏باشد و پژوهش‏هایی در خصوص‏ فرقه‏های شیعه،مکاتب و روشهای‏ تفسیر انجام داده است.

وی کار خود را با فعالیت‏های هنری در روابط عمومی آغاز کرد و سپس به‏ تجربه روزنامه‏نمگاری از مراحل ابتدایی‏ پرداخت.او در نشریاتی چون ماهنامه و دو هفته‏نامه بنیاد،ماهنامهء جانباز، فصلنامه گردش ماهنامه خبری دانشگاه‏ سیستان و بلوچستان فعالیت کرده و در حال حاضر معاون سردبیر نشریات‏ غیرادواری و کارشناس مدیریت‏ انتشارات و بررسی‏های ارتباطی در بنیاد مستضعفان و جانبازان فعالیت‏ می‏کند.

روابط عمومی:به نظر شما یک‏ کارشناس روابط عمومی باید دارای چه‏ ویژگیهایی باشد؟

رفیعی:ابتدا باید کارشناس باشد.اما مقصود از کارشناس چیست؟اگر فقط به‏ دلیل اینکه کسی مدرک دارد بگوییم‏ کارشناس است پس باید مجموعه‏ای از ویژگیها را برایش برشمردیم.در واقع با این تعریف ما کسی را که مدرک‏ کارشناسی در رشته روابط عمومی دارد کارشناس نمی‏دانیم و برای شخص، حیثیت کارشناسی قائل نشده‏ایم.ولی‏ اگر بگوییم که برای احراز کارشناسی در روابط عمومی چه شرایطی لازم است این‏ سئوال دقیقی می‏شود.کسی که‏ کارشناس روابط عمومی است نخست‏ باید اطلاعات نظری در مورد روابط عمومی داشته باشد،دوم باید در یکی از گرایشهای مرتبط با روابط عمومی‏ اطلاعات نظری بیشتری را دارا باشد و سوم آنکه کار عملی در روابط عمومی‏ کرده باشد.

این شرطها،حداقل شرطهای یک‏ کارشناس روابط عمومی است،یعنی اگر کمتر از این حد را در نظر داشته باشیم و بخواهیم کسی را کارشناس روابط عمومی بدانیم کار درستی نکرده‏ایم.اما اگر بتوانیم از میان این حداقل‏ها بگوییم‏ کارشناس برتر،نمونه و خبره باید چه‏ ویژگیهایی داشته باشد این بحثی است‏ که می‏شود در مورد آن صحبت کرد و آن‏ تعریف از کارشناس می‏تواند به‏عنوان‏ تعریفی ثابت ملاک سنجش قرار گیرد.

روابط عمومی:به نظر شما یک‏ کارشناس روابط عمومی متخصص تا چه حد در بهره‏وری سازمان خود می‏تواند نقش داشته باشد؟

رفیعی:ما از تعریف روابط عمومی‏ می‏توانیم نتیجه بگیریم که یک کارشناس‏ چه تأثیر و نقشی می‏تواند بر سازمان‏ بگذارد.روابط عمومی‏ها در کشورهای‏ پیشرفته مغز متفکر سازمان هستند.آنها راه سازمان،آینده سازمان و نحوه‏ ارتباط سازمان با مخاطبان را از طریق‏ روشهای علمی تعیین می‏کنند.

روابط عمومی تشکیل شده از ابزار و افراد کارشناس و این افراد مغز متفکرند.

پس روابط عمومی مغز متفکر سازمان و کارشناسان مغز متفکر روابط عمومی‏ هستند.در واقع این کارشناسان‏اند که‏ راه ارتباط سازمان را در فرایند ارتباطی‏ با مخاطبانش تعیین می‏کنند.

این ارتباط طبق تعریف روابط عمومی از یک طرف به ارتباط درون خود روابط عمومی و از طرف دیگر ارتباط روابط عمومی با سازمان برمی‏گردد.همچنین‏ از یک طرف به ارتباط درون‏سازمانی و از طرف دیگر به ارتباط متقابل سازمان‏ با مخاطبهای بیرونیش مربوط می‏شود.

بهره‏وری بدین معناست که سازمان چه‏ روشههایی را در پیش گیرد تا با کمترین‏ سرمایه بیشترین سود و نتیجه را عاید خود سازد.این روشها در ارتباط با درون و برون‏سازمان به‏عنوان بستری‏ جهت بهره‏وری قرار می‏گیرد.بررسی‏ مکانیزم این بهره‏وری کار روابط عمومی‏ است،چون هم باید نسبت به مخاطب‏ بیرونی و رابطه متقابلش با سازمان و هم‏ ارتباطات درون‏سازمانی و خود روابط عمومی شناخت داشته باشد.

بهره‏وری در واقع کاری مفید و مرتبط است.تشخیص اینکه یک کار مفید است‏ یا نه،در بررسیهای بدست می‏آید و این‏ بررسی‏ها وظیفه روابط عمومی است.

روابط عمومی:شما به‏عنوان‏ کارشناس برتر روابط عمومی کشور چه عاملی را رمز موفقیت خود می‏دانید؟

رفیعی:من هر کاری را که با جان و دل انجام‏ می‏دهم و می‏خواهم آن‏طوری باشد که من می‏خواهم،گرچه سازمان توقع‏ کمتری از من داشته باشد.هرچند این‏ وسواس،کار را کمی به تأخیر بیندازد ولی من سعی می‏کنم کار را تا جایی که‏ ممکن است در حد ایده‏آل انجام بدهم و از حداکثر زمان ممکن و امکانی که سازمان‏ برای رسیدن به این مرحلهء برتر در اختیار من قرار می‏دهد بهترین استفاده‏ را بکنم و همه چیز را در قالب یک برنامه‏ تدوین شده انجام دهم فکر می‏کنم این‏ ویژگی کار من بوده است.

دلایلی که سبب شد مرا انتخاب‏ کنند آنگونه که اعلام شد حضور مؤثرم‏ در فعالیتهایی انتشاراتی و آموزشی بوده‏ است.به‏طور کلی هر کاری را در قالب‏ سازمانی انجام می‏دهم و معتقدم در یک‏ کار مستمر و یا مهم که چندین نفر می‏توانند با یکدیگر همکاری کنند لزومی‏ ندارد که یک نفر به تنهایی کار را انجام‏ بدهد.ممکن است به ظاهر هزینه‏ بیشتری برای سازمان در برداشته‏ باشد اما هم کیفیت کار بالا می‏رود و هم‏ کار وابسته به یک فرد نمی‏شود.به همین‏ دلیل هرجا خلأ ناشی از نیروها را دیدم به‏ نیروها آموزش دادم پس یک سرمایه و نیرو به نیروهای روابط عمومی و کل‏ نیروهای متخصص کشور اضافه شد.

روابط عمومی:به نظر شما انجمن‏ روابط عمومی در تربیت و آموزش‏ نیروههای متخصص و ارتقاء جایگاه‏ روابط عمومی در ایران چه نقشی‏ می‏تواند داشته باشد؟

رفیعی:انجمن روابط عمومی می‏تواند در شرایط فعلی کلاسهای آموزشی‏ برگزار کنند.این کلاسها باید مستمر و برنامه‏ریزی شده باشند و کلیه‏ کارشناسان و کارکنان روابط عمومی از آن بهره‏مند شوند.مانند کلاسهای‏ آموزشی زبان انگلیسی که زبان‏ بین‏المللی است و ما در این مورد ضعف‏ داریم و آموزش رایانه که ضرورت‏ دنیای امروز است.

البته به ترجمه زیاد اعتقاد نداریم زیرا اگر ما بخواهیم به ترجمه تکیه کنیم،همیشه‏ مدت زمان زیادی از دنیا عقب هستیم.

برای مدیران،کلاسهای آموزشی‏ بگذارند و آنان را آموزش بدهند،و می‏توانند جزوه و بروشورهای آموزشی‏ برای مدیران و کارکنان تهیه کنند و الگوهای کار روابط عمومی برایشان‏ تدوین کنند تا روابط عمومی‏ها در قالب‏ این الگوها خود و فعالیتهایشان را متناسب و با سازمان منطق سازند.

انجمن می‏تواند اقداماتی در سایر زمینه‏ها انجام دهد،مثل اخذ وام رایانه‏ برای کارشناسان،تا آنان بتوانند خود را به اینترنت مرتبط و با دریافت اطلاعات از آن،در جهت حیات سازمان خویش‏ استفاده کنند.

همچنین با همیاری کارشناسان وزارت‏ آموزش و پرورش مقالات یا اطلاعاتی در خصوص روابط عمومی در کنار کتابهای درسی نوجوانان و جوانان‏ دبستانی و دبیرستانی قرار بدهند،چرا که این کار را باید از دبستان و آموزش‏ کودکان آغاز کرد تا مفاهیم از همان ابتدا وارد ذهن و رفتار آنان شود.

همچنین انجمن روابط عمومی می‏تواند کارگاههای عملی و آموزشی در حین‏ تحصیل نیز برای جوانان و دانشجویان‏ فراهم کند.

شرکت در کنفرانسها،نشستها، سمینارهای داخلی و خارجی،جمع‏آوری‏ مقاله.ارائه و دریافت مقالت خارجی و داخلی،عضویت فعال در مجامع‏ بین‏المللی مرتبط با روابط عمومی که‏ سطح آگاهیها را بالا می‏برد،اشتراک‏ نشریات خارجی روابط عمومی،مشترک‏ کردن خود اعضاء روابط عمومی در انتشارات انجمن و دیگر انتشارات مرتبط با انجمن،ارتباط و اطلاع‏رسانی مستمر با کارشناسان روابط عمومی،ارسال‏ دعوت‏نامه‏ها،اطلاعیه‏ها و کلیه چیزهایی‏ که می‏تواند به کارشناس اطلاع برساند از دیگر اقدامات مهم هستند.

مسئله دیگر تشکلها است.جامعهء مدنی‏ جامعه‏ای است که ساختار اصلی آن را تشکلها درست کرده‏اند،یعنی جامعهء مدنی متعلق به تشکلها و گروههای‏ سازمان یافته است.انجمن روابط عمومی می‏تواند بستر این تشکلها باشد.

در جامعه مدنی آنجائیکه این تشکلها وجود ندارد گروه عقب می‏ماند و ضرر می‏کند.

بررسی مسائل حقوق و دستمزد و تهیه‏ نظام مناسبی برای پرداخت آن به‏طوری‏ که یک کارشناس روابط عمومی بتواند برای آموزش فراتر در زمینهء کاری خود، ارتقاء کیفی سطح دانش،شرکت در کلاسهای آموزشی و نشستهای‏ آموزشی،سخنرانی‏ها و بقیه چیزهایی‏ که مرتبط با روابط عمومی است وقت‏ بگذارد از دیگر کارهایی که انجمن‏ می‏تواند انجام دهد.همچنین ارتباط با نهادهای قانون گذار و رده‏های بالای‏ مدیریت است.انجمن می‏تواند سیاست‏گذار روابط عمومی در کشور باشد و به‏عنوان مشاور خوبی برای‏ دولت،مجلس،رهبری و دیگر دستگاهها و نهادهای کشور فعالیت کند.

روابط عمومی:مسئله‏ای که می‏توان بر آن تأکید کرد در واقع ضعف کار ارتباطی درون‏ خود روابط عمومی‏ها و کار درون‏سازمانی است.متأسفانه روابط عمومی‏ها برای خودشان روابط عمومی‏ نیستند به همین خاطر نمی‏توانند آن‏ طوریکه باید در بسیاری از موارد خود را در سازمان جا بیندازند و اغلب با مدیران‏ سازمان و همکاران سازمانی مشکل‏ دارند و لازم است که در درون خود نیز یک کار ارتباطی انجام بدهند.من مطمئن‏ هستم اگر روابط عمومی در این جنبه‏ موفق باشد در ارتباط بات مخاطبان‏ وسیعتر و بزرگتر که در جامعه وجود دارند،موفقیت لازم و مطلوبی را بدست‏ خواهد آورد.

روابط عمومی:به نظر شما روابط عمومی‏ها در ارتباط متقابل با رسانه‏ها چگونه باید عمل کنند؟

رفیعی:روابط عمومی در ورودی ارتباط با سازمان و در خروجی ارتباط با سازمان است.

بنابراین روابط عمومی‏ها هستند که‏ سازمان را با رسانه‏ها پیوند می‏دهند و باتوجه به اینکه رسانه‏ها،ابزار بسیار مهمی در ارتباط با مردم هستند،اگر روابط عمومی‏ها رسانه‏ها را به‏عنوان‏ وسیلهء بسیار مناسبی برای ارتباط خودشان با مردم ببینند،بین آنان و رسانه‏ها دوگانگی یا رویارویی پیش‏ نخواهد آمد.

رسانه‏ها و زبان مردم و وجدان جمعی‏ جامعه هستند و سازمان باید پاسخگو باشد و با مردم گفتگو کند و توقع نداشته‏ باشد که همه مردم گوش باشند و سازمان هم دهان.سازمان بر این اساس‏ باید این حق را برای مطبوعات قائل باشد، که اطلاعات و مشکلات مربوط به‏ سازمان را به مردم منتقل کند و انتقادها را پاسخگو باشد،هرجا دلیل موجهی‏ وجود دارد آنرا ارائه کند و هرجا نیاز به‏ عذرخواهی بود معذرت بخواهد،هر جا مشکلی وجود داشت باید یاد بگیرد که با مردم در میان بگذارد و از هرگونه انتقاد، پیشنهاد و شکایت استقبال کند و همه این‏ اقدامات را در راستای موفقیت خود بداند.