روابط عمومی و مشاوره مدیریت

سفیدی، هوشمند

روابط عمومی به‏عنوان چشم،گوش و زبان مؤسسه و آیینه‏ای که از یک طرف‏ درون سازمان را در اختیار مخطبان‏ قرار می‏دهد و به آنان منعکس می‏سازد و از طرف دیگر،خارج از سازمان را به‏ مدیران منعکس می‏کند،از اطلاعات‏ گرانسنگی برخوردار است که آگاهی‏ مدیریت سازمان از آن می‏تواند نقش‏ مؤثری را در حرکت صحیح و اتخاذ تصمیمات مناسب در سازمان بازی کند. "مشاوره مدیریت‏"از وظایف ثابت و مهم‏ روابط عمومی است که به منظور راهنمایی مدیران سازمان برای اتخاذ سیاست‏های صحیح و یاری به مدیریت‏ سازمان در برخی از تصمیم‏گیریها و هموارسازی مسیر خدمت به مخاطبان‏ صورت می‏گیرد.

نکته حائز اهمیت در این‏باره،توجه به این‏ واقعیت است که مشاورهء مدیریت نباید متکی بر اطلاعات فردی مسئول روابط عمومی‏باشد.

روابط عمومی باید بتواند برای انجام‏ صحیح این وظیفه،سازماندهی لازم را انجام دهد.

یکی از تعاریف معتبر درباره روابط عمومی،تعریف کنگرهء جهانی روابط عمومی در سال 1978 در شهر مکزیکو است که عبارت است از:"روابط عمومی‏ کاربردی از هنر و دانش اجتماعی تجزیه‏ و تحلیل گرایش‏ها،پیش‏بینی آثار آنها، مشورت با رؤسای مؤسسات و تهیه و اجرای برنامه‏های علمی است که هم در راستای منافع مؤسسه و هم همگان‏ (مخاطب)باشد."(1)

اگر در این تعریف دقت کنیم،یکی از ابعاد مهم وظایف روابط عمومی کاربردی، "مشورت با رؤسای مؤسسات‏"عنوان‏ شده است.

بنابراین،می‏توان‏"مشاوره مدیریت‏"را یک وظیفه ضروری روابط عمومی‏ دانست.حال بایستی پرسید چگونه‏ می‏توان مشاوره مدیریت را از اطلاعات‏ فردی مدیر روابط عمومی به یک نظام‏ کارآمد و مؤثر تبدیل کرد تا بتواند بازوی توانمند مدیریت سازمان در اتخاذ تصمیمات و طراحی برنامه‏های‏ سازمانی باشد؟

به نظر می‏رسد بهترین پاسخ برای‏ پرسش یاد شده،ایجاد"هسته‏های‏ مشورتی‏"توسط روابط عمومی در زمینه‏های مختلف وظایف سازمان‏ متبوع باشد.از وظایف مهم این هسته‏ها می‏توان به این موارد اشاره کرد:

1-بررسی کارشناسی اظهارات مردمی‏ در مورد نحوهء عملکرد سازمان؛

2-بررسی کارشناسی اظهارات و پیشنهادهای کارکنان در مورد نحوهء عملکرد سازمان؛

3-بحث و اظهار نظر پیروامون نحوه عمل‏ نمودار شماره یک الگوی ایجاد هسته‏های مشورتی در روابط عمومی سازمان؛

4-بهینه‏سازی و پردازش اطلاعات‏ حاصل از اجرای پروژه‏های جمع‏آوری‏ اطلاعات در قالب‏"تصمیمات‏"برای ارائه‏ به مدیریت.

سازماندهی هسته‏های مشورتی

روابط عمومی در سازماندهی‏ "هسته‏های مشورتی‏"بایسیت براساس‏ وظایف سازمان متبوع،تعداد و عناوین‏ هسته‏های مشورتی را مشخص کند. برای مثال،در وزارت فرهنگ و آموزش‏ عالی می‏توان هسته‏هایی تحت عناوین‏ "هسته مشورتی دانشجویان‏"،هسته‏ مشورتی استادان‏"و...،را شکل داد.

"هسته‏های مشورتی‏"،اطلاعات خانم‏"را به‏"تصمیم‏"تبدیل می‏کنند و در واقع، وظیفه‏"تصمیم‏سازی‏"را برعهده‏ می‏گیرند؛البته نباید تصور کرد که این‏ کار دخالت مستقیم در کار برنامه‏ریزان‏ سازمان است.بایستی دقت کرد که‏ موضوعات قابل بررسی در"هسته‏های‏ مشورتی‏"روابط عمومی،موضوعاتی را تشکیل می‏دهند که به شکلی مورد توجه‏ افکار عمومی قرار می‏گیرند و توجه به‏ جهت‏گیریهای افکار عمومی در تصمیم گیریهای مربوط به آنها ضرورت‏ پیدا می‏کند.

اطلاعات خام‏"هسته‏های مشورتی‏"از طریق اجرای طرح‏های افکارسنجی، برگزاری جلسات ارتباطات مردمی، اجرای نظام پیشنهادهای کارکنان، جمعبندی شایعات،بررسی انتقادهای‏ مطبوعات و تجزیه و تحلیل محتوای‏ پیامهای وسایل ارتباطجمعی و نامه‏های‏ مردمی به دست می‏آید.روابط عمومی‏ می‏تواند برای هریک از هسته‏های‏ موردنظر،یک دبیر تعیین کند.وظیفه‏ دبیر،مشخص کردن دستور جلسات، برگزاری جلسات،جمعبندی مباحث‏ جلسات و ارسال گزارش نهایی به‏ مدیران سازمان خواهد بود.

وظیفه جمع‏آوری و توزیع اطلاعات بین‏ هسته‏ها نیز توسط بخش پژوهش روابط عمومی صورت می‏گیرد.

در شکل زیر الگوی ایجاد"هسته‏های‏ مشورتی‏"در روابط عمومی نشان داده‏ شده است.

در"هسته‏های مشورتی‏"به غیراز دبیر هسته که از بین کارشناسان روابط عمومی عهده‏دار این مسئولیت می‏شود، اعضای دیگر از بین افرادی که متناسب با عنوان هسته از توان کارشناسی بالایی‏ برخوردار باشند،انتخاب می‏شوند و می‏تواند ترکیبی از افراد داخل و خارج‏ سازمان باشد.

نمودار شماره 2-مراحل تصمیم‏سازی‏ "هسته‏های مشورتی‏"در روابط عمومی‏ در نمودار شمار 2 تبدیل اطلاعات و تصمیم و ارسال به مدیریت سازمان‏ نشان داده شده است.

باتوجه به آنچه گفته شد،می‏توان نتیجه‏ گرفت که‏"مشاوره مدیریت‏"در روابط عمومی،صرفا پند و اندرز نبوده و محدود به اطلاعات فردی مدیر روابط عمومی‏ نمی‏شود،روابط عمومی با ایجاد "هسته‏های مشورتی‏"در واقع درباره‏ مسایل مهم سازمان علت‏یابی کرده و توصیه‏های لازم را با عنایت به افکار عمومی در اختیار مدیریت سازمان قرار می‏دهد.این کار می‏تواند اهمیت یک‏ روابط عمومی کارآمد و توانمند را به‏ دست بدهد و در واقع در مدیریت نسبت‏ به روابط عمومی وابستگی ایجاد کند و ضامن اشراف روابط عمومی بر سایر بخش‏های سازمان باشد.در واقع‏ "مشاوره مدیریت‏"به نوعی در خدمت‏ "مدیریت افکار عمومی‏"قرار می‏گیرد و نظام مشاوره مدیریت که تشریح شد. وسیله انتقال تجلیات افکار عمومی به‏ مدیریت سازمان است.این تجلیات اگر در برنامه‏ریزیها و تصمیم‏گیریها وارد شوند،آنگاه می‏توان مطمئن شد که یک‏ "نظام بازخورد"شکل گرفته است.اگر روابط عمومی این خدمت را خوب سامان‏ دهد،می‏تواند مشاور کارآمد مدیریت‏ باشد و اهمیت روابط عمومی را به‏ مدیریت نشان دهد.

1-مارانتز کوهن،پائولا، «درسنامهء روابط عمومی»،

ترجمه خاموشی و میر سعید قاضی،

انتشارات مرکز مطالعات و تحقیقات رسانه‏ها، تهران:1376 ص 15.

برای روابط عمومی‏هاست که با مردم‏ سروکار دارند.هم در زمینه انتقال‏ واقعیتها و ذهنیتهای مردم به داخل‏ دستگاه و هم برای انتقال مطالب درست‏ از دستگاه به مردم.من نمی‏دانم اگر روابط عمومی یک دستگاه نظرسنجی‏ درستی نداشته باشد می‏تواند ابتدایی‏ترین وظیفه و رسالت خود را انجام دهد یا نه؟متأسفانه در جامعه ما با همه تلاشی که می‏شود مسئولان هنوز آنطور که باید و شاید روابط عمومی را جدی نگرفته‏اند و ابتدایی‏ترین امکانات را بعضی از روابط عمومی‏ها ممکن است‏ نداشته باشند.این ذهنیتها اگر به شکل‏ درستی منتقل شود و با روش سنجش‏ نظر مردم،انجام شود هم سبب می‏شود اولویتهای دستگاهها مشخص شود و هم‏ شیوه‏های عمل مطابق نیازهای جامعه و مردم بصورت سنجیده‏ای اصلاح شود.

در مملکت ما همه زحمت می‏کشند و باید مشخص شود که خدمتگزاران تلاش‏ می‏کنند باید سعی شود کمبودها رفع و ضعفها گفته شود.بنده اگر ارزیابی کنم‏ و ببینم ضعفهائی وجود دارد باید به‏ مردم گفت و مردم را توجیه کرد.مگر نباید تمام مدارس ما یک شفیته باشند. خب نداریم و خیلی تلاش شده است‏ امکانات ما این است باید تلاش کرده و حتی از مردم کمک گرفت تا در صحنه‏ حضور داشته باشند و از بعضی‏ هزینه‏های غیرضروری کم کرد و در زمینه تقویت آموزش و پرورش و آموزش عالی و فرهنگ گذاشت و به حق‏ که مردم ما مردم خوبی هستند.انتقال‏ روند فعالیتها،سیاستها،ضعفها و توجیه منطقی مطالب با واقعیتها از مهمترین و اساسی‏ترین کارهای ما است. مردمی‏ترین بخش هر دستگاهی روابط عمومی است از یک طرف شما نماینده‏ مردم هستید که متصل به دستگاه‏ اجرایی هستید و از طرف دیگر نماینده‏ حکومت هستید که متصل به مردم‏ هستید که نقش حساس و تعیین‏کننده‏ای‏ دارید.برای این کار هم که باید روابط عمومی‏ها را جدی بگیریم و حداقل‏ امکانات را برای آنها فراهم آوریم.نه‏ فقط اینکه توقع داشته باشیم نقاط ضعفها را بپوشاند و مدیر را در نظر مردم توجیه‏ کند.پس باید یک رابطه درست بین مدیر دستگاه و مدیر روابط عمومی ایجاد شود.یعنی باید این حق را مدیر روابط عمومی داشته باشد که به مدیر انتقاد کند.باید امکانات داد که روابط عمومی بر تمام دستگاهها اشراف داشته باشد و به‏ قلب مردم نفوذ کند که این به نفع‏ مدیریتها خواهد بود.البته باید روابط عمومی‏ها از نظر دانش و نیروی انسانی‏ به حدی مجهز باشند که صلاحیت این‏ کار را داشته باشند.باتوجه به اینکه‏ روابط عمومی امروز،هم یک هنر است و هم یک علم باید همه‏جانب آن را در نظر گرفت.این‏طور نیست که بیکار باشد بگوییم شما بفرمائید در روابط عمومی‏ کار کنید،روابط عمومی کار پیچیده‏ای‏ است که با افکار عمومی و احساس مردم‏ سروکار دارد.علم و هنر توأم با یکدیگر. باید آگاهیهای فنی بخش روابط عمومی‏هایمان را بالا ببریم که در این‏ زمینه هم این گردهمایی انشاء الله به‏ نتایج خوبی برسد همچنین به تشکیلات و ایجاد کلاسها و خدمات آموزشی و آموزش کوتاه مدت و میان مدت باید توجه ویژه کرد و حتی به بعضی‏ها که‏ کار بیشتری می‏کنند باید بورسیه بدهیم‏ تا در داخل یا خارج ادامه تحصیل بدهند و حتی با نشریات و مطبوعات ادواری‏ باید درباره روابط عمومی‏ها و برای آنها تلاش کنیم و اصلاحات و آگاهی‏های‏ مسئولان روابط عمومی را به تناسب‏ پیش‏رفتهائی که هست مرتبا تازه کنیم.

بالا بردن اعتماد متقابل میان روابط عمومی‏ها و مدیریتها و مردم.انتقال‏ درست واقعیت از برون دستگاه به درون‏ جامعه و از جامعه به مردم مسائلی است‏ که باید به‏عنوان اهداف و وظائف اصلی‏ در نظر گرفته شود و بر این اساس‏ برنامه‏ریزی شود.

1-سخنرانی دکتر خاتمی در دیدار مسئولین روابط عمومی‏ها:فضای‏ مطلوب،جو منطق،صمیمی و رشد تفکر.سلام 16 تیر 1371-سال دوم‏ شماره 321 صفحه 10.