تعاریف روابط عمومی

برای آگاهی از نشانی یکی از وزارتخانه‏ها،«راهنمای‏ ارتباطات»حاوی شماره تلفن،نمابر و نشانی کلیه روابط عمومی‏های وزارتخانه‏ها،سازمان‏های نهادها و ادارات تابعه‏ چاپ تیرماه 1376-واحد انتشارات اداره کل تبلیغات وزارت‏ فرهنگ و ارشاد اسلامی را ورق می‏زدم،در صفحه 39 در ستون‏ نشانی وزارت بازرگانی نوشته بود:

«وزارت بازرگانی-خیابان ولیعصر جنب سفارت عراق»

با خواندن این مطلب و در واقع نشانی وزارت بازرگانی به یاد یک خاطره افتادم،خاطره‏ای مربوط به سالهای دور-سال‏ 1346-آن زمان در روابط عمومی تلویزیون ملی ایران که‏ می‏کردم که در خیابان تخت جمشید طبقه دوم ساختمان‏ شبرنگ بود.

تلویزیون ملی ایران یک«ارکستر مجلسی»داشت که هر ماه‏ دو شب در تالار دانشکده هنرهای زیبای دانشگاه تهران کنسرت‏ اجرا می‏کرد و کلیه اداره امور این ارکستر از چاپ بلیت، تبلیغات،فروش بلیت،ذخیره مکان اجرا و نظارت بر اجرا(غیر از مسائل هنری)به عهده روابط عمومی بود.

در آن زمان،برای تلیغ اولین کنسرتی که داشتیم به‏ روزنامه‏های کیهان و اطلاعات آگهی دادم و در آن از علاقه‏مندان خواسته شد برای خرید بلیت به روابط عمومی‏ تلویزیون ملی ایران،واقع در خیابان تخت جمشید رو به روی‏ سفارت آمریکا،طبقه دوم،ساختمان شبرنگ مراجعه کنند.

هنوز ساعتی از انتشار روزنامه‏ها نگذشته بود که تلفن روابط عمومی به صدا در آمد،منشی مدیر عامل و رئیس تلویزیون ملی‏ ایران بود.گفت با مدیر عامل«صحبت کن»

منشی ارتباط را برقرار کرد،بلافاصله مدیر عامل گفت:«بگو ببینم روابط عمومی تلویزیون ملی ایران،روبروی سفارت‏ آمریکاست یا سفارت آمریکا،روبروی روابط عمومی تلویزیون ملی‏ ایران است؟!»حرف قشنگی بود و من اشتباه کرده بودم،اشتباه‏ بزرگ،معذرت خواستم سپس ادامه داد:«این را بدان که‏ سفارت آمریکا روبروی روابط عمومی تلویزیون ملی ایران است و قطع کرد.»

امروز بعد از 31 سال،می‏بینم که یک رئیس روابط عمومی‏ دیگر،هم اشتباه مرا تکرار کرده است و این بار اشتباه از سوی‏ دو وزارتخانه است،یکی از وزارت بازرگانی و دیگر وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی که روابط عمومی کل کشور است.

هوشیار قدیمی

تعاریف روابط عمومی

معمولا در تعریف مفاهیمی مانند«روابط عمومی»که خود یک هنر است، بسته به زاویه دید افراد تعاریف مختلفی ارایه می‏شود.گاهی اوقات برخی‏ افراد نیز تعاریفی بر اساس انگیزه‏های شخصی و یا منافع گروهی ارایه‏ می‏دهند.در هر حال به چند تعریف عمده از صاحبنظران این رشته اشاره‏ می‏شود:

رکس هارلو:روابط عمومی عبارت است از دانشی که بوسیله آن سازمانها آگاهانه می‏کوشند به مسئولیت اجتماعی خویش عمل کنند تا بتوانند تفاهم و پشتیبانی کسانی را که برای موسسه اهمیت دارد بدست آورند.

دکتر حمید نطقی:روابط عمومی،وکیل مدافع موسسه در بیرون و مدعی‏العموم در داخل موسسه است.

یک استاد دانشگاه نیز می‏گوید:«روابط عمومی محوری است که ارتباط بیرونی و درونی سازمان را برقرار می‏کند.از این رو هر چه مخاطبان را بهتر و بیشتر بشناسد و برای انتقال صادقانه اطلاعات تلاش کند،می‏تواند مخاطبان‏ با هوش‏تری تربیت کند.از طرف دیگر مدیران و برنامه‏ریزان را از واکنش‏ها، سلیقه‏ها و نگرش‏های مخاطبان آگاه می‏سازد.این فرایند می‏تواند در بهبود کار سازمان و پویا شدن نظام تصمیم‏گیری آن موثر باشد.»در تعریف دیگر آمده است:روابط عمومی کوششی برای تاثیرگذاری و ایجاد تغییر در افکار عمومی از طریق نظارت،تحقیق و ارزیابی اطلاعات و فرایندهاست.

اما انجمن جهانی روابط عمومی تعریف زیر را برای روابط عمومی ارایه‏ می‏دهد:

روابط عمومی بخشی از مدیریت سازمان است.علمی است ممتد،مداوم و طرح‏ریزی شده که از طریق آن،افراد سازمانها می‏کوشند تا تفاهم و پشتیبانی کسانی را که با آنها سروکار دارند به دست آورند.

به تعبیری می‏توان تعاریف بالا را در مورد روابط عمومی صادق دانست. چرا که هر کدام از تعاریف متضمن بر بخشی از وظایف روابط عمومی است.به‏ هر روابط عمومی در مداری قرار گرفته که یک سوی آن مخاطبان سازمان، سوی دیگر مدیریت سازمان و مجموعه توان و تابع انسانی و مالی و سازمان‏ است.پیام رسانی به هر دو گروه و بررسی نیازها و انتظارات آنها وظیفه روابط عمومی است.