ارتباط با مخاطب مهمترین وظیفه روابط عمومی

حکیمیان، ابوالقاسم

در فعالیتهای روابط عمومی هدف‏ تنها انتشار اطلاعات نیست.بلکه‏ برقراری ارتباط با مخاطب از اهمیت‏ اساسی برخوردار بوده چرا که بدون‏ ایجاد ارتباط با مخاطب و جلب توجه‏ او،امکان هیچگونه فرصت اقناع،نفوذ و یا تغییر در او به وجود نخواهد آمد.

ایجاد ارتباط با مخاطب‏ اساسی‏ترین وظیفه روابط عمومی‏ است و فقط تغذیه اطلاعاتی و یا در معرض بمباران تبلیغاتی قرار دادن‏ مخاطب نمی‏تواند اهداف روابط عمومی را تامین کند.بدین جهت‏ است که شناخت مخاطب و ویژگی‏های او نیز نیاز به مطالعه‏ مستمر رفتارهای او دارد.

با توجه به این که مخاطبان هر سازمانی معمولا به دو دسته‏ اختصاصی و عمومی تقسیم‏بندی‏ می‏شوند:1-مخاطبان خاص 2- مخاطبان عمومی.

مخاطبان خاص مخاطبانی هستند که در ارتباط با وظایف تخصصی‏ سازمان با آن ارتباط برقرار می‏کند. مانند بانک و کارکنان بانک اعم از بانکداران،مدیران قسمتهای مختلف‏ و کارکنان عادی بانکها و مخاطبان‏ عمومی مردم هستند که از خدمات این بانکها بهره می‏جویند. در حقیقت این گروه از مردم به علاوه‏ مخاطبان اختصاصی همان مخاطبان‏ کل را به وجود می‏آورد و در برمی‏گیرد. لذا می‏توان به این نتیجه رسید که‏ روابط عمومی برای تنظیم فعالیتهای‏ خود با مردم و یا مخاطبان نیازمند شناخت دقیق‏ رفتارهای آنان و اصلاح برنامه‏ها و بر اساس دیدگاهها و ویژگی‏های‏ مخاطبان خود است.

روابط عمومی‏ برای تدارک این منظور باید خود را مجهز به مهارتهای خاصی نماید که‏ معمولا به طور تجربی روابط عمومی‏هایی که دارای ارتباطات‏ قوی هستند،پدید می‏آید.1) گوش دادن به سخن‏ مخاطبین و تشخیص‏ دیدگاههای آنان و اصلاح‏ دیدگاههای آنان و اصلاح دیدگاهها تا حد ممکن و سپس هنر ارتباطات با مخاطب با توجه به شناخت دقیق‏ رفتار او برای نیل به این هدف روابط عمومی با استفاده از شیوه رایج علمی‏ و ارتباطی،واکنش مخاطبان یا پیام‏گیران را درباره پیامهای ارسالی‏ خود به آنان شناسایی کند.و اگر اقدامی درون سازمانی مانند برگزاری مراسم مختلف برای کارکنان‏ ترتیب می‏دهد،پس از مدتی‏ واکنشهای کارکنان را ارزیابی‏ می‏کند و این ارزیابی از طرق مختلف‏ حتی یک تلفن ساده امکانپذیر است.

اگر روابط عمومی پس از دریافت‏ واکنشها یا پس فرستاده‏ها بتواند آنها را در تولید پیامهای بعدی دخیل‏ سازد،نخستین گام را برای ایجاد ارتباط دوسویه و بازخورد برداشته‏ است توجه به ویژگی‏های‏ رفتاری مخاطبان،محیط فرهنگی‏ مسلط بر آنها و نوع برداشت معانی‏ توسط آنان مهم است. اگر روابط عمومی بتوانند دیدگاههای مخاطبین و سازمانها را به‏ هم نزدیک نموده و تعامل بین آنها برقرار نماید،بواقع زمینه را برای‏ جذب،اقناع و ترغیب آنان آماده‏ کرده و راه را برای افزایش مقبولیت‏ عمومی سازمان خود در بین مخاطبان‏ باز کرده و این مهمترین وظیفه روابط عمومی است.