نقاط ضعف موجود در نهاد روابط عمومی کشور

سعیدی، داریوش

روابط عمومی به عنوان رکن چهارم دمکراسی و مظهر مردمداری نقش تعیین‏کننده‏ای در بسیج افکار عمومی،اقناع مخاطبان و نیز جلب تفاهم،اعتماد و پشتیبانی اکثریت مردم نسبت به یک سازمان را ایفا می‏کند.

گسترش روزافزون ارتباطات در عصر جدید و به تبع آن ایجاد«دهکدهء کوچک جهانی»و نیاز واقعی ساکنان این دهکدهء کوچک‏ به اطلاعات جدید و بهنگام موجب می‏شود تا به روابط عمومی به عنوان یک حرفه حساس و پرمسؤولیت توجه شود.

وجود روابط عمومی کارآمد،واقع‏گرا،و مسؤولیت‏شناس باید ضمن آگاه‏سازی و تأثیرگذاری مثبت بر افکار عمومی نسبت‏ به هویت واقعی خود که همانا مردمداری و مردم محوری توأم با صداقت و امانت است،آگاه بوده و بتواند با استفاده از شیوه‏ها و فن‏آوریهای نوین ارتباطی و اطلاع‏رسانی افکار عمومی را در بطن اخبار و اطلاعات جدید قرار دهد.

در کشور ما،علی رغم نقطه نظراتی که تاکنون در باب اهمیت روابط عمومی و جایگاه آن توسط مسؤولان،صاحبنظران و دست‏ اندرکاران آن ارائه شده است،لیکن متأسفانه نهاد روابط عمومی کشور هنوز دچار موانع و نقاط ضعفی است که این موانع و نارساییها می‏تواند به عدم توسعه و تحول روابط عمومی بینجامد.در این مقاله برآنیم تا ضمن شناخت موانع موجود روابط عمومی در کشور،نقطه‏ نظرات پیشنهادی را برای ایجاد یک روابط عمومی پایدار با تکیه بر اصلاحات بنیادین فرهنگی ارائه کنیم:

1.فقدان الگوی جامع مدیریتی

یکی از ضعف‏های موجود نهاد روابط عمومی در کشور، فقدان الگوی جامع مدیریتی‏ ست.با توجه به اینکه روابط عمومی به منزلهء فن،و به تعبیری‏ هنر هشتم از آن یاد می‏شود،که‏ هفت هنر دیگر را در اختیار دارد، ضروری است تا مدیران و متولیان این حرفهء حساس و تعیین‏کننده-که با مردم و روابط اجتماعی پیچیده و حساس‏ جامعه سروکار دارند-افرادی‏ مقتدر را به کار گیرند و از جدیدترین دستاوردهای مدیریتی‏ و ارتباطی روز بهره‏مند شوند و خود را به دانش مدیریت روابط عمومی و فن‏آوریهای نوین در این زمینه به منظور اثرگذاری‏ مثبت و اقناع مخاطبان مجهز سازند تا بتوانند با ابزار و دانش‏ مدیریتی و الگوی مناسب‏ ارتباطی،سازمان و مؤسسهء تحت‏ مسؤولیت خود را در تحقق‏ اهداف و آرمان‏هایش یاری و هدایت کنند.

2.عدم اختیارات لازم در روابط عمومی

چون متأسفانه هنوز روابط عمومی در کشور،از وجود الگوی مدیریتی مناسب و پایدار بی‏نصیب است و خلأهای قانونی‏ در این زمینه وجود دارد و نیز نگرش و برخورد برخی مدیران‏ نسبت به این مقولهء مهم‏ سطحی‏نگر و سلیقه‏ای است،لذا اختیارات لازم برای تحقق‏ اهداف اصلی روابط عمومی‏ وجود ندارد،فقدان اقتدار و عدم‏ اختیارات قانونی و امکانات و ابزار لازم برای تسهیل در امر ارتباطات اطلاع‏رسانی و اقناع‏سازی افکار عمومی از ضعفهای موجود روابط عمومی‏ در کشور است.

3.عدم توجه به شایسته سالاری در انتخاب مدیران روابط عمومی

انتخاب مدیر روابط عمومی‏ برای ادارهء حساسترین رکن‏ سازمان از مهمترین وظایف‏ مدیران سازمان‏ها و مؤسسات است.مدیر روابط عمومی پیش‏ از اینکه مقتدر و مسلح به دانش‏ مدیریت ارتباطات باشد،باید هنرمند و شیفتهء روابط عمومی‏ باشد.روابط عمومی پیش از اینکه یک حرفه و فن تعریف‏ شود یک عشق است و اگر عشق‏ و انگیزه در اجرای مسؤولیت و کارکرد روابط عمومی نباشد یقینا خلأهای جدی آن را تهدید می‏کند.افزون بر شایستگیهای‏ اجتماعی و شخصیتی که مدیران‏ روابط عمومی باید دارا باشند، ضروری است تا تبحر لازم را در علوم اجتماعی و ارتباطات دارا بوده و حتی المقدور در این رشته‏ متخصص و صاحب ایده باشند. متأسفانه یکی از نقاط ضعفی که‏ در بستر روابط عمومی در شرایط کنونی احساس می‏شود،عدم‏ انطباق تجارب و تخصص مدیران‏ و کارشناسان روابط عمومی،با نوع مسؤولیت آنهاست.

این نگرش که هر فرد و هر فارغ التحصیلی می‏تواند مسؤولیت خطیر،حساسترین‏ پایگاه یک سازمان را به عهده‏ گیرد،ساده‏انگاری و کاری خطا است.عدم توجه به شایسته‏ سالاری در گزینش مدیران‏ روابط عمومی موجب پیشرفت‏ فرهنگی این نهاد مهم و حساس‏ می‏شود.بنابراین،ضروری است‏ تا وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی به عنوان متولی اصلی‏ نهاد روابط عمومی در کشور دستور العمل و ضوابط لازم برای‏ انتصاب مدیران روابط عمومی را تنظیم و این دستور العمل به عنوان‏ مصوبهء هیئت وزیران برای اجرا به وزارتخانه‏ها و سازمان‏ها ابلاغ‏ شود و این وزارتخانه ناظر بر اجرای دقیق این دستور العمل‏ باشد.یقینا چنین اقدامی می‏تواند به ارتقای جایگاه روابط عمومی و اهمیت آن در کشور کمک شایان‏ و قابل توجهی نماید.

4.نبود ساختار تشکیلاتی و سازمانی‏ مناسب برای روابط عمومی

تاکنون حدود نیم قرن از عمر روابط عمومی در کشور ما می‏گذرد و حدود دو دهه از حیات آن در نظام جمهوری‏ اسلامی سپری شده است. علی رغم اهمیت و جایگاه‏ ارزشمند این نهاد،هنوز برای‏ روابط عمومی کشور ساختار سازمانی و تشکیلاتی مناسبی‏ تعریف و اجرا نشده است.چون‏ در عصر ارتباطات و دانایی‏ زندگی می‏کنیم و مسلما در این‏ عصر قدرت را کسانی در دست‏ دارند که بیشترین اطلاعات را در اختیار داشته باشند،لذا ضروری‏ است ما نیز همپای توسعهء تکنولوژی و شتاب و گسترش‏ ارتباطات در جهان امروزی پیش‏ رفته و با حفظ هویت فرهنگی، دینی و ملی خود،ساختار تشکیلاتی مناسبی برای این نهاد اساسی کشور تعریف و اجرا کنیم، قطعا وجود ضعف ساختاری در تشکیلات روابط عمومی کشور باعث افت انگیزش نیروهای‏ فعال در این بخش و نیز عدم‏ بهره‏وری مناسب از نیروی‏ انسانی برای گسترش فعالیت- های روابط عمومی را به دنبال‏ خواهد داشت.

5.عدم توجه به خلاقیت و نوآوری

این مورد نیز از موارد ضعف‏ روابط عمومی کشور ماست.هنوز متأسفانه برخی معتقدند با افکار سنتی و کلیشه‏ای کار کردن‏ می‏توان روابط عمومی را اداره‏ کرد.باوجوداین نگرش منفی، روابط عمومی‏ها کمتر به دنبال‏ ایجاد نوآوری و خلاقیتهای‏ فرهنگی هنری و ارتباطی‏ بوده‏اند.البته این کاستی در واقع‏ ناشی از خلأ نیروی انسانی‏ کارآمد،توانا و خلاق در مدیریت‏ روابط عمومی است که متأسفانه‏ می‏تواند به عدم توسعهء روابط عمومی بینجامد.

6.عدم ارتباط صمیمانهء روابط عمومی‏ها با رسانه‏ها و مطبوعات

از دیگر ضعفهای موجود در نهاد روابط عمومی در کشور،عدم‏ ارتباط دوستانهء مدیران و دست‏ اندرکاران روابط عمومی با مطبوعات و رسانه‏ها است.یقینا یکی از اهداف مهمی که روابط عمومی دنبال می‏کند.اطلاع‏ رسانی و پاسخگویی به افکار عمومی است که تحقق این مسئله‏ بدون ارتباط صمیمانه و توأم با احترام با مطبوعات و رسانه‏ها امکان‏پذیر نیست. روابط عمومی زبان گویای‏ یک سازمان است و مطبوعات و رسانه‏ها مهمترین ابزار برای بیان‏ کارکردها،مشکلات و اهداف‏ سازمان‏ها،نهادها و موسسات‏ هستند.روابط عمومی با تکیه بر ابزارهای اطلاع‏رسانی باید خود را در مقابل خواسته‏ها و پرسش- های مخاطبان پاسخگو دانسته و از این طریق نیازهای افکار عمومی را برآورده کند.لذا برقراری ارتباط دوستانه و توأم با احترام متقابل بین روابط عمومی‏ها و رسانه‏ها یک ضرورت‏ است.همین‏طور چون جلب‏ رضایت و اعتماد عمومی از جمله‏ وظایف و کارکردهای روابط عمومی است لذا روشنگری‏ افکار عمومی و پالایش اذهان‏ مردم نسبت به ابهامات،نارسایی‏ها و مشکلات و بیان پیشرفت‏ها و تحولات به دور از هرگونه‏ فرافکنی و هیاهو از طریق ایجاد روابط سالم و مطمئن با مطبوعات‏ و رسانه‏ها امکان‏پذیر بوده و می‏تواند در افزایش میزان‏ رضایت و اعتماد عمومی به نظام‏ سیاسی و جلب مشارکت آنان در فرایند فعالیت‏ها مؤثر باشد.

راه حل‏های پیشنهادی برای توسعه‏ و تحول روابط عمومی کشور

با توجه به نارسایی‏ها و ضعف‏های موجود در سیستم نهاد روابط عمومی کشور ضروری‏ است تا اصلاحات بنیادین‏ فرهنگی در این نهاد به منظور استفادهء مؤثر از توانایی‏ها و قابلیت‏های موجود در جهت‏ توسعه و تحول انجام شود. به‏همین منظور راه حل‏های‏ پیشنهادی زیر که می‏تواند در اجرای فرهنگ اصلاحات در نهاد روابط عمومی کشور مؤثر باشد ارائه می‏شود:

1.توجه به شایسته سالاری در انتخاب و گزینش مدیران‏ روابط عمومی و تحقق‏ مدیریت پایدار در نظام‏ روابط عمومی کشور.

2.کارآمد ساختن روابط عمومی، از حیث ساختار تشکیلاتی‏ مناسب،وظایف و اختیارات‏ قانونمند و نیز بهره‏وری از نیروی انسان فعال،خلاق و علاقه‏مند به این رشته.

3.پاسخگویی صریح به افکار عمومی و جلب اعتماد و رضایت عامه و احترام واقعی‏ به ارادهء عمومی ملت و جهت‏ دهی به افکار عمومی.

4.برقراری ارتباط تنگاتنگ‏ دو سویه و توأم با احترام و اطمینان با رسانه‏های گروهی‏ و مطبوعات به منظور کمک در تحول و توسعهء فرهنگ روابط عمومی.

5.توجه به نقد و توسعهء فرهنگ‏ نقادی منطبق بر منطق،عقل و احترام،بدون ملحظات سیاسی‏ -حزبی و گروهی و توجه‏ به هدفمندی و منطق‏گرایی در روابط عمومی.

6.پرهیز از هرگونه اغراق،گزافه‏ گویی و تبلیغات کاذب و گمراه‏کننده و انحرافی.

7.حمایت جدی و قانونی از ایجاد و توسعهء تشکل‏ها و انجمن‏های مدافع روابط عمومی در سطوح استانی، منطقه‏ای و ملی در کشور.

8.ارتباط تنگاتنگ و پویا با سازمان‏ها و انجمن‏های علمی‏ و تخصصی بین المللی روابط عمومی به منظور استفاده از فن‏آوری‏های نوین در زمینهء روابط عمومی.

9.تلاش در راستای تحقق فرهنگ‏ روابط عمومی به معارف‏ عمومی در جامعه.

امید است با تحقق موارد فوق‏ و سایر راه حل‏های دیگری که‏ قطعا صاحبنظران و سایر فعالان‏ این هنر ارائه می‏دهند شاهد ایجاد تحولات بنیادین و پویا در روابط عمومی کشور باشیم.