جایگاه روابط عمومی در دنیای مدرن

منابع

1- Scott.M.Cutip

2.آقاداوود،سیدرسول وظایف‏ روابطعمومی در درون سازمان، ماهنامه پیام روابطعمومی،سال‏ اول،شماره 4،دیماه 72،ص 6.

3.الوانی،دکتر سید مهدی،ضرورت‏ تدوین منشور اخلاقیات سازمانی‏ ارائه یک الگوی تطبیقی در مدیریت‏ دولتی،فصلنامه تحول اداری،دوره‏ پنجم،شماره 1>>،ص 50.

4.دفت،ریچارد.ال،تئوری و طراحی سازمان،ترجمه دکتر اعرابی و دکتر پارسائیان،انتشارات‏ دفتر پژوهشهای فرهنگی،ج دوم، ص 648.

5.هس‏مر،ال‏تی،اخلاق در مدیریت،ترجمه دکتر اعرابی و ایزدی،دفتر پژوهشهای فرهنگی، ص 35.

6. Declaration of principles

7. Luy ledbetter,Lee

8.آقاداوود همان منبع،ص 651.

9. Advertising Agency

10. Ethiscal dilemma

11.دفت،همان منبع،ص 650.

12.الوانی،همان منبع ص 58.

13.دفت،همان منبع،ص 651.

14.آقاداوود،همان منبع،بخش‏ دوم،شماره 15،اسفند 72،ص 7.

15.آقا داوود،همان منبع،ص 8.

16.آقاداوود،همان منبع،ص 8

17.آقاداوود،افکار عمومی، سازمان جهاد سازندگی استان‏ اصفهان،تابستان 79،ص 6.

18.دفت،همان منبع،ص 653.

19.کیا،دکتر منوچهر،تئوری‏های‏ مدیریت و مدلهای سازمان،مرکز آموزش مدیریت دولتی،ص 111.

جایگاه روابطعمومی‏ در دنیای مدرن

پیدایش روابطعمومی در کشور ما به شکل نوین آن به حدود نیم قرن پیش‏ برمی‏گردد اما به جهت نظام مدیریتی از بالا به پایین و نفوذ گفتمان استبدادی‏ همواره روابطعمومی‏های کشور با اختلال در انجام وظیفه بوده‏اند

پس از پیروزی انقلاب اسلامی تلاش جدی برای احیای روابطعمومی صورت‏ گرفت و پس از سال 1363 و گردهمایی در وزارت ارشاد تاکید وزرای شرکت‏ کننده در این گردهمایی بر ضرورت کار روابطعمومی‏ها،مجددا این واحدها از قدرت بیشتری برخوردار شدند

پیدایش روابطعمومی در کشور ما به شکل نوین‏ آن به حدود نیم قرن پیش برمی‏گردد اما به جهت‏ نظام مدیریتی از بالا به پایین و نفوذ گفتمان استبدادی‏ همواره روابطعمومی‏های کشور با اختلال در انجام‏ وظیفه بوده‏اند.

پس از پیروزی انقلاب اسلامی تلاش جدی برای‏ احیای روابطعمومی صورت گرفت و پس از سال‏ 1363 و گردهمایی در وزارت ارشاد و تاکید وزرای‏ شرکت‏کننده در این گردهمایی بر ضرورت کار روابطعمومی‏ها،مجددا این واحدها از قدرت‏ بیشتری برخوردار شدند.

قرن بیستم و عصر مدرنیسم پدیده‏های متفاوتی‏ برای بشر به ارمغان آورد که یکی از مهمترین آنها جوامع توده‏وار بود.به وسیله پیشرفت این نوع‏ جوامع،مظاهر گوناگون آن در زمینه‏های مختلف‏ سیاسی،اقتصادی و فرهنگی،به‏ویژه ارتباط توده‏وار»وارد عرصه زندگی بشر شد.

یکی از مهمترین ویژگیهای توده،بی‏شکلی آن‏ است.بدین ترتیب که در عصر جوامع توده‏وار،دیگر دوران روابط مستقیم انسانی پایان می‏یابد و افراد بشر برای ارتباط با یکدیگر به وسایل ارتباط جمعی و سازمانهای ارتباطی نیازمندند.

با توجه به همین ویژگی،گسترش نظام‏ بروکراتیک و سازمانها و نهادهای زندگی‏ مدنی،به راحتی می‏توان به اهمیت بخش‏ روابطعمومی یک سازمان،به عنوان‏ پیونددهنده‏ی اجزای آن سازمان با محیط پیرامونی،پی‏برد.

پیدایش روابطعمومی به شکل نوین آن‏ به ابتدای قرن بیستم باز می‏گردد،از این‏ زمان است که روابطعمومی به عنوان‏ یکی از عوامل و سازمانهای مؤثر در نهادهای اجتماع مطرح می‏شود و به‏ همراه پیشرفت علم و فناوری،توسعه‏ی‏ ارتباطات،شهرنشینی،افزایش سطح‏ سواد و گسترش سازمانهای اجتماعی، رشد پیدا می‏کند.

با توجه به این مقدمه،وظایف اصلی یک‏ روابطعمومی با مدیریت مطلوب را می‏توان در سه وظیفه شناسایی، شناساندن و جلب رضایت افراد و سازمانهای دیگر خلاصه کرد.شناخت‏ نیازها و خواستهای افراد یک سازمان، شناساندن سازمان در بخشهای مختلف‏ و جلب رضایت و ایجاد رابطه با سازمان‏ها و افراد بیرون مجموعه،به ویژه‏ رسانه‏های جمعی از جمله مهمترین‏ ویژگی‏های واحدهای روابط عمومی است.این ارتباط که از طریق برگزاری‏ سخنرانیها،پوشش افراد مربوط به سازمان، ترتیب‏دادن مصاحبه‏های مطبوعاتی و اموری از این دست صورت می‏گیرد را شاید بتوان مهمترین وظیفه‏ی یک روابطعمومی و معیاری برای سنجش میزان موفقیت آن‏ دانست.

واحدهای روابطعمومی همچنین،باید نوعی‏ آشتی و یا نزدیکی بین انتظارات و خواستهای‏ رده‏های بالای سازمان و رده‏های پایین‏ سازمانی به وجود آورند.در این حالت است‏ که واحد روابطعمومی می‏تواند تا حد زیادی‏ به بهبود روابط انسانی در سازمانها و مؤسسات کمک کند.

به همین جهت لازم است که واحدهای روابط عمومی پس از شناخت استراتژیها و تعیین‏ اهداف و برنامه‏های کلی سازمان،به‏ برنامه‏ریزی‏های ارتباطی و تقویت ارتباطات‏ درون و بیرون سازمانی خود بپردازند.

روابطعمومی در ایران

پس از سال 1363 و گردهمایی وزارت ارشاد و تاکید وزرای شرکت‏کننده در این گردهمایی بر ضرورت کار روابطعمومی‏ها،مجددا این واحدها از قدرت بیشتری برخوردار شدند و فعالیت آنها افزایش یافت و وظایف جدیدی به آنها محول شد که این روند تا کنون ادامه دارد.در حال حاضر با توجه به ترکیب نیروی انسانی موجود در واحدهای روابطعمومی و همچنین تصویب آن‏ در داخل چهارچوب تشکیلاتی سازمان‏ها،روند برای توسعه‏ی فعالیتهای روابطعمومی‏ها فراهم آمده است.

چنانچه مدیرانی که در واحدهای روابطعمومی‏ فعالیت می‏کنند،نقش خود و امکانات و توانایی‏های داخل سازمان را شناخته و به آن‏ آگاهی داشته باشند،می‏توانند در عمل از موقعیت‏ بهتری برخوردار باشند.

پیدایش روابطعمومی در شکل نوین آن در کشور ما از سال 1332 آغاز می‏شود.اما از آن‏ جایی که پیدایش روابطعمومی در ایران، همچون ورود بسیاری از پدیده‏های غربی دیگر، بدون توجه به ویژگیهای فرهنگی،اجتماعی‏ جامعه‏ی ما صورت گرفته است از سوی دیگر به‏ دلیل غالب بودن نظام مدیریتی از بالا به پایین و نفوذ گفتمان استبدادی در جای‏جای جامعه، فرهنگ پاسخگو بودن نهادها و سازمانهای‏ کشور چندان جایگاهی در نظام مدیریتی کشور نداشته است.از همین‏روی همواره روابط عمومی‏های کشور با اختلال در انجام وظایف‏ اصلی خود روبرو بوده‏اند.

پس از پیروزی انقلاب اسلامی و حاکم شدن‏ راءی مردم به تعیین سرنوشت جمعی جامعه، روابطعمومی‏ها نیز از این امر بی تاءثیر نماندند و تلاشی جدی در جهت احیای بخش روابط عمومی‏در کشور صورت گرفت.

روابطعمومی؛فقدان قدرت لازم

حبیب عبودی فوق لیسانس روزنامه‏نگاری‏ (نشریه آئین زندگی خوزستان)

مقدمه

حرفه‏ای‏گرایی و نیاز به تخصص یکی از اهداف بدیهی و اجتناب‏ناپذیر دست‏اندرکاران روابطعمومی است.با توجه به رشد پیش‏بینی نشده علوم‏ در رشته‏های مختلف،اکثریت دست‏اندرکاران این رشته هنوز در سطح‏ ابتدایی و سنتی این رشته باقی‏مانده و درصدد دستیابی به تکنولوژی‏ نوین ارتباطی برنیامده‏اند.علت این مسئله این است که آنان اصولا درگیر فعالیتهای روزمره هستند و تلاش می‏کنند تا از طریق فعالیتهای مطبوعاتی، سخنرانی‏ها یا گزارشهای خبری،برگزاری مراسم و غیره گروههای مرتبط را در جریان تصمیمات اتخاذ شده از سوی سازمان قرار دهند.آنان به هنگام‏ تصمیم‏گیری مدیران ارشد سازمان،در بیرون از صحنه باقی می‏مانند.سطح‏ مدیریت آنها در سازمان اجازه حضور آنها در جمع مدیران ارشد را فراهم‏ نمی‏کند.

یکی از مسائل روابطعمومی در سازمان،ضعف اختیارات یا فقدان اقتدار است که پیامد آن،تنزل سطح عملکرد و کارایی روابطعمومی و در نهایت‏ بی اثر شدن آن است.وقتی این مسئله عارض شود،انباشته نیروهای‏ ناکار آمد در این بخش،اختصاص اعتبارات ناکافی،عدم در نظر گرفتن ردیف‏ اعتباری مشخص،عدم حضور در نشست‏ها و مجامع سیاستگذاری و محرومیت‏ از امکانات و تجهیزات مورد نیاز چهره نشان می‏دهند و به طبع آن،یکی از بخشهای حساس و مدیریتی سازمان،از ایفای نقش بایسته خود باز داشته‏ می‏شود و انجام وظایف ارتباطی مدیریت عملا معتل می‏ماند.

از این‏رو،نتایج حاصل از این وضعیت،این احساس را در سازمانها بوجود آورد که ارائه اطلاعات در زمینه تصمیمات اتخاذ شده به گروههای مخاطب سازمان‏ از طریق ارتباطات یک‏سویه و همچنین ادامه این وضعیت،برای مقابله با مشکلات محیطی.که اکثریت سازمانها با آن مواجه بودند.

بدیهی است محروم بودن دست‏اندرکاران روابطعمومی از حضور در جمع‏ مدیران ارشد که در فرآیند تصمیم‏گیری‏های مهم شرکت حضور دارند و نامطلوب بودن این امر برای آنان،رشته یا حوزهء فعالیت آنان،برای سازمانهای‏ مطبوع و حتی شاید برای جامعه‏ای که اینگونه مراکز و سازمانها در آن به فعالیت‏ مشغولند،ضرورت این مطالعه در زمینه قدرت و توان روابطعمومی بیش از این احساس می‏شود.

روابطعمومی ممکن است از منابع متفاوتی قدرت دریافت کند.

یکی از راههای جذب قدرت،ارزشی است که مدیریت ارشد سازمان برای آن‏ قائل است.

تخصص حرفه‏ای کارشناسان روابطعمومی که باعث افزایش میزان بازدهی‏ و کارآیی می‏شود،شیوه دیگری در جذب توان و قدرت است،تصمیم‏گیری‏ مدیریتی برای هریک از تعاریف مربوط به روابطعمومی اساسی و پایه‏ای است، جدا افتادن روابطعمومی از مدیریت ارشد سازمان وظیفه و فعالیت روابطعمومی‏ را محدود به«تشریح و اصلاح»تصمیمات سایر بخشهای مدیریتی می‏کند.