روابط عمومی علم یا هنر

دفتر روابط عمومی شرکت توانیر

پایه‏های روابط عمومی در اوایل قرن بیستم گذاشته شد و از آن زمان تا کنون که‏ حتی کوچکترین سازمانها و شرکتها به زیب چنین دفتری آراسته‏اند دستیابی به‏ یک شناخت کامل و یک تعریف جامع از روابط عمومی میسر نشده است.اما با وجود این تعاریف مختلفی که به وسیله صاحبنظران از آن به عمل آمده است نقاط اشتراکی را در زمینه اهمیت،وظایف و تاثیر آن بر جوامع تعیین و مشخص کرده‏ است.

امروزه حتی در این مورد نیز اتفاق نظر کامل وجود ندارد که روابط عمومی یک‏ علم است یا یک هنر.در حالی که برخی آن را به علت استفاده اجتناب‏ ناپذیر از علوم اجتماعی،علم میشناسند و بعضی از آن به عنوان هنر "مردمداری‏"یاد میکنند که توجه به افکار عمومی را محور فعالیتهای‏ خود قرار داده است؛گروه سوم‏ از آن به عنوان فن و هنری نام‏ میبرند که برای نیل به مقصود از علوم اجتماعی بهره‏ میجوید.حتی کسی از روابط عمومی به عنوان هنر هشتم‏ نام برده است که برای دستیابی‏ به هدفهای تعیین شده از هفت‏ هنر قبلی استفاده میکند.

آنچه مسلم است روابط عمومی برای اداره کردن نظام‏ خود،علاوه بر تجارب‏ ژورنالیستی که از اهمیت فوق‏ العاده‏ای برخوردار است به‏ بینش‏های دیگری از جمله مدیریت، برنامه‏ریزی،روانشناسی و جامعه‏ شناسی نیازمند است.

تعریف روابط عمومی امری است‏ سهل ممتنع.لذا برای نتیجه‏گیری‏ خاصی که مورد نظر است به چند تعریف اشاره می‏شود.

فرهنگ‏"وبستر"روابط عمومی را عملی در زمینه درک‏ عامه از سازمان و ترغیب آنها برای داشتن حسن نیت نسبت به آن سازمان تعریف کرده‏ و دایره المعارف بریتانیکا نیز تعریف مشابهی دارد و هر دوی آنها فرد را به عنوان یکی از طرفهای احتمالی روابط عمومی به حساب آورده‏اند.

اما واقعیت این است که در فعالیتهای روابط عمومی نباید شخصیتهای‏ حقیقی به طور فردی مطرح باشند بلکه در یک طرف رابطه،یک جمع‏ علم یا هنر سازمان یافته است با شخصیتی حقوقی و در طرف دیگر جوامع مخاطب با اعتباری گوناگون و گاه‏ یکسان قرار دارند.تعریف‏ دیگری،روابط عمومی را ابلاغ‏ اطلاعات‏ واقعی‏ سازمان‏ به مخاطبان‏ و کسب نظر آنان به منظور ایجاد حسن تفاهم میداند.

کارشناس دیگری،روابط عمومی را عبارت از دانشی میداند که به وسیله آن سازمانها، آگاهانه میکوشند به مسوولیت اجتماعی خود عمل کنند تا بتوانند تفاهم و پشتیبانی کسانی را که برای سازمان یا موسسه‏ اهمیت دارند به دست آورند.

رکس هالو در کتاب‏"ماهیت روابط عمومی‏"آن را هنری‏ میداند که سازمان به کمک آن،خود را مورد علاقه و احترام‏ مخاطبان میسازد.

برای پرهیز از طولانی شدن کلام،از ذکر تعاریف دیگر صرفنظر میکنم و به تعریفی که انجمن جهانی روابط عمومی آن را پذیرفته است میپردازم.

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

کلید واژه‏هایی که در تعاریف مربوط به روابط عمومی تکرار میشوند و ما را در شناخت و درک جایگاه این نهاد پر اهمیت کمک میکنند عبارتنداز:هنر-علم-سازمان-اطلاعات‏ واقعی-مخاطبان-حسن تفاهم-پشتیبانی و مشارکت‏ مردمی-تلاش آگاهانه-اقدامات عملی و قابل اجرا- ارتباط دوسویه و روبط عمومی به عنوان بخشی از وظایف‏ مدیریت و...

اندیشیدن به این کلید واژه‏ها ما را به سوی آن شمای کلی‏ در روابط عمومی هدایت میکند که نشانگر وظیفه خطیر آن‏ در جهت ترجمان برنامه‏ها،سیاستها و استراتژیهای هر سازمان برای مخاطبان با نگرشها و توقعات مختلف است و در عین حال به اهمیت تنظیم روابط بر مبنای منافع متقابل‏ تاکید دارد و موید این مطلب است که روابط عمومی با اتخاذ تصمیمهای لازم تلاش میکند هم در برنامه‏ریزی‏ سازمان و هم در افکار عمومی تاثیرات سازنده بر جای‏ بگذارد و مشارکت عمومی را جلب کند.

روابط عمومی هنر است لذا باید برنامه‏های آن با زیبایی و ظرافت هر چه تمامتر و منطبق بر سلیقه‏های مخاطبان و در عین حال با هدف اصلاح این سلیقه‏ها اجرا شود.

روابط عمومی علم است لذا باید همه حرکتهای آن مبتنی‏ بر اصول علمی باشد و از منظر روانشناسی،جامعه شناسی‏ و مدیریت صورت پذیرد.

در روابط عمومی،سازمان یک رکن محسوب میشود لذا همه سیاستگذاریها باید در جهت اهداف و استراتژیهای‏ سازمان شکل گیرد و نه بر اساس سلیقه‏های فردی.

در روابط عمومی اطلاعات واقعی ارزش پیدا میکند لذا ارائه اطلاعات ناقص و واهی در بلند مدت حیثیت‏ سازمان را مخدوش خواهد کرد.در روابط عمومی‏ مخاطبان جایگاه تعیین کننده دارند.کمترین‏ بی‏توجهی به آنان همه برنامه‏ها را به رغم تمام سرمایه‏ گذاریهای مادی و معنوی با شکست کامل روبرو میکند.

حسن تفاهم در برنامه‏ریزیهای روابط عمومی یک اصل‏ اساسی است و هر برنامه و حرکتی که با اعتقاد کامل به این‏ اصل صورت نگیرد راه به جایی نخواهد برد.

پشتیبانی و مشارکت مردمی،اساسی‏ترین هدفی است که‏ روابط عمومی آن را دنبال میکند افکار عمومی باید سازمان‏ و برنامه‏های آن را باور کند تا خود را برای همراهی آماده‏ سازد.برای دستیابی به این هدف باید همه تلاشهای مشروع‏ به کار گرفته شود.

روابط عمومی بر تلاش آگاهانه تاکید دارد یعنی حرکت‏ صرف مورد نظر نیست.باید مبدا و مقصد معلوم شود و شیوه‏ حرکت با توجه به مقدورات طراحی گردد.باید همه نیروها به کار گرفته شود و از هر آنچه که مانعی در جهت رسیدن به‏ هدفها به شمار میروند پرهیز شود.به عبارت دیگر حرکت‏ کور ما را به هدف نخواهد رساند.باید با بینایی،شناخت و آگاهی کامل حرکت کرد.

پیشنهاد اقدامات عملی و قابل اجرا شرط اولیه پیروزی‏ است.آرمانخواهی،بی‏آنکه مبنای علمی،تجربی و عقلی‏ داشته باشد ما را در سراب آرزوها گم میکند.برای رسیدن‏ به مقصود باید عملی فکر کرد.

ارتباط دوسویه ضامن شکل‏گیری یک برنامه موفق است‏ و تا زمانی که موفق نشویم مشارکت مخاطبان را جلب کنیم‏ و آنها را به پیگیری سیاستهای ارائه شده خود علاقمند سازیم به مثابه پرواز با یک بال خواهد بود.اگر بپذیریم که‏ هسته اصلی و عنصر اولیه روابط عمومی امر ارتباط است با عنایت به این واقعیت که از میان نامگذاریهای مختلفی که‏ برای عصر حاضر شده است عصر ارتباطات جامع‏ترین‏ است اهمیت کار روابط عمومی به وضوح مشخص میشود.

روابط عمومی بر شانه راست خود بار"اقناع‏"و بر شانه چپ‏ خود بار"ترغیب‏"را حمل میکند و این دو بزرگراه‏هایی‏ هستند که به هدف نهایی یعنی ایجاد حسن تفاهم منتهی‏ میشوند.

متاسفانه این معادله در روند مطالعات علوم اجتماعی به‏ اثبات رسیده است که هر چه سازمانهای اداری و اجتماعی، بزرگتر و بوروکراسی حاکم بر آنها بغرنج‏تر شود فاصله‏ انسانها از آنها زیادتر میشود و فاصله انسانها با سازمانها و انسانها با انسانها از بلایای قرن و عوامل عدم تفاهمند.

به رغم ابلاغ جایگاه روابط عمومی‏ها از سوی شورای‏ عالی سیاستگذاری دولت و تعیین وظایف آنها و تخصیص‏ بودجه لازم،که همه و همه از عنایت خاص دولت به فعالیت‏ موثر این نهاد حکایت دارد اما باید پذیرفت که عدم شناخت‏ برخی از مدیران نسبت به این جایگاه و یا تلقی خاص آنها از روابط عمومی به عنوان نهادی صرفا برای تبلیغ مدیریت، این نهاد نتوانسته است تا کنون به طور شایسته و بایسته عمل‏ کند و البته این مشکل منحصر به کشور ما نیست بلکه در خود آمریکا که زادگاه این علم جدید محسوب میشود نیز بسیاری از مدیران به باورهای درست در این مورد دست‏ نیافته‏اند.

در مورد نقش روابط عمومی،وظایف،ماموریتها، شیوه‏های عمل و غیره به ذکر چند نکته اساسی میپردازم و بحث‏های علمی را به صاحبنظران امر می‏سپارم.

به نظر من عمده‏ترین نقش روابط عمومی آن است که خواستهای اجتماعی را به درون‏ سازمان منعکس کند و شرایطی فراهم سازد که تصمیم‏گیریها از طریق شناخت کامل‏ نیازهای واقعی،امکانات و محدودیتها صورت گیرد.

روابط عمومی باید در جهت ایجاد یک ارتباط سالم و سازنده با مطبوعات تلاش کند و برای‏ جهت‏دهی و هدایت افکار عمومی در طریق منافع ملی،به بهترین شکل ممکن از رسانه های‏ جمعی استفاده کند.

دانش و آگاهی مردم درباره عملکرد سازمانها و هدفهای تعیین شده کافی و کامل نیست و به رغم ابلاغ جایگاه روابط عمومی‏ها از سوی شورای عالی‏ سیاستگذاری دولت و تعیین وظایف آنها و تخصیص بودجه لازم،که‏ همه و همه از عنایت خاص دولت به فعالیت موثر این نهاد حکایت‏ دارد اما باید پذیرفت که عدم شناخت برخی از مدیران نسبت به این‏ جایگاه و یا تلقی خاص آنها از روابط عمومی به عنوان نهادی صرفا برای تبلیغ مدیریت،این نهاد نتوانسته است تا کنون به طور شایسته و بایسته عمل کند و البته این مشکل منحصر به کشور ما نیست بلکه در خود آمریکا که زادگاه این علم جدید محسوب میشود نیز بسیاری از مدیران به باورهای درست در این مورد دست نیافته‏اند.

به هنگام تصمیم‏گیریهای حیاتی نمیتوانند بر مبنای واقعیتها داوری کنند بنابراین باید نهادی‏ وجود داشته باشد تا اطلاعات مورد نیاز ایشان را به فوریت در اختیارشان بگذارد و روابط عمومیها میتوانند از طریق تجهیز افکار عمومی شرایط را برای اتخاذ تصمیمهای درست و به‏ موقع مساعد سازند.

مطبوعات در این راه خطیر یار و یاور روابط عمومی‏ها هستند و روابط عمومی‏ها وظیفه‏ دارند خوراک اطلاعاتی کافی را برای این رسانه‏ها فراهم سازند و در پذیرش عوامل‏ مطبوعات نهایت همکاری و همراهی را معمول بدارند در همین‏جا فرصت را مغتنم میشمارم‏ و شما را به همکاری همه جانبه با نشریه فراگیر خودتان پیام نیرو توصیه میکنم و پیشنهاد میکنم که منتظر تماس از آن‏سو نباشید طبعا معدودی از همکاران شما در این نشریه قادر نخواهند بود در هر مورد با شما تماس بگیرند روابط عمومی‏ها موظفند از این امکانی که‏ فراهم شده و نشریه‏ای که متعلق به خود آنهاست حداکثر بهره‏گیری را به عمل آورند و تا آنجا که من اطلاع دارم دست اندر کاران این نشریه آمادگی لازم را برای همکاری کامل با شما دارند.

و در پایان به این تعریف از روابط عمومی اشاره میکنم که گفته شده است روابط عمومی چشم و گوش مدیریت است لذا هرگونه حمایت و پشتیبانی مدیران از این‏ نهاد کمک به اهداف سازمان تلقی میشود و عقلایی‏ترین برخورد با نهادی به نام‏ روابط عمومی است.

تهیه و تنظیم‏ دفتر روابط عمومی و امور بین الملل شرکت توانیر

شرکت‏ ارتباطات همسوگران

.در امر تهیه،تدوین و اجرای برنامه‏ های تبلیغاتی

.تهیه شرح وظایف کاربردی روابط عمومی با توجه به اهداف موسسات

.انجام امور نظر سنجی با همکاری‏ موسسات علمی و اساتید دانشگاه‏ها

.طراحی و چاپ پوستر،کاتالوگ و بروشور

.جذب آگهی‏ها و گزارش‏های ویژه‏ برای کلیه روزنامه‏ها

.حروف‏چینی،صفحه‏آرایی و انتشار ماهنامه‏های مختلف و نشریات‏ داخلی سازمانها