معیارهای انتخاب روابط عمومی برتر در کشور با استانداردهای بین المللی فاصله زیادی دارد

میرحسینی، سید بهروز

سید بهروز میرحسینی،مدیر کل روابط عمومی و امور بین المللی سازمان امور مالیاتی کشور:

-نقش روابط عمومی را در عصر اطلاعات و کمبودها و کاستی‏ها را در این راستا چگونه ارزیابی می‏کنید؟

بی‏شک در عصر ارتباطات و تکنولوژی،روابط عمومی و یا به‏ عبارتی دیگر واحدهای ارتباطات،درون و برون سازمان به عنوان‏ آیینه تمام نمای سازمان‏ها و نهادها محسوب می‏شوند و وظایفی‏ همچون ایجاد پل ارتباطی با مردم،انعکاس اخبار عملکرد و فعالیت‏ها به مطبوعات در جهت آگاهی افکار عمومی را به عهده دارند.وجود یک روابط عمومی قوی و کارآمد نه تنها به شناخت مردم از حوزه‏ فعالیت‏های یک سازمان بلکه تسهیل مدیریت و روابط عمومی‏ سازمان‏ها در جهان پیچیده امروز به روابط عمومی نگاه می‏کنیم‏ با هر محاسبه‏ای که صورت دهیم نمی‏توانیم به بهانه‏های گوناگون‏ جایگاه آن را نادیده بگیریم.

امروزه اهمیت‏"روابط عمومی "در سازمان‏های مختلف اعم از دولتی‏ و خصوصی به آن حد رسیده که عده‏ای از دانشمندان علوم اداری، روابط عمومی را قلب سازمان تلقی کرده و معتقدند سازمانی که‏ دارای روابط عمومی مجهز و کامل نباشد،مانند صحنه تاتری است‏ که فاقد نور باشد و هنرمندان آن در تاریکی به هنرنمایی بپردازند و کسی نتواند هنرنمایی آنها را مشاهده کند.سازمان‏های مختلف‏ دولتی و خصوصی هر قدر پیشرفته و مجهز باشند،معهذا بدون‏ حسن رابطه با مردم و جلب توجه و پشتیبانی آنها نخواهند توانست‏ در مقاصد سازمانی خود به موفقیت نایل آیند.

-راه‏کارهای پیشنهادی برای رفع مشکلات و نقصان‏های‏ موجود چیست؟

برای اینکه سازمانی بتواند وظایف سازمانی خود را با توفیق کامل‏ به مرحله اجرا درآورد.باید سعی کند که عقاید عمومی را نسبت به‏ فعالیت‏های خود متوجه سازد و همکاری و حمایت آنها را نسبت به‏ خود جلب کند.این وظیفه را امروزه در سازمان‏های مختلف روابط عمومی انجام می‏دهد.روابط عمومی واحدی است که وظیفه آن‏ ارزیابی عقاید عمومی و تغییر و توجیه آنها در جهتی است که بتواند برای تحقق سازمان مربوطه مفید و مطلوب باشد.روابط عمومی‏ باید سازمان مربوط و فعالیت‏های آن را در معرض افکار عمومی‏ قرار داده و خواست‏ها و توقعات مردم را نیز از سازمان مربوطه‏ دریافت و آنها را به سازمان ابلاغ نماید و خلاصه کوشش کند با استفاده از تمام امکانات بین سازمان مربوط و مردم و سایر سازمان‏های دولتی و خصوصی حسن رابطه و همکاری متقابل‏ برقرار نماید.

-جشنواره‏های روابط عمومی تا چه میزان می‏توانند در این‏ عرصه مثمر ثمر باشند و نقاط ضعف این نوع جشنواره‏ها چیست؟

جشنواره‏های روابط عمومی خود یک آیینه تمام‏نمای نقاط قوت‏ و نقاط ضعف هر واحد از روابط عمومی است و در واقع حضور در عرصه جشنواره‏ها خود می‏تواند یک تعامل در کلیه زمینه‏ها ایجاد و در نهایت یک سمت و سوی مناسب یا پارامترهای مشخص‏ به منظور رسیدن به یک روابط عمومی موفق را نهادینه کند.

-معیارهای ارزیابی روابط عمومی موفق چیست و داوران‏ بر چه مبنایی باید انتخاب شوند؟

روابط عمومی‏ها و عملکرد آنها فراگیر است و صرفا به یک بخش‏ خاص یا یک واحد اختصاص ندارد لذا باید از همه جهات یک روابط عمومی مورد ارزیابی قرار گیرد،چه برون سازمانی و چه درون‏ سازمانی و چه در عرصه بین المللی.بنابر این روابط عمومی موفق‏ روابط عمومی است که بتواند همواره شرایط مناسب برای ایجاد تعامل بین عوامل خارجی و داخلی ایجاد کند به ویژه سازمان‏هایی‏ همچون سازمان امور مالیاتی کشور که بیش از کلیه سازمان‏ها و ادارات با مردم تماس دارد و از طرفی نیز باید تفاهم بیشتری در جهت خواست‏ها و تمایلات متقابل فی‏مابین یک سازمانو مردم‏ به صورت شفاف و روشن به وجود بیاورد.

-به نظر شما این معیارها بر چه اساسی تعیین شده است و آیا با استانداردهای جهانی مطابقت دارد؟

البته باید اذعان داشته باشیم که استانداردهای جهانی انتخاب با معیارهای ما فاصله زیادی دارد که در این خصوص رفع این مشکل‏ یک عزم ملی را می‏طلبد.