روابط عمومی پلی به سوی تفاهم

نسرین فرد، محمد

یکی ار عوامل موثر در موفقیت سازمان که ارزش و اهمیت ویژه دارد و در راه رسیدن به‏ اهداف اساسی،میزان برقراری ارتباط درون سازمانی و برون سازمانی و ارتباط دایم و مستمر با افکار عمومی جامعه است.هر اندازه این ارتباط عمیق و مستمر باشد موفقیت‏ سازمان نیز بیشتر می‏شود.این مورد به عنوان یک اصل پذیرفته شده که برای نیل به اهداف‏ رسیدن به تفاهم عمده مساله است.مدیرانی که اهمیت موضوع را درک نموده باشند روابط عمومی موفق‏تری دارند.حال باید دید مسوولان روابط عمومی باید چه ویژگی‏هایی داشته‏ باشد.

مهمترین ویژگی روابط عمومی حرفه‏ای نگاه کردن به شغل خود می‏باشد. دومین ویژگی داشتن اندیشه خلاق است که یک روابط عمومی خوب باید همیشه در اندیشه‏ به وجود آوردن یک فکر نو باشد.

سومین ویژگی داشتن انگیزه پیشرفت است منظور این است که هر نوع موفقیت را پله‏ای‏ برای موفقیت بعدی قرار دهد.

اما از جمله عمده وظایف روابط عمومی شامل آیتم‏های زیر می‏باشد.

1-ارتباط با رسانه‏های گروهی اعم از روزنامه‏ها،مجلات و رادیو و تلویزیون

2-تهیه کتابچه‏های راهنما در موارد مختلف

3-تهیه کتاب‏های آموزشی

4-تهیه پوستر بروشور به عنوان وسایل ارتباطی و آموزشی

5-برگزاری کنفرانس‏های مطبوعاتی و خبری در مناسبت‏های مختلف

6-تهیه تیزرهای تلویزیونی

7-آماده نمودن اطلاعیه‏های خبری

8-تهیه مجله در خصوص فعالیت‏ها و آمار عملکرد سازمان

9-برگزاری سخنرانی‏های مختلف

10-برگزاری نمایشگاه اطلاع‏رسانی

11-انجام بازدید برای مسوولان و مردم از سازمان

12-شرکت در جلسات مهم سازمان

13-ارتباط مستقیم و مستمر با مسوولان و مردم

14-افکارسنجی و نظرسنجی افکار عمومی جامعه جهت انعکاس به مسوولان برای بهبود کمی و کیفی امور

15-جمع‏آوری هرگونه اخبار و اطلاعات موردنیاز جامعه و ارایه به رسانه‏های جمعی

16-شرکت در گردهمایی

17-تهیه پلاکارد و بیلبوردهای تبلیغاتی و آموزش

18-شناخت انتظارات همکاران و انتقال آن به مسوولان

19-شناخت انتظارات افکار عمومی و انتقال آن به مسوولان

20-تهیه و تنظیم بریده جراید

21-برگزاری مراسم‏ها و همایش‏ها

22-تهیه فیلم،خبر و عکس از مراسم‏ها و سخنرانی‏ها

23-تهیه آرشیو مطبوعاتی و تبلیغاتی

24-آرشیو فیلم‏های CD در این قسمت

25-ارسال پیام تبریک و تسلیت به اهداکنندگان و همکاران

حال که وظایف و ویژگی‏های یک روابط عمومی موفق را بیان نمودیم به این نکته نیز بپردازیم‏ که در راه ارتقای به این اهداف موانعی نیز وجود دارد که از عمده‏ترین آنها می‏توان دلایل‏ زیر را نام برد:

1-انتظارت گوناگون مسوولان از روابط عمومی به دلیل عدم شناخت روابط عمومی

2-نداشتن تعریف مشخص از روابط عمومی در سازمان

3-نبودن وسایل و تجهیزات کافی در قسمت روابط عمومی

4-کمبود نیرو در این قسمت

5-افزایش سطح توقع مردم و مسوولان از روابط عمومی

6-انجام اموری که در حیطه روابط عمومی نیست.

7-در مواردی هم عدم اعتناء به رابط عمومی توسط مسوولان و مردم

8-عدم تعریف جایگاه روابط عمومی در سیستم

9-استفاده از روابط عمومی به عنوان مسوول دفتر و یا تهیه و نصب پلاکارد به‏ عنوان کار اصلی

10-مشخص نبودن اعتبار این بخش

11-دخالت افراد غیرمسوول در فعالیت‏ها و وظایف روابط عمومی

12-تداخل امور روابط عمومی با بسیج اهداکنندگان به دلیل مشخص نبودن تعریف‏ هر دو قسمت،نکته آخر این‏که در جدیدترین تعریف روابط عمومی این نکته حایز اهمیت‏ است که روابط عمومی برتر به عنوان روابط عمومی پیمانکار معرفی شده است.یعنی اکثر فعالیت‏ها و کارهای اجرایی را به بخش خصوصی واگذار نمودن و مدیریت کردن این‏ فعالیت‏ها.