روابط عمومی بومی- منطقه ای یا مدرن

نیرومند، لیلا

مقدمه

روابط عمومی به عنوان بازوی توانمند مدیریت،از مهمترین واحدهای سازمان محسوب شده و بالقوه می‏تواند در راستای‏ انجام وظایف سازمانی خویش به عنوان یک کانال ارتباطی بین سازمان با درون و بیرون آن عمل نماید.روابط عمومی‏ها به خصوص در شهرستان‏ها از توان لازم برای انجام وظایف مربوطه برخوردار نبوده و این خود ریشه در مشکلاتی دارد که شاید تا حدود زیادی عدم تحقق فرهنگ قوی و سالم به خصوص در کشورهای جهان سوم از مهمترین دلایل آن باشد. در سال‏های اول پس از انقلاب اسلامی،روابط عمومی از جایگاه مناسبی برخوردار نبوده و به پیروی از آن،کارایی لازم‏ جهت تحقق اهداف سازمانی را نیز به غلط این واحد وظایفی را به عهده می‏گرفت که اثرات مخرب آن هنوز در اکثر روابط عمومی‏های سازمان‏های موجود در تهران به چشم می‏خورد که این اثرات به مراتب در شهرستان بیشتر می‏باشد به طوری که روابط عمومی‏های بومی و منطقه‏ای اکثرا براساس همان وظایف غلط شرح وظایف سازمانی خود را تعریف کرده و به امور تشریفاتی از جمله برگزاری مراسم‏های عزاداری،جشن و غیره می‏پردازند.مشکلات و آسیب‏های روابط عمومی بومی و منطقه‏ای به شرح زیر دنبال می‏شود:

لیلا نیرومند

دانشجوی دکترای علوم ارتباطات و مدرس دانشگاه

ارتباط عمومی و یک سویه

یکی از نکات کلیدی فقر فرهنگی در جوامع جهان سوم به ویژه ایران،نگاه از بالا به پایین در سطح‏ جامعه می‏باشد و به طور کلی ارتباطات انسانی از بالا به پایین و به صورت عمودی و یک سویه‏ برقرار می‏شود.مدیران و کارشناسان روابط عمومی از این جامعه هستند نیز در این‏ خصوص مستثنی نمی‏شوند.

همین نگاه یک سویه و یک سویه و یک طرفه(از بالا به پایین).باعث شده که اکثر مدیران روابط عمومی‏ها از جایگاه مشاور مدیر عامل که در سازمان‏ها نزول کرده و این امر مهم به غیر واگذار شود.

نگاه از بالا به پایین با توجه به شرایط حاکم بر محیط شکل می‏گیرد که به مرور زمان قابل‏ تغییر است و می‏توان آن را به سمت ارتباط افقی و دو سویه سوق داد؛که البته رسانه‏ها در تحقق‏ این امر نقش به سزایی را ایفاء می‏کنند

عدم برخورداری از نیروی متخصص و کارآمد

از طرف دیگر یکی از مسایل بسیار عمده که باعث عدم توسعه و پیشرفت واحد روابط عمومی‏ می‏شود؛عدم برخورداری از نیروی متخصص و کارآمد است که در شهرستان‏ها و مناطق‏ بومی این نقطه ضعف به شدت به چشم می‏خورد.

اکثر مدیران روابط عمومی دارای مدرک دیپلم و یا کارشناس سایر رشته‏ها می‏باشند(88 درصد مدیران دارای تحصیلات غیر مرتبط می‏باشند)و واحدهای روابط عمومی بسیار محدود و کوچک است و گاهی اوقات تنها یک پرسنل هم به عنوان کارمند و هم به عنوان کارمند و هم به عنوان مدیر ایفای نقش‏ می‏کند.

عدم دسترسی به ابزار کار و امکانات

ابزار کار و امکانات گسترده باعث می‏شود که روابط عمومی‏ها قوی‏تر جلوه کنند که متاسفانه‏ در سایر استان‏های ایران روابط عمومی‏ها دارای یک اتاق بسیار کوچک هستند و تعداد زیادی‏ از آن‏ها حتی از یک رادیو و یک خط تلفن نیز برخوردار نیستند.

عدم دسترسی به ارتباطات مکانیزه

به طور مشخص اگر بتوانیم در سازمان خود کلیه مناسبات ارتباطی را با محبط پیرامونی اعم از مشتریان،رسانه‏ها،پرسنل و نظایر آن که قرار است بین آنها رابطه داده و ستاده برقرار شود،

تبدیل به روند مکانیزه کنیم به روابط عمومی دیجیتالی و الکترونیکی دست یافته‏ایم.حال این‏ سوال مطرح می‏شود که چند درصد از روابط عمومی‏های استان‏ها مجهز به سیستم رایانه می‏باشند و چند نفر از کارکنان روابط عمومی به راحتی می‏توانند با این ابزار ارتباطی کار کنند و چقدر بودجه جهت تهیه‏ ابزارهای ارتباطی در اختیار این واحدها گذاشته‏ می‏شوند؟

عدم برخورداری از قدرت اجرایی

داشتن قدرت اجرایی یکی از ویژگی‏های عمده روابط عمومی‏هاست که این مهم در شهرستان‏ها کمتر به چشم‏ می‏خورد و مدیران ارشد سازمان‏ها به صورت سلیقه‏ای‏ و فامیلی،سازمان را اداره می‏کنند.با اعمال سلیقه مدیران‏ در این امر،به خصوص زمانی که حرکت‏های روابط عمومی با منابع آنها مغایر باشد،روابط عمومی از وظایف‏ اصلی خویش بازمی‏ماند و مجبور به پوشش نقاط ضعف مدیریت یا سازمان خواهد شد.

نداشتن جایگاه سازمانی

عدم توجه به جایگاه روابط عمومی در سازمان باعث شده که سایر واحدها نیز نقش آن را نادیده‏ بگیرند.متاسفانه در اکثر روابط عمومی‏های استان‏ها مدیران روابط عمومی به طور مستقیم زیر نظر مدیر عالی سازمان فعالیت نمی‏کنند و از تصمیمات مدیران ارشد بی‏خبرند و سایر واحدها این اطلاعات را متاسفانه به آنها دیکته می‏کنند که این امر موجب ضعیف‏تر جلوه کردن روابط عمومی‏ها می‏شود.

عدم وجود آزادی بیان،قدرت مالی و شان سازمانی

مشکل دیگر در خصوص آزادی بیان در واحدهای روابط عمومی‏هاست.کارشناسان روابط عمومی از اینکه با ارایه نظر خود موجب رنجش و آزار مدیران شوند سعی می‏کنند که کمتر صحبت کنند و عقاید خود را هر چند درست باشد مطرح ننمایند همچنین اکثر کارکنان روابط عمومی از موقعیت مالی مناسب برخوردار نیستند بنابراین اکثر آنها دارای دو یا سه شغل دیگر در کنار این کار می‏باشند که همین قضیه باعث می‏شود فعالیت‏های آنها ضعیف‏تر جلوه کند و گاهی دیده شده که متاسفانه پرسنل روابط عمومی در حضور جمع و سایر کارکنان سازمان‏ مورد انتقاد قرار می‏گیرند و بی جهت بازخواست می‏شوند که شاید اصلا منصفانه نیز نباشد.

عدم توجه به آموزش کارکنان

هر فردی پس از مدتی حتی اگر در بهترین دانشگاه‏های دنیا تحصیل کرده باشد،اطلاعاتش‏ قدیمی می‏شود؛بنابراین همواره باید سعی کند خود را با توجه به نیاز جامعه و مشتریان به‏ آموزش‏های جدید،تجهیز نماید؛که البته خیلی از مدیران سازمان‏ها فکر می‏کنند که اگر مدیر روابط عمومی و یا کارشناسان آن واحد آموزش ببینند،جایگاه مدیران ارشد کم‏رنگ‏تر شده،در نتیجه سعی می‏کنند تا جایی که ممکن است با آموزش پرسنل و هزینه کردن در این خصوص‏ مخالفت نمایند.همان طور که می‏دانیم استخدام اولین مرحله در خصوص انتخاب نیروی‏ انسانی می‏باشد که مسایل دیگر از جمله آموزش،بهسازی و نگهداری بلافاصله باید بعد از استخدام یک کارمند نظر مدیران قرار گیرد.

واحد لوکس

از طرفی هنوز مدیرانی هستند که به روابط عمومی توجه کافی‏ مبذول نداشته و آن را به عنوان یک واحد لوکس در نظر می‏گیرند تا یک واحد ضروری که توسعه سازمان مطبوع آن‏هاست،این‏ گونه مدیران اغلب از افراد غیر کیفی و بی‏انگیزه برای مشاغل‏ روابط عمومی استفاده می‏کنند و غافل هستند که یک مسوول قوی‏ و توانمند روابط عمومی نشانه مدیریت کارآمد و پرقدرت آن‏ سازمان است و عدول از دستورات توسط مدیران روابط عمومی، امنیت شغلی آنها را به خطر می‏اندازد.روابط عمومی جدا از مدیریت نیست و نباید در حاشیه عمل کند و هر مدیری سزاوار روابط عمومی است که دارد؛هر چقدر به این واحد بهاء دهد؛ نتیجه‏اش را هم می‏بینند و هر چقدر منزلت آن را پایین فرض کند باز اولین ضربه بازگشتی به خود سازمان می‏رسد.

در پایان باید اشاره نمود که هنوز روابط عمومی در کشور ما به عنوان یک واحد لوکس و تزئینی عمل می‏کند و مدیران ارشد نیز به امکاناتی که این واحد می‏تواند در اختیار آنها قرار دهد، آگاهی ندارند؛شاید کم‏کاری و عدم آگاهی پرسنل و مدیران روابط عمومی از حقوق خود نیز یکی از آسیب‏های روابط عمومی بومی-منطقه‏ای است؛موارد زیر جهت توسعه سازمانی‏ روابط عمومی پیشنهاد می‏شود.

پیشنهادات

ایجاد وفاق عمومی کلیه کارکنان روابط عمومی‏ها در شهرستان‏ها تلاش در جهت ارتقای رضامندی پرسنل روابط عمومی از این شغل‏ توجه به ارتقای توان تخصصب و مهارتی پرسنل‏ ایجاد ارتباط با انجمن‏های روابط عمومی در داخل و خارج از مرزها دادن بورسیه تحصیلی به کارکنان روابط عمومی جهت آموزش در سایر کشورها انتخاب بهترین کارشناسان روابط عمومی‏ها در استان‏ها تجهیز روابط عمومی به کتابخانه تخصصی روابط عمومی‏ اطلاع‏رسانی تازه‏های روابط عمومی در استان‏ها از طریق انتشار نشریه تخصصی و علمی‏ ارایه دادن بودجه مناسب در اختیار روابط عمومی‏ برنامه‏ریزی مناسب در چار چوب اهداف سازمانی‏ افزایش قدرت تصمیم گیری توسط مدیران روابط عمومی‏ مکانیزه کردن روابط عمومی‏های سنتی و سلیقه‏ای‏ همکاری سازمانه‏های رسانه‏ای به کارکنان واحدهای روابط عمومی جهت اخذ حقوق خود از جامعه‏

فهرست منابع

: 1-ترقی‏نژاد،امیر.روابط عمومی و چالش‏های پیش‏رو در پاسخگویی(مصاحبه با هوشمند سفید و لیلا نیرومند)،1383.

2-گروه مشاورین واحد سبز،کتاب جامع روابط عمومی.تهران:انجمن روابط عمومی ایران،1381.

3-رسول اف،رامین.تحقیقات روابط عمومی،«آسیب‏شناسی روابط عمومی در شهرستان‏ها»-سال پنجم،شماره 22 و 21، فروردین 1383.