آسیب شناسی مدیریت روابط عمومی در ایران

ترقی نژاد، امیر

امیر ترقی نژاد بی‏تردید مدیریت روابط عمومی در کشور ما با مسائل عدیده‏ای‏ مواجه است که در نهایت مانع عملکرد موثر روابط عمومی می‏شود. مدیریت روابط عمومی،یک موضوع کلیدی در تحرک بخشی به‏ روابط عمومی آرمانی است.بر این اساس تا زمانی که جایگاه‏ بایسته‏ای در ائتلاف حاکم بر سازمان منظور نشود در واقع سکان‏ روابط عمومی را به دست ناخدایانی سپرده‏ایم که احتمال دارد هر آن روابط عمومی را در مسیر انحرافی به ورطه هلاکت هدایت‏ کنند.

«محمود ترابیان»عضو هیات مدیره انجمن روابط عمومی ایران‏ بر این عقیده است که اگر مدیریت سازمان از روابط عمومی حمایت‏ کند و مدیریت روابط عمومی واجد شرایط لازم باشد می‏تواند زمینه را برای کامیابی سازمانی فراهم سازد.

وی با اشاره به این مسئله که اکثریت مدیران روابط عمومی‏ کشور فاقد دانش تخصصی و تجربه کافی برای انجام این کار هستند،اظهار می‏دارد:مدیر روابط عمومی باید ذوقی برای مدیریت‏ داشته باشد و بتواند به عنوان یک فرد متخصص و دانش آموخته‏ که دارای تجربه و استقلال رأی،شایستگی،دانش فنی،مهارت‏ و قابلیت است عمل نماید.

به باور ترابیان،مهمترین موانع و کاستی‏ها بر سر راه مدیریت‏ روابط عمومی؛ضعف سیستم آموزشی روابط عمومی،مبهم بودن‏ وظایف روابط عمومی،عدم تخصص لازم در نزد مدیران روابط عمومی،عدم وجود نظارت صحیح انتخاب مدیران،ضعف‏های‏ ساختاری و تشکیلاتی،عدم امنیت شغلی مدیران و مشخص نبودن‏ مرز بین تبلیغات،اطلاع‏رسانی و روابط عمومی است.

«لیلا نیرومند»مدرس رشته روابط عمومی می‏گوید:انتخاب‏ و انتصاب مدیر روابط عمومی بر اساس توانایی حرفه‏ای صورت‏ نمی‏گیرد.

وی می‏افزاید:اگر استقلال و شایستگی به سیستم مدیریت‏ روابط عمومی در ایران بازگردانده شود،نارسایی‏ها و مشکلات‏ رفع خواهد شد.اما هوشمند سفیدی مدیر مسئول نشریه تحقیقات‏ روابط عمومی،معتقد است:کمبود متخصصان رشته‏ روابط عمومی و عدم شناخت مدیران بالا دست سازمان از کارآمدهای روابط عمومی از جمله مواردی است که باعث شده‏ مدیران روابط عمومی در کشور با چالش های فراوانی مواجه شوند.

میرزا بابا مطهری نژاد مدیر مسئول ماهنامه روابط عمومی‏ هم می‏گوید:اگر مدیران ارشد سازمانها و ادرات به اهمیت‏ روابط عمومی و افکار عمومی واقف شوند،به طور حتم مدیران روابط عمومی با مشکلات کمتری مواجه می‏شوند.

به عقیده وی،مدیران باید بیشتر نسبت به اهمیت و حساسیت‏ حرفه روابط عمومی آگاهتر شوند.

زهرا آزادیان کارشناس ارشد علوم ارتباطات نیز با اشاره به اینکه‏ باید به تخصص‏گرایی و تجربه در پست مدیریت روابط عمومی بیشتر توجه شود،اظهار می‏دارد:انتخاب مدیران روابط عمومی باید با ضابطه صورت گیرد نه رابطه.

به هر حال،اکنون بیش از هر زمان دیگری،ضرورت توجه به‏ جایگاه،نقش و مسئولیت روابط عمومی در مراکز دولتی و غیر دولتی‏ احساس می‏شود که اگر جایگاه نامناسب روابط عمومی در تشکیلات‏ سازمان‏ها،فقدان ضوابط قانونی برای انتخاب مدیر روابط عمومی و ضعف در نفوذ به درون ائتلاف حاکم بر سازمان برطرف گردد مدیران‏ روابط عمومی در کشور یک گام به جلو حرکت خواهند نمود.