



# فرصت‌سازی و فرصت‌سوزی در روابط عمومی

مجموعه نشریات

مقدمه:

پس از مطالعه اظهارات مدیرمسئول محترم ماهنامه در شماره گذشته (۵۲ و ۵۳) و خوشحالی و خرسندی ایشان از پیامدهای خوشایند در حوزه روابط عمومی و پس از بیانات مقام معظم رهبری درخصوص عملکرد روابط عمومی، متوجه نگرانی‌هایی هم در کلام ایشان شدم و دغدغه جدی ایشان را در این رابطه احساس کردم. به همین جهت حقیر با قلم شکسته خود مطالبی را نوشتم که اگر تحریریه مناسب و صلاح دید در شمارگان بعدی ماهنامه به چاپ برساند.

## نگاهی دیگر به مقوله روابط عمومی در ایران

مغزهای بزرگ درباره افکار حرف می‌زنند، مغزهای معمولی درباره وقایع حرف می‌زنند و مغزهای کوچک درباره افراد حرف می‌زنند.»

پس از بیانات اخیر مقام معظم رهبری در جمع مدیران اجرایی کشور و تأکید معظم‌له مبنی بر اطلاع‌رسانی بهتر روابط عمومی‌ها، امید تازه‌ای در دل‌های نگران افرادی که دلسوز آینده روابط عمومی در کشور بودند شکل گرفت و نگاه‌ها به سوی افق‌هایی روشن دوخته شد.

در دو شماره گذشته مقالاتی از طرف مدیرمسئول محترم ماهنامه به چاپ رسید که حکایت از همین موضوع داشت، مقاله‌هایی که می‌شد بارقه‌هایی از امید را در آنها نظاره کرد. اما در عین حال با مطرح کردن چالش‌های پیش رو، دل‌نگرانی‌هایی هم دیده می‌شود که اگر هرچه سریع‌تر چاره‌ای اندیشیده نشود چه بسا فرصت بدست آمده از دست برود.

از جمله نگرانی‌های مطرح شده از طرف مدیرمسئول محترم در شماره ۵۳ مجله، ضعف نیروی انسانی کارآمد در مدیریت و بدنه کارشناسی روابط عمومی بود.

همان طور که در تعاریف مدیریتی آمده است، یکی از مباحث برجسته در روابط عمومی پرداختن به اهمیت نقش کارشناسی و ویژگی‌های یک کارشناس کارآمد در روابط عمومی است.

اصولاً در ترکیب نیروی انسانی هر سازمان سه گروه کارمندان ساده- کارشناسان و مدیران قابل شناسایی هستند.

کارشناسان نقشی مهم و حیاتی در تحقق اهداف سازمان دارند، چراکه آنها بار اصلی کار گروهی را به دوش می‌کشند و حتی درنهایت می‌بایست بخشی از سنگینی وظایف مدیریت را نیز متحمل شوند. به طور کلی کارشناس در مجموعه نیروی انسانی هر سازمان نقش اساسی را اجرا می‌کند.

## سه وظیفه اصلی یک کارشناس روابط عمومی:

۱- تولید اطلاعات و انعکاس آن به مخاطبین

۲- ایجاد تصویری مثبت از سازمان

۳- معرفی خدمات و کالاهای سازمان

## و اما کارشناس روابط عمومی باید مهارت‌های ضروری زیر را داشته باشد:

- توانایی پرداختن به مسائل مختلف تجزیه و تحلیل افکار عمومی و در مجموع داشتن توانایی در بررسی و تفکر عملی.

- کارشناس روابط عمومی برای توفیق در انجام وظایف محوله و ایفای نقشی موثر در روابط عمومی سازمان متبوع خود باید ویژگی‌های متنوعی را دارا باشد.

این ویژگی‌ها به دو دسته تقسیم می‌شوند.

الف- ویژگی‌های خاص و اکتسابی (اصلی)

ب- ویژگی‌های عمومی و ذاتی (فرعی)

## الف- ویژگی‌های خاص و اکتسابی کارشناس روابط عمومی شامل:

۱- مهارت‌های علمی، ۲- احساس مسئولیت اخلاقی، ۳- داشتن آگاهی‌های به روز، ۴- توانایی سازمان‌دهی افکار و آگاهی‌ها، ۵- قدرت نویسندگی، ۶- آشنایی با علوم اجتماعی، می‌شود.

## ب- ویژگی‌های عمومی و ذاتی کارشناس روابط عمومی

۱- استعداد مدیریت، ۲- داشتن شور و هیجان، ۳- استعداد دگرگونی مثبت، ۴- فرصت‌جویی‌های آگاهانه، ۵- کارآفرینی، ۶-

بهره هوشی بالا، ۷- کنجکاوی، ۸- سرزنده بودن، ۹- شوخ‌طبعی و بذله‌گویی، ۱۰- داشتن بیان خوب و ۱۱- ظاهری مناسب را دربرمی‌گیرد.

باتوجه به موارد ذکرشده بالا و نگرانی‌های موجود در مورد ضعف نیروی کارآمد در بدنه کارشناسی روابط عمومی پیشنهاد می‌گردد،

هرچه سریع‌تر با معرفی یک متولی (باتوجه به افراد برجسته و باتجربه عضو در انجمن روابط عمومی ایران) کمیته‌ای از درون

انجمن تشکیل شده و به جمع‌آوری آمار و اطلاعات جامع و دقیقی از تمامی کارشناسان روابط عمومی نهادها، سازمان‌ها، ادارات و

شرکت‌های دولتی و غیردولتی سرتاسر کشور و تهیه بانک اطلاعات جامعی از ایشان، و درنهایت با یک برنامه‌ریزی دقیق و مدون

به ارائه آموزش‌های مهارتی و کاربردی در جهت ارتقای سطح تخصص و کارایی آنان اقدام نماید. باشد تا با فرصت‌سازی‌های

آگاهانه از فرصت‌سوزی‌ها جلوگیری نماییم.

۹  
روابط عمومی

شماره ۴۴ - بهار و تابستان ۱۳۹۴ - فصل پنجم - شماره ۹