

مقاله

وفاداری به اصول روابط عمومی

بهمن توکلی فرد

btavakolifard@yahoo.com

اگر روابط عمومی ها بخواهند تأثیر گذار باشند، باید در رأس آنها مدیری لایق، متین و کارآمد وجود داشته باشد که بتواند با به کار گماری کارگزارانی با مهارت منشأ اثر در جهت تحقق اهداف سازمانی باشد

از نوع روابط عمومی است که فعلاً در این مطلب به آن نمی پردازیم، ولی به عنوان پیشنهاد ارزیابی نتایج و کارکردهای این همایش هاست که واقعاً باید مورد توجه قرار گیرند. اینکه برگزاری این همایش ها تا چه حد مفید بوده و اینکه تأثیراتشان چه بوده هر کدام می تواند به موقع خود مورد ارزیابی قرار گیرد. ثمرات این گونه نشست ها که باید روابط عمومی ها به آن توجه کنند این است که علاوه بر طرح نوآوری، توانایی افراد را هم ارتقاء ببخشد. خوب است که تنها به شکل تجاری به این همایش ها نگاه نکنیم و فضای رقابت صحیح و مشروع و سالم را باز نگاه داریم. حجم فعالیت ها در هر زمینه نمی تواند ملاک انتخاب باشد بلکه تأثیرگذاری آن بر جامعه و هدایت افکار عمومی در جهت هدف موثرتر است.

امید آنکه موارد فوق در کانون توجه برگزارکنندگان و انتخاب کنندگان روابط عمومی قرار گیرد و شأن این حرفه را با حرکات سمبولیک پائین نیاورند و روابط عمومی ها هم سعی کنند خود را ارتقاء دهند و سازمانشان را پویا کرده و از پیچیدگی برهانند و خدمت به مدیریت را، نه به مدیر، سرلوحه کارشان قرار دهند تا با فطرت اجتماعی و پذیرش حضور دیگران و نفی اهداف شخصی، به اهداف سازمانی دست یابند.

پایان سخن آنکه اگر انتقال کارها به افکار عمومی انجام نشود، روابط عمومی کار نکرده است.

در بیان اهمیت روابط عمومی، گفته دکتر «حمید نطقی» پدر علم روابط عمومی در ایران را نباید از نظر دور داشت که «یک روابط عمومی خوب همیشه نزد مدیر سازمان خود، مدعی العموم و نزد مردم، مدافع سازمان است.» اما به نظر می رسد که همه روابط عمومی ها آن گونه که مورد انتظار این فن و علم ارتباطی است همیشه به شعارهای اساسی این حرفه مانند مردمداری، اطلاع رسانی و ... پایبند نیستند و احتمالاً آنها را در صحنه عمل رعایت نمی کنند و بیشتر به فکر گرفتن لوح و تندیس اند!

این در حالی است که نهاد روابط عمومی به مرور زمان و بدون اینکه خدشه ای به شعارها و اصول حرفه ای آن وارد شود، مثل بسیاری از وسایل امروزی مثلاً وسایل مختلف ارتباط جمعی، از پیشرفت های علمی و فناوری های نوین، به ویژه فناوری های تازه ارتباط جمعی نوین نیز بهره مند شده است تا آنجا که در این مسیر امروزه از آن به عنوان روابط عمومی الکترونیک یاد می شود.

ولی از منظر کارشناسان و صاحب نظران این رشته و حرفه علمی و هنری، روابط عمومی واقعی آن است که با وجود همه پیشرفتهایی که در فناوری های ارتباطی به وجود می آید، هیچ گاه از شعارها و اصول حرفه ای و متعارف این شغل غافل نشود و در رعایت آنها از خود کم توجهی و قصور نشان ندهد و بیش از پیش نسبت به آنها وفادار باقی بماند.

نکته ای که اینجا قابل ذکر است نقش و کارکرد و همایش ها آن هم