



عبدالحسین پارسا

به چالش کشانده و آنرا بی محتوا بشمارند، اما به راستی روابط عمومی، نیاز به آموزش داشته و اکتسابی است؟

اینکه کارکنان سازمانها در طول دوران خدمت به جهت روز آمد شدن و آشنایی با تغییرات اجتماعی، اداری و سیاسی میبایستی همواره از کلاسهای آموزشی حین خدمت و همایش های علمی، تخصصی بهره جویند امری اجتناب ناپذیر بوده و بر کسی پوشیده نیست که این دوره ها می توانند ضمن ارتقاء سطح علمی کارکنان موجبات تعالی سازمانی را فراهم سازند و بالتبع روابط عمومی ها نیز هرگز نمی توانند از این موضوع مستثنی باشند اما مسئله اساسی این است که روابط عمومی به غیر از این که علم است، فن و حرفه نیز هست و به جهت به کارگیری آن و چگونگی ارتباط موثر نیاز به آموزش مداوم دارد. این موضوع امری بدیهی است اما مهم تر از همه اینها این است که بدانیم روابط عمومی در اصل، عشق و عاطفه و صداقت و راستی و مهربانی است که باید عجبین در نهاد باشد و هیچ فردی در هیچ کجای پهنه گسترده گیتی نمی تواند عشق و احساس را به شخص دیگری تزریق کند و او را واکسینه نماید. در روابط عمومی باید عاشقانه با مخاطبین ارتباط برقرار نمود، با علاقه وافر با هم نوع تفاهم ایجاد کرد و تلاش نمود تا تعامل با دیگران صادقانه باشد. روابط عمومی به صورت دستوری و فرمولی هیچگاه راه در دل و جان دیگران نخواهد یافت و باید از دل پاک برخیزد تا لاجرم بر دل نشیند و مطمئن باشیم که اگر عاشقانه و صادقانه به این حرفه مقدس بنگریم و به آن عمل نمائیم و آنرا صرفا تلاشی از سر وظیفه ندانیم و این عشق از سر خلوص و ارادت را به مخاطبین چه درون و چه برون سازمان تقدیم نمائیم، بلاشک در سازمان واحدی شاداب و بشاش می شود که کل سازمان از جمله مدیران ارشد سازمانی نیز از آن منتفع می گردند نه اینکه در صد حذف آن بر آیند بلکه با یاری پذیری از کارگزاران روابط عمومی در جهت گسترش سازمان و ارتقاء سطح کیفی و کمی آن تلاش خواهند نمود.

مدت زمانبست که در پی برگزاری هر گونه نشست علمی، جلسات عمومی و خصوصی و یا کلاسهای آموزشی با محوریت روابط عمومی برخی از مدیران و کارکنان ارشد این حوزه با مراجعه به اساتید این فن این موضوع را مطرح می کنند که مدیران ارشد سازمانهای اکثرا دولت محور، روابط عمومی را واحدی منفعل، مغفول از جریان روزمره اداری و مجموعه ای ناکارآمد و هزینه بر تلقی نموده و به همین علت تلاش می نمایند تا با به حاشیه راندن این واحد و ادغام آن در سایر بخش های گاه نامتجانس، این واحد مردم محور را از استقلال در چارت سازمانی محروم نموده و آن را به صورت یک بخش خدماتی آذین بند و پوستر چسبان تبدیل نمایند. لذا کارکنان و کارگزاران این حوزه خواهان حضور در کلاسهای آموزشی علمی، تخصصی روابط عمومی و یا شرکت در همایشهای علمی با نام روابط عمومی می گردند تا بتوانند با بهره گیری از کلاس درس اساتید و یا تجربیات متخصصین این فن به فرمولی معجزه گر دست یابند که بتوان با به کارگیری و اجرای آن نگرش مدیران ارشد سازمانی را تغییر داده و با برون رفت از این معضل جایگاه واقعی خود را بازیابند و در چنین موقعیتی است که برخی از یاران آشنا با مفاهیم اصلی روابط عمومی هر از گاهی تلاش می نمایند تا با به کارگیری کلمات و جملات پر طمطراق صرفا با اهداف مادی همایش هائی را تحت عناوین مختلف روابط عمومی تشکیل داده و تلاش می نمایند با ترغیب کارکنان واحدهای روابط عمومی سازمانها این مسئله را اینچنین القا نمایند که شرکت در اینگونه همایشها و بهره جویی از مباحث دانشمندان داخلی و خارجی آن می تواند آنها را در دسترسی به اهدافشان که همانا نحوه ترغیب روسا به جای مخاطبین است موفق گرداند و همین مسئله موجب می گردد که پس از شرکت در همایش و یا کلاسهای آموزشی و عدم دستیابی به فرمول معجزه گر چگونگی برقراری ارتباط موثر با مدیران راس سازمان معترضانه توانائی کلیت اساتید این علم را