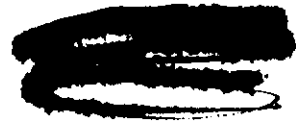


واحد ارتباطات مردمی شروع از نقطه صفر

«قسمت دوم»



دیدگاه صاحب‌نظران و دانشجویان

گزارش از میزبه بهارلو - سیده جعفری



سوالات گزارش، سخت ذهنمان را در تصرف خود گرفته بود در تمام روز و در همه کارهای روزمره ردپایی از این سوالات و پاسخ‌های احتمالی آن را می‌جستیم کتابهای روابط عمومی یکی پس از دیگری ورق می‌زدیم تا گره را بیابیم و در جست‌وجوی فرمولی برآئیم که گره را بگشاید. در یک لحظه جرقه‌ای در ذهنمان روشن شد. چرا مردم را فراموش کردیم؟ مردم خود کتابی گویا برای پاسخ به سوالاتی‌اند که برای ما مبهم است آماده شدیم و به سراغ یکی از سازمانهای بزرگ شهرمان رفتیم. در گوشه‌ای ایستادیم تا به‌عنوان ناظری بی‌طرف در مسند قضاوت بنشینیم. ناگهان فردی را مشاهده کردیم که غمگین و افسرده از سازمان خارج می‌شود در این لحظه احساس کردیم این بهترین سوژه برای گزارش است. آرام، آرام به جلو رفتیم و با او شروع به صحبت کردیم، ایشان را به آرامش

دعوت کردیم او بدون اینکه از ما سؤال کند کیستیم سفره دل خود را برای ما باز کرد:

چند روزی است برای حل یکی از مشکلات خود به این اداره مراجعه کرده‌ام و به من گفته شده است که باید به واحد ارتباطات مردمی مراجعه کنم. البته ناگفته نماند که در روز اول برای پیدا کردن واحد ارتباطات مردمی در این اداره مشقات بسیاری متحمل شدم و وقت زیادی را صرف کردم تا ساختمان روابط عمومی را پیدا کنم چون نام و نشانی از آن ساختمان در این اداره نیست.

پیدا کردن ساختمان روابط عمومی تازه شروع مشکل بود چون در آن ساختمان تابلو راهنمایی حاکی از اینکه واحد ارتباطات مردمی در کدام طبقه قرار دارد وجود نداشت.

ارتباطات مردمی در کدام طبقه قرار دارد. و مشکل بعدی این بود که در هیچ طبقه‌ای علامتی از اینکه طبقه چندم است و بالای سر در اتاقها نشانی از اینکه اتاق چه واحدی است نبود.

بالاخره با جستجوی فراوان توانستم طبقه و اتاقی که واحد ارتباطات مردمی قرار داشت پیدا کنم و در روز اول مراجعه خود به این اداره بیشتر وقت خود را صرف پیدا کردن این واحد کردم. ولی از اینکه مشکلم حل خواهد شد خوشحال هستم.

مشکل را برای آنان مطرح کردم و آنها قول دادند که هرچه زودتر جواب نهائی را برایم از مقامات بالا بگیرند و مشکلم را حل کنند و چندین روز است که در

رفت‌وآمد به این سازمان هستم بدون اینکه در حل مشکلم تأثیری بگذارد یا وضع را بهتر کند و هر روز کار را به فردا موکول می‌کنند.

در این موقع ذهنمان سخت آشفته می‌شود که چرا اینهمه ضعف و کاستی در روابط عمومی باید باشد و چرا واحد ارتباطات مردمی (در یک کشور مردمی) به مسئولیت واقعی خود عمل نمی‌کنند.

سازمانها، نهادها و شرکتها همواره باید بکوشند که از دروازه‌ای عبور کنند که پشت آن نگرشهای مخاطبان چنان رودخانه‌ای خروشان درگذر است. روابط عمومی‌ها باید از دروازه‌های بسته هراس داشته باشند و به تکاپوهای عبث نپردازند.

راز آنها در این است که به خوبی بدانند چگونه پیام صحیح و درست را از راه درست و صحیح به مخاطب صحیح برسانند. روابط عمومی‌های قوی و کارآزموده ابتدا به درستی کار فکر نمی‌کنند، هدف آنها کار درست است. روابط عمومی خوب پیوسته تلاش می‌کند تا کار درست را به درستی انجام دهد اما چگونه؟

در شماره پیش به نقش واحد ارتباطات مردمی پرداختیم و اهمیت آن را در ارتباطات درون‌سازمانی و بیرون‌سازمانی و اشکال مختلف ارتباطات مردمی و مشکلات و مسائل موجود را مورد بررسی قرار دادیم در این شماره به اهمیت واحد ارتباطات مردمی در یک سازمان و نحوه عملکرد واحد ارتباطات مردمی ایده‌آل می‌پردازیم. بر این اساس گفت‌وگو با

سازمان می‌تواند اقدامات مؤثری انجام دهد.

مثلاً در نهاد سیاسی مثل دفتر ریاست جمهوری ما به واحد ارتباطات مردمی نیاز داریم زیرا مردم باید مستقیماً با این دفتر ارتباط برقرار کنند تا رئیس‌جمهور از روند دگرگونی افکار مطلع باشد تا بتواند نحوه عملکرد سیستم اجرائی خود و سازمانهای ذیربط خود را کنترل کند.

وی می‌گوید: در بعضی از موارد مردم روند درست جریان امور را نمی‌دانند که باید به چه کسی مراجعه کنند. در این گونه موارد روابط عمومی‌های مختلف باید برای مردم آگاهی بخش باشند و مردم نیز از اینکه می‌بینند، می‌توانند با رئیس سازمان موردنظر ارتباط برقرار کنند راضی می‌شوند و از جنبه روحی هم برای مردم نقش مثبتی خواهد داشت.

نقش واحد ارتباطات مردمی در یک نهاد سیاسی مثل دفتر ریاست جمهوری دو اهمیت اساسی دارد.

اول - کنترل افکار عمومی به منظور کنترل روند انجام امور سیستم اجرائی دوم - ایجاد یک مجرا برای ارتباطات مردم با رئیس‌جمهور

همین واحد ارتباطات مردمی در یک شرکت تجاری یک نقش مشابه دارد. افکار مردم را جمع‌آوری می‌کند و مورد تجزیه و تحلیل قرار می‌دهد و نتایج آنها را به شکلی مختصر و خلاصه شده در اختیار مسئولین مربوطه می‌گذارد.

نتیجه‌گیری اساسی که وی به آن تاکید کرد این بود که اولاً واحد ارتباطات مردمی یکی از کارکردهای اقتضائی

یسا **Public Relation** واژه عام‌تر و گسترده‌تر است و روابط عمومی اعم از ارتباطات مردمی می‌باشد.

بعضی از روابط عمومی‌ها بر حسب شرایطشان لازم است واحد ارتباطات مردمی داشته باشند و بعضی از روابط عمومی‌ها لازم نیست که چنین واحدی را داشته باشند.



در روابط عمومی سازمانهایی که مستقیماً با مردم سروکار دارند وجود واحد ارتباطات مردمی لازم و ضروری است.

اینک دامنه انتظار است از روابط عمومی به تقویت رضایت عمومی از نظامهای سیاسی و افزایش درجه مشروعیت آنها، جلب مشارکت مردم در امور و ایفای نقش مؤثر در بحرانهای اجتماعی افزایش یافته است.

وی به این نکته نیز اشاره کرد: در اینگونه روابط عمومی، افکار عمومی مردم مستقیماً برایشان مهم است، که یا از جهت انگیزه‌ای و یا از جهت انگیزه‌ای اهمیت دارد. از جهت انگیزه‌ای یعنی اگر افکار مردم به شکل خاصی تغییر کند به نفع سازمان آنها خواهد بود، اما از جهت انگیزه‌ای یعنی تغییرات موجود در افکار عمومی با آنچه که در افکار عمومی مطرح است اگر به اطلاع سازمان برسد

استادان دانشگاه و دانشجویان و صاحب‌نظران این رشته و مجموعه‌ای از دیدگاه‌های مختلف را در این زمینه پیش روی ما نهاد.

اهمیت واحد ارتباطات مردمی در روابط عمومی‌ها

روابط عمومی در عصر کنونی که عصر اطلاعات نام گرفته، تحول عظیمی را پشت سر گذاشته و مسئولیت‌ها و کارکردهای ویژه‌ای یافته است. گرچه در گذشته بیشترین انتظار از روابط عمومی، بازاریابی بود، لیکن اینک دامنه انتظارات از روابط عمومی به تعمیق رضایت عمومی از نظام‌های سیاسی و افزایش درجه مشروعیت آنها، جلب مشارکت مردم در امور و ایفای نقش مؤثر در بحران‌های اجتماعی افزایش یافته است. بی‌تردید، انجام این ویژه کارها توسط روابط عمومی محتاج آموزش، تأمین امکانات، تجهیزات و اعتبار مالی متناسبی است که در کشور ما هنوز به آن توجه بایسته و شایسته‌ای نشده است.

«دکتر محمدعلی الستی» مدرس رشته روابط عمومی در این زمینه می‌گوید: ارتباطات مردمی از چند دید قابل بررسی است. بعضی از سازمانها به غلط **Public Relations** را ارتباطات مردمی تعبیر می‌کنند.

یعنی آنچه که باید روابط عمومی باشد، ارتباطات مردمی می‌گویند. ولی واژه **Public Communication** شاید ارتباطات مردمی بیشتر معنا دهد و روابط عمومی

روابط عمومی است.

زیرا روابط عمومی‌هایی می‌توانند این واحد را داشته باشند که سازمان متبوعشان مستقیم با مردم در تماس باشند و طبیعتاً سازمانهای تجاری، فرهنگی و سیاسی از واحد ارتباطات مردمی بی‌نیاز نیستند چون در هر سه دسته از سازمانها نیاز وجود دارد که با مردم تماس داشته باشند.

در هر سه دسته سازمانهایی را نیز داریم که با مردم ارتباطی ندارند بلکه ارتباط واسطه‌ای بین دو سازمان دیگر دارند این سازمان طبیعتاً واحد ارتباطات مردمی نیاز ندارد.

دکتر السستی می‌گوید واحد ارتباطات مردمی وظایفی را انجام می‌دهد. اولین مسئله میزان دریافت نظرات مردم و انتقال نظرات داخل سازمان در واحد ارتباطات مردمی به مراتب شدیدتر و بیشتر از انتقال نظرات سازمان به مردم است. یعنی واحد ارتباطات مردمی بیشتر یکسویه عمل می‌کند.

دومین مسئله این است که گیرایی اطلاعات مردمی بیشتر از دهنده‌گی اطلاعات نمود پیدا می‌کند.

بدین ترتیب ارتباطات مردمی بمنزله چشمهای یک سازمان عمل خواهد نمود. پائولامارانتزکوهن* در درسنامه روابط عمومی* به این نکته اشاره دارد: روابط عمومی به اجتماع پیچیده و کثرت‌گرای ما کمک می‌کند تا از طریق مشارکت در تفاهم متقابل بین گروهها و موسسات به اتخاذ تصمیمات مؤثرتر برسند و کارکردهای بیشتری داشته باشند: روابط عمومی موجبات هماهنگی بین

سیاستهای فردی و عمومی را فراهم می‌کند.

روابط عمومی به مؤسسات متنوع و گوناگونی در جامعه از جمله به مؤسسات تجاری، اتحادیه‌های بازرگانی، سازمانهای دولتی، و... خدمت

**واحد ارتباطات
مردمی به منزله
چشمهای یک
سازمان عمل
می‌کند**

می‌کند. این مؤسسات برای تحقق هدفهای خود باید با مخاطبانشان از جمله: مشتریان، اعضا، سهامداران، کارمندان و کارگران، جوامع محلی،

**دفتر ارتباطات
مردمی منعکس‌کننده
خواستها، نیازها،
گفته‌ها و آرزوها و
واکنشهای مجموعه
بیرونی به درون
مجموعه است.**

مؤسسات دیگر و با تمامی جامعه رابطه شمربخش برقرار کنند. مدیران برای دست‌یافتن به هدفهای مؤسسات خود باید گرایشها و علاقه‌مندیهای مخاطبانشان را شناسایی کنند. هدفهای هر مؤسسه را براساس محیط خارجی آن مؤسسه قالب‌ریزی می‌کنند.

کارشناسان روابط عمومی وظیفه مشاور و روابط بین مدیران و مخاطبان مؤسسه را برعهده دارند و به مدیران کمک می‌کنند تا هدفهای خصوصی مؤسسه به سیاستها، خط‌مشی‌ها و اقدامات منطقی و مورد قبول همگان تبدیل شود.

وظیفه واحد ارتباطات مردمی به عنوان بخشی از مسئولیت روابط عمومی سازمان عبارتست از:

۱- پیش‌بینی، تحلیل و تفسیر افکار عمومی، گرایشهای ذهنی و مسائلی که ممکن است به نحو مطلوب یا نامطلوب بر عملیات و طرحهای سازمان تأثیر بگذارد.

۲- بررسی، هدایت و ارزیابی برنامه‌های اجرایی و ارتباطی که برای دستیابی به تفاهم مخاطبان و تحقق هدفهای سازمان ضروری است.

«دکتر محمدعلی طوسی» عضو هیئت علمی مرکز آموزش مدیریت دولتی در همایش جهاد سازندگی به این نکته اشاره کرد: «روابط عمومی دارای تعریفی کهنه و نو است. تعریف کهنه روابط عمومی آن بوده است که مسائل و قضایای سازمانمان را به مردم عرضه کنیم؛ یعنی دیگران را از درون سازمانمان مطلع کنیم. اما تعریف امروز این است که روابط عمومی بیرون را برای درون تفسیر کنیم.

یعنی چیزی پدید می‌آورد که «بازخورد» نامیده می‌شود. دفتر ارتباطات مردمی منعکس‌کننده خواستها، نیازها، گفته‌ها و آرزوها و واکنشهای مجموعه بیرونی به درون مجموعه است که با بیرون ارتباط

دانشگاههای رشته روابط عمومی ضروری می‌دانست.

او در خصوص اهمیت این واحد اشاره کرد: در هر سازمانی این واحد ضروری و دارای اهمیت خاص است تا از این طریق سازمان دارای کارآیی بالایی باشد و تمام واحدها در کنار هم فعالیت داشته باشند بعنوان مثال برای ساخت یک ساختمان باید تمام مصالح در کنار هم باشد تا بتوان ساختمانی را بنا کرد.

«زهرا لطفی‌زاده» دانشجوی سال چهارم رشته روابط عمومی در خصوص عملکرد واحد ارتباطات مردمی در یک سازمان اعتقاد دارد:

۱- این واحد می‌تواند از نظرات، پیشنهادهای و انتقادات مردم در بهبود و

تک دانشجوی وجود واحدی به نام تکنیک ارتباط با مردم در واحدهای دانشگاهی بسیار ضروری است.

پیشبرد خدمات خود استفاده کند
۲- مردم را از خدمات انجام شده سازمان آگاه کند.

۳- واحد ارتباطات مردمی اگر برخورد خوب و صمیمانه‌ای با مردم داشته باشد خود باعث جلب اعتماد آنان می‌شود. وی می‌گوید: واحد ارتباطات مردمی در سازمانهای مختلف وجود ندارد و مسئول روابط عمومی‌ها هنوز با وظایف و دامنه‌کاری خود آشنایی کامل ندارند و روابط عمومی در ادارات بیشتر جنبه تشریفاتی دارد.

در شماره آینده درباره واحد ارتباطات مردمی آرمانی سخن خواهیم گفت.

کارشناسان متخصص در این واحد، عدم آگاهی از اهمیت این واحد در پیشبرد اهداف یک سازمان و بی‌توجهی بعضی از مدیران روابط عمومی می‌داند که در عین اهمیت فوق‌العاده این واحد آن را برای سازمان خود ضروری نمی‌دانند. وی در خصوص اهمیت واحد ارتباطات مردمی می‌گوید: همانطور که می‌دانیم



یک سازمان چه خصوصی و چه دولتی دارای ارتباط متقابل با مردم است و جویا شدن از نظرات و انتقادات مردم می‌تواند به پیشبرد اهداف سازمان کمک مؤثری نماید.

«اخترمقدم» سال چهارم رشته روابط عمومی می‌گوید: واحد ارتباطات مردمی در سازمانهای مختلف تا حدودی فعالیت می‌کند زیرا در اکثر سازمانها واحد ارتباطات مردمی وجود دارد ولی این ظاهر امر است و در باطن هیچ توجهی به این واحد ندارند و کارآیی لازم آن را دارا نیستند. و وجود واحدی به نام تکنیک ارتباط با مردم را در واحدهای

دارد. وظیفه سنگین روابط عمومی، پدید آوردن مفهومی به نام «همسویی» است. هر قدر همسویی بیشتر باشد، قدرت انتقال و دریافت پیام بیشتر می‌شود. در این خصوص نخست باید تفکر مشترکی بین ارسال‌کننده پیام و مخاطب به وجود آید.

در روابط عمومی باید تلاش بر این باشد که زمینه‌سازی برای همسویی میان کسانی که از خدمات بهره‌مند می‌شوند با سازمانی که خدمات را ارائه می‌دهد، فراهم شود، تا همسویی، انتقال پیام و دادوستد، اندیشه را پیروارند.

«فریبا جعفری» سال دوم رشته روابط عمومی با اشاره به این نکته که در محتوای درسی واحدهای دانشگاهی رشته روابط عمومی برای تکنیک ارتباط با مردم اهمیت قائل نیستند و همانطور در سازمانهای مختلف هم توجه زیادی به این واحد نمی‌شود و علت ضعف واحد ارتباطات مردمی را عدم وجود