

امور همگانی و روابط عمومی

● رضا حیدری رییس اداره روابط عمومی دانشگاه علم و صنعت
● مهین عباسلو کارشناس روابط عمومی

بسیاری از تحقیقاتی که در کشورهای اروپایی انجام شده و برخی از اطلاعات مهمی که توسط کنفدراسیون اروپایی روابط عمومی (کلیه اعضای کنفدراسیون) به دست آمده، نشان دهنده آن است که بالاترین میزان رشد حرفه روابط عمومی مربوط می‌شود به امور همگانی، روابط داخلی، روابط با مشتری، روابط مالی و روابط عمومی که با مسایل محیطی در ارتباط است.

در عین حال روابط عمومی در شرایط بحرانی و رکود از هر نوع که باشد باید قوی‌تر ظاهر شود تا اینکه صرفاً به کار تبلیغ در وسایل ارتباط جمعی بپردازد که امروزه سهم آن در بودجه ارتباطی شرکت در بسیاری از کشورهای اروپایی رو به کاهش است.

بدین ترتیب ضرورت وجود روابط موثر و کارآمد بین یک شرکت، یک سازمان و دولت بیشتر مشخص می‌شود به این معنا که پیچ کار و تجارتي که از فرآیندهای سیاسی خود را کنار کشیده باشد موفق نخواهد بود و مسایل دولتی بر فعالیت شرکت‌ها تاثیرگذار هستند.

بازار اتحادیه اروپا در سال ۱۹۹۲ خود متوجه ضرورت افزایش تخصصی شدن امور همگانی و خواهان این مساله می‌شود. بنابراین مراحل و روش‌های مختلفی که لازمه یک مدیریت موفق است باید در کلیه امور همگانی که به نحوی با مسایل مربوط به عموم درگیر است از جمله دولت، مجلس، قدرت‌های محلی و کارکنان دولتی به روش مناسبی بکار گرفته شود.

لازمه کار روابط عمومی توانایی تجزیه و تحلیل مسایل مربوط به عموم، تشخیص بحران‌ها، برقراری و حفظ روابط با نهادهای مردمی، رعایت کامل و احترام گذاشتن به مسایل و اصل اخلاقی، انتخاب مناسب‌ترین راه برای برقراری روابط، و بالاخره توسعه و مدیریت کلیه برنامه‌های ارتباطی می‌باشد.

به خصوص حرفه روابط عمومی ایجاب می‌کند که برای تاثیرگذاری بر افکار عمومی و بر جامعه در سطح کلی آن به طرق مختلف فعالیت مفید داشته باشد.

به طور کلی وضعیت ارتباطی بر شخص، هر شرکت و هر سازمانی در توانایی‌اش در ایجاد و توسعه ارتباط با مردم چه در داخل و چه در خارج از حیطه کاری مشخص می‌شود.

روابط با مردم در داخل، روابط با مردم در خارج، روابط با مشتری‌ها، با رسانه‌ها، روابط مالی، روابط اجتماعی تمام اینها مربوط می‌شود به "ارتباطات شرکتی" که توسط روابط عمومی اداره می‌شود زیرا تمام اینها فقط به عنوان بخش ویژه‌ای از کل یک مجموعه است که در چارچوب وظایف روابط عمومی جای دارد. بنابراین امور همگانی فقط به عنوان

بخشی از روابط عمومی در نظر گرفته می‌شود. همان طور که توضیح داده شد امور همگانی تنها بخشی از ابعاد مختلف روابط عمومی محسوب می‌شود که صرفاً اشاره‌ای دارد به توصیفی که از عموم توسط دولت، مجلس، قدرت‌های مردمی محلی و نظیر آن ارایه می‌شود.

وقتی کسی اسم روابط عمومی را می‌برد در واقع اشاره‌ای دارد به حرفه‌ای که روش‌ها و تکنیک‌های مناسبی برای مدیریت ارتباطات شرکتی و کلیه نیازهای ارتباطی یک شرکت به کار می‌برد. هنگامی که ما به عنوان کارشناس روابط عمومی به امور همگانی اشاره می‌کنیم منظورمان صرفاً تجربیات حرفه‌ای خاصی است که در واقع بخشی از کارکرد روابط عمومی را تشکیل می‌دهد. بسته به مسایل و یا وسعت یک شرکت و یا یک سازمان ممکن است ایفای امور همگانی به متخصصان خاصی ارجاع شود ولیکن همیشه این بخش در زیر مجموعه سیستم روابط عمومی قرار دارد.

در بسیاری از کشورهای اروپایی گروه‌ها و یا بنگاه‌های متخصص مشاوره در امور همگانی مشغول فعالیت هستند ولی معمولاً برنامه‌های امور همگانی توسط آژانس‌های روابط عمومی اداره می‌شوند که بدین ترتیب درخواست‌های ویژه مراجعان خود را پوشش می‌دهند.

مسئولیت اصلی متخصصان امور همگانی انعکاس مسایل مورد توجه و یا نگرانی‌های یک شرکت و یا سازمان به دولت محلی یا ملی، شهرداری، کارکنان و بخش‌های دولتی و عمومی، به همراه ایجاد یک پروسه ارتباطی دوطرفه بین سازمان و نهادهای مذکور می‌باشد. از دیگر وظایف امور همگانی ایجاد ارتباط با نهادهای صنعتی و یا گروه‌ها و بخش‌هایی است که به نحوی محصولات، تجارت و یا خدمات ویژه‌ای ارایه می‌دهند.

قانون اخلاق و قانون رفتار حرفه‌ای که توسط کنفدراسیون اروپایی روابط عمومی وضع شده است و اتحادیه‌های ملی هم آن را اتخاذ کرده‌اند، باید به طور جدی توسط متخصصان امور همگانی نیز مراعات شوند و جزو وظایف اصلی آنها تعریف شود.

در عین حال، جریان همگرایی در اروپا، تقاضا برای تجارت جهانی، متناسب بودن قانون‌گذاری در هر کشور تمام اینها مستلزم تجزیه و تحلیل تمام جنبه‌های مذکور و همچنین ارایه تعریفی جدیدتر و دقیق‌تر از قوانین رفتار حرفه‌ای می‌باشد که توسط متخصصان امور همگانی قابل اجرا باشد.

تعاریف امور همگانی

برای امور همگانی به عنوان «روابط با هیات‌های عمومی» تعاریف مختلفی از قرار زیر ارایه شده است:

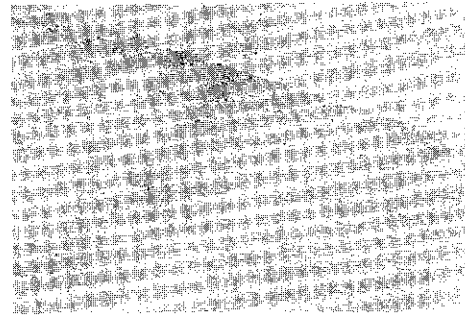
۱) امور همگانی عبارت است از تلاش‌های برنامه‌ریزی شده و مدون یک شرکت برای اجرای وظایف و حقوق خود به عنوان یک شهروند رسمی در سطوح مختلف جامعه و تشویق کارمندان به ایفای حقوق و وظایف خود به عنوان یک شهروند مستقل.

۲) امور همگانی به عنوان یک اصل مهم و اساسی که مردم، امور تجاری، کارگران، موسسات، سازمان‌های خصوصی و دولت در ارتباط با جامعه، اقتصاد، و نیروهای سیاسی درگیر و نگران آنقدر تعریف می‌شود که به طور مستقل و یا با تعامل یکدیگر جامعه را که سیستم تشکیلات آزاد اقتصادی در آن جای دارد، تشکیل می‌دهد.

۳) امور همگانی یک فعالیت متحد است که به منظور اهداف زیر طراحی شده است. الف) بهبود وضعیت تجاری امور مربوط به شرکت تا حدی که این وضعیت ممکن است تحت تاثیر دولت، رهبران فکری و مسایل عمومی قرار بگیرد.

ب) به حداقل رساندن تاثیر نامطلوب دخالت دولت در مسایل اقتصادی و اجتماعی مربوط به شرکت مورد نظر

۴) امور همگانی ارتباط بین یک سازمان را با دولت، کارمندان بخش دولتی، منافع خاص و گروه‌های فشار در تمامی سطوح ملی و فرا اروپایی برقرار می‌سازد.



مضامین اصلی امور همگانی

- به دنبال توضیحات بالا محتوای کلی امور همگانی را می‌توان چنین خلاصه کرد:
- تحلیل و مدیریت روابط با اجتماعات، هیات‌های عمومی و مجامع علمی در سطح ملی و بین‌المللی.
- استفاده از حقوق و تعهدات خود در کشور به عنوان یک شهروند خوب برای یک شرکت و یا سازمان.
- حضور به نمایندگی از شرکت و سازمان موقعیت‌های مختلف تجاری، اقتصادی، اجتماعی و سیاسی.
- نماینده قانونی منافع یک شرکت و یا سازمان در هیات‌های قانون‌گذاری در سطوح مختلف بین‌المللی، ملی، منطقه‌ای و محلی از طریق ارتباطات مناسب.
- سیستم ارتباطی یک شرکت و یا سازمان با هیات‌های عمومی و یا محلی سرکار دارد که امکان دارد بر نتیجه کار تاثیرگذار باشند.
- کلیه فعالیت‌هایی که به منظور آرایه منافع خصوصی شرکت و یا سازمان در رابطه با هیات‌های دولتی و سازمان‌های غیردولتی در سطح بین‌المللی، ملی و یا منطقه‌ای انجام می‌شود.
- نشان دادن مسایل داخلی و فعالیت‌های مناسبی که توسط یک شرکت و یا سازمان انجام گرفته است.
- پروسه به کارگیری بازار مشترک اروپایی که بر برنامه‌ریزی بلند مدت یک شرکت و یا سازمان مثلاً روابط مالی، روابط با مصرف‌کنندگان و روابط داخلی تاثیرگذار باشد.
- مسوولیت حضور و عضویت یک شرکت و یا سازمان در مجامع صنعتی اعم از محلی، ملی و بین‌المللی.

ویژگی‌های کلی متخصصان امور همگانی

- از آنجا که امور همگانی تنها بخشی از جنبه‌های متعدد روابط عمومی می‌باشد، لازم است که یک متخصص امور همگانی راجع به ارتباطات به هم پیوسته جهانی تجربه کافی داشته باشد.
- به علت اهمیت روزافزون ارتباطات به هم پیوسته و رقابتی که صنایع با آن روبرو هستند، یک متخصص امور همگانی باید اطلاعات لازم در مورد سیستم قانونی در سطح ملی و بین‌المللی و زمینه مناسبی راجع به سرفصل‌های مالی و تولیدات شرکت خود داشته باشد.
- یک متخصص امور همگانی باید برای اداره روابط بین افراد از توانایی و فعالیت لازم برخوردار باشد. همچنین باید به فنون ارتباطات اعم از نوشتاری و گفتاری تسلط کافی داشته باشد.
- همچنین لازمه کار یک متخصص امور همگانی برخورداری از صداقت، تفکر صحیح و خلوص نیت در رابطه با شرکت، سازمان و مجامعی که به نوعی با آنها سروکار دارد، می‌باشد.
- بدین ترتیب موثر بودن امور همگانی به طور جدی مربوط می‌شود به صداقت، تفکر صحیح و خلوص نیتی که متخصص امور همگانی از خود نشان می‌دهد.
- عملیات و ارتباطات سازمان هر طور که توسط متخصصان امور همگانی اداره شوند مهم آن است که به صورت باز انجام شوند بدان معنا که موضوع و محتوای آنها به راحتی قابل تشخیص باشند. به طور کلی متخصصان امور همگانی منعکس‌کننده میزان درستی و صداقت کارمندان و یا موسسات عمومی هستند.

منشور اروپایی در مورد امور همگانی

- به منظور اداره موفقیت‌آمیز امور همگانی، قوانین رفتاری مناسبی به طور مدون و متناسب با قوانین اخلاقی و قوانین رفتار حرفه‌ای توسط کنفدراسیون اروپایی روابط عمومی و کلیه انجمن‌های ملی روابط عمومی اتخاذ شده است. در زیر نکات اصلی منشور اروپایی امور همگانی بدین ترتیب خلاصه شده است:

ویژگی‌های کلی

۱) یک کارمند امور همگانی در عملکرد حرفه‌ای‌اش باید صداقت، تفکر صحیح و خلوص نیت از خود نشان دهد. به خصوص نباید اطلاعات و یا نظریاتی را اعمال کند که فکر می‌کند ممکن است نادرست یا گمراه کننده باشند. (بند سه قانون رفتار کنفدراسیون اروپایی روابط عمومی)

۲) کارهای مربوط به امور همگانی باید به صورت واضح و آشکار انجام پذیرد بدین معنا که نباید ابهامی در چگونگی انجام و یا منبع اصلی آن وجود داشته باشد تا طرف مقابل را گمراه نکند. (بند ۴ قانون رفتار کنفدراسیون اروپایی روابط عمومی)

۳) کسی که در بخش امور همگانی فعالیت دارد، باید در رابطه با کارش کلیه جوانب را در نظر بگیرد. او باید با دقت مراقب باشد تا در حرفه‌اش قابل اعتماد باشد و به خصوص نباید هیچ اطلاع محرمانه‌ای را که از ارباب رجوع و یا کارمندان به دست آورده، بروز دهد و یا بدون مجوز ویژه از آنها استفاده کند. اعم از اینکه این اطلاعات را خودش به دست آورده باشد و یا مربوط به گذشته باشد. (بند ۷ قانون رفتار کنفدراسیون اروپایی روابط عمومی)

۴) هر نوع تلاشی به منظور فریب افکار عمومی ممنوع می‌باشد. هیچ وجه و یا رشوهای نباید از رسانه‌ها جهت در اختیار قرار دادن اخبار به آنها دریافت شود. (بند ۱۵ قانون رفتار کنفدراسیون اروپایی روابط عمومی)

نکات اصلی در مورد چگونگی رفتار در قبال مجامع عمومی، موسسات همگانی و کارمندان بخش‌های عمومی و دولتی.

۵) یک متخصص امور همگانی باید درست مثل قوانین سازمان خود به قوانین داخلی هیات‌ها، موسسات و نهادهای مردمی احترام بگذارد و همواره متوجه وظایف خاص کارمندان بخش دولتی باشد.

۶) رشوه‌خواری به هر شکل مستقیم یا غیرمستقیم جایز نمی‌باشد.

۷) دادن هدایا و برپا کردن جشن‌ها و مراسم باید فقط در حد معمول و متعارف آن صورت گیرد و هیچ ریخت و پاش اضافی در این زمینه جایز نمی‌باشد.

۸) چنانچه خدمات مشاوره‌ای به نحوی با وظایف عمومی یک متخصص امور همگانی تداخل و یا تناقضی داشته باشد، به هیچ عنوان نباید چنین خدماتی را از جانب صاحب منصبان و کارمندان دولتی پذیرفت.

۹) هیچ وجه مساعده‌ای نباید به صاحب منصبان و کارمندان بخش دولتی پیشنهاد و یا پرداخت شود چه مستقیم چه غیر مستقیم.

۱۰) به هیچ ترتیبی هیچ پول و یا هدیه‌ای به صورت غیرقانونی به صاحب منصبان و کارمندان بخش دولتی و یا هر سازمانی که شخص در آن به نوعی دارای منفعتی می‌باشد، به منظور متقاعد کردن و یا اغفال آنان به اخذ و یا انصراف از تصمیمی که به نحوی به کار شخصی او مربوط می‌شود، پرداخت شود.

۱۱) هیچ وجه و یا اعانه‌ای نباید چه به طور مستقیم چه غیرمستقیم بدون مجوز قانونی به افراد، گروه‌ها و یا دسته‌های سیاسی پرداخت شود.

برگرفته از «توصیه نامه» کنفدراسیون اروپایی روابط عمومی، سپتامبر، ۱۹ اکتبر ۱۹۹۱

منبع:

[Http://WWW.Cerp.Org/Code/Pubaffairs.htm](http://WWW.Cerp.Org/Code/Pubaffairs.htm) Papers