



روابط عمومی و مدیریت موفق

<< بهاره کار گزار^۱

مقدمه:

بارها و بارها واژه ی روابط عمومی را در جامعه شنیده ایم یا در ادارات با این نام برخورد کرده ایم اما آیا تا به حال با خود اندیشیده ایم که این واژه به چه معناست و چه کاربردی دارد؟ آیا اصلا روابط عمومی فقط یک واژه است؟ شاید از نظر خیلی ها روابط عمومی یک علم باشد مثل ریاضی، فیزیک و ... از نظر خیلی ها هم یک هنر است مثل سینما، موسیقی، نمایش و ... اما مهم این است که روابط عمومی از نظر یک مدیر توانا چه تعریفی دارد؟ آیا وکیل مدافع، مشاور مدیر، مبلغ و اطلاع رسان و یا زبان گویاست. جایگاه روابط عمومی برای یک مدیر نیز اهمیت خاص خود را داراست. آیا واحد است یا اداره، در متن است یا حاشیه، اصلی است یا فرعی و اینکه آیا اصلا واقعی است یا فقط همان یک واژه. امروزه روابط عمومی نقش بسیار مهمی در سازمان ها ایفا میکند ولی به ۲ دلیل این اهمیت اکثرا نادیده گرفته می شود:

اول-عدم خویشتن شناسی خود روابط عمومی ها
دوم-عدم شناخت و آگاهی مدیران نسبت به روابط عمومی
مرحوم دکتر حمید نطقی-بنیانگذار روابط عمومی علمی در ایران-در رابطه با اهمیت این علم برای هر مدیر گفته است: هر مدیریتی، سزاوار همان روابط عمومی است که دارد.
با تکیه بر این اصل و بدلیل اهمیت نقش و جایگاه روابط عمومی در هر مدیریت و ضرورت استفاده ی به جا از این فن در دستیابی به اهداف و برنامه های هر سازمان یا دستگاه اجرایی اعم از بخش دولتی یا خصوصی، لازم است هر از چند گاهی به منظور ارتقای هرچه بیشتر آن و کارآمدتر ساختن این حرفه، نگاهی نو از منظری جدید به آن صورت گیرد تا با شناخت کاستی ها و نقصان های احتمالی، گامی موثر در اعتلای این فن برداشته شود.

تعریف روابط عمومی از زبان پیش گامان این عرصه:

الن اچ سنتز: روابط عمومی سکوی پرش در راه رسیدن به جایگاه رفیع مدیریت

مارستن: روابط عمومی هنری است که به کمک آن میتوان موسسه، سازمان و فرد را مورد علاقه و احترام کارمندان و مشتری ها قرار داد.
اسکات کاتلیپ: روابط عمومی یک کارکرد مدیریت است که روابط متقابل بین سازمان و افراد مختلفی که در آن کار میکنند یا با آن سر و کار دارند را ایجاد و حفظ میکند.
دکتر حمید نطقی: روابط عمومی، وکیل مدافع سازمان در بیرون و مدعی العموم در داخل سازمان است.
علی اکبر دیباج: روابط عمومی ایجاد حسن تفاهم و قبول عامه با استفاده از قواعد و اصول اجتماعی است.
ادوارد ال برینو: روابط عمومی کوششی است که بوسیله ی اطلاعات، اقناع و داوری برای طراحی حمایت عامه از یک فعالیت، یک حرکت یا یک موسسه با استفاده از ارتباطات انجام میشود.
انجمن روابط عمومی انگلیس: روابط عمومی عبارتست از تلاشها و اقدامات آگاهانه و برنامه ریزی شده جهت استقرار و کسب تفاهم متقابل بین یک سازمان و گروه های مورد نظر آن سازمان.
انجمن روابط عمومی المان: روابط عمومی عبارتست از تلاش های آگاهانه و قانونی به منظور تفاهم و استقرار اعتماد متقابل با عموم بر اساس تحقیق علمی، صحیح و مستمر.

تعاریف استاندارد:

روابط عمومی عملی: به عنوان یک برنامه و طرح اندیشیده همراه با مشورت و کوششی مستمر برای ایجاد تفاهم دوجانبه بین یک سازمان و عامه ی در رابطه با آن است.
روابط عمومی حرفه ای: برای کسی که کار حرفه ایش روابط عمومی است و بکارگیری مهارت ها و خلاقیت ها در بازار کار از ملزومات این حرفه است.
روابط عمومی نوین: مطالعه، بررسی و شناخت محیط داخل و خارج سازمان یک وظیفه مهم روابط عمومی است که در نهایت به انعکاس خدمات سازمان به مخاطبان و دریافت خواسته ها و بازخورد آن به سازمان خواهد باشد. در این مسیر بهره گیری از فناوری های جدید نقش موثری در ارتقای کمی و کیفی این فرایند خواهد داشت و استفاده از ابزار الکترونیکی به عنوان یکی از سریع ترین و متنوع ترین امکانات همواره مورد توجه سازمان ها و از جمله روابط عمومی

انها بوده است. در این بخش میتوان از برخی کاربردهای پیام کوتاه در روابط عمومی نام برد:

- ۱- ارتباط با خبرنگاران حوزه برای دعوت به برنامه ها
- ۲- ارسال تیتیر اخبار جدید سایت سازمان برای خبرنگاران
- ۳- دریافت درخواست های رسانه ای خبرنگاران برای مصاحبه با مدیران سازمان

۴- ارسال اخبار درون سازمانی برای مدیران سازمان در سطوح مختلف

۵- دعوت از مدیران و اشخاص خاص برای یک برنامه

۶- دریافت پیام های مردمی از طریق پیامک

روابط عمومی الکترونیک: این سامانه که از شاخه های روابط عمومی نوین محسوب می شود به معنای استفاده از فناوری و روشهای نوین اطلاع رسانی در ارائه خدمات منطبق با خواسته های مخاطبان بصورت تمام وقت است. دوایر روابط عمومی با راه اندازی پایگاه های اینترنتی می توانند به ارائه ی خدمات آنلاین online پردازند و اخبار، مقررات و مکاتبات هر بخش از سازمان را در این سایت ها برای صرفه جویی در وقت، هزینه و ارائه ی مطلوب خدمات قرار دهند. روابط عمومی الکترونیک همچنین میتواند با ایجاد ارتباط بین کاربران، کارمندان و مسوولان نیازهای سازمان را بطور مشخص بر طرف سازد. روابط عمومی الکترونیک پیش نیاز دولت الکترونیک است. مسوولان با ایجاد یک روابط عمومی الکترونیک باید به اهداف الکترونیک شدن و محقق شدن دولت الکترونیک کمک کنند لذا مدیران روابط عمومی برای تغییر نگرش مدیران ارشد سازمان ها نقش مهمی را در این خصوص ایفا می کنند.

روابط عمومی با مدیران آغاز میشود:

شهرت روابط عمومی یک سازمان بسته به مقامات ارشد رسمی ان سازمان است. همانطور که مسئولیت های اجرایی و عملکرد مسوولان زمینه ی فعالیت های روابط عمومی است. بنابراین کارکرد روابط عمومی بر اساس طبیعت عملکرد مدیران مشخص میشود. به این ترتیب که اگر تصور مدیر از روابط عمومی انجام کارهای کوچک باشد امکاناتی محدود اختیار ان قرار میدهد و اگر تصور او از روابط عمومی انجام یک عملکرد گسترده باشد روابط عمومی هم به همان نسبت در سازمان ارتقا پیدا میکند.

ویژگی های مسؤل روابط عمومی:

برنیز (Bernays ۱۱) ویژگی مورد نیاز برای شخصیت فردی کارگزار روابط

عمومی ارائه کرده:

۱- شخصیت، راستی و صداقت

۲- احساس داوری داشتن

۳- تفکر خلاق

۴- راستگویی همراه با دوراندیشی

۵- واقع گرا بودن

۶- علاقه مندی به حل مسائل

۷- داشتن پیش زمینه فرهنگی

۸- کنجکاوی روشن فکرانه

۹- قدرت تاثیر گذاری

۱۰- درک شهودی یا مستقیم

۱۱- داشتن دانش علوم اجتماعی و آشنایی با مکانیسم کار روابط عمومی
 خلاقیت، توانایی استفاده از فنآوری های نوین ارتباطی به تاثیر گذاری بر مخاطبان و همچنین تسلط بر ابزار و وسایل ارتباط جمعی باید ملاک انتخاب مدیران روابط عمومی قرار گیرد. همچنین مسؤل روابط عمومی باید پیرامون دانش مدیریت و نحوه عمل سازمان اطلاعات کافی داشته باشد.

وظایف سه گانه ی روابط عمومی:

۱- اطلاع بر افکار عمومی و سنجش و ارزیابی ان

۲- ارشاد و هدایت مدیران درباره ی اعمال روش هایی که طبق آنها با افکار عمومی انچنان که هست برخورد کنند.

۳- بکار بردن وسایل ارتباطی برای نفوذ در افکار عموم

فعالیت های روابط عمومی:

فعالیت های روابط عمومی به ۲ شکل "فعالیت های درون سازمانی" و "فعالیت های برون سازمانی" می باشد که مجموع این ۲ فعالیت را میتوان فنون روابط عمومی نامید.

فعالیت های درون سازمانی)

۱- هدایت و توسعه ی بهداشت روانی در محیط کار (امنیت فکری)

۲- شناسایی کارکنان و تعیین شخصیت آنان و ایجاد همکاری و ارتباط متقابل در میان آنها

۳- بوجود آوردن احساس مسؤلیت در بین کارکنان

۴- رسیدگی به شکایات، نیازها، درخواست ها، پیشنهادهای و حتی درد دل های کارکنان و مدیران

۵- کنترل و نظارت بر امور رفاهی، آموزشی، تاملینی، ورزشی و هنری کارکنان

۶- چاپ و نشر بروشور و نشریه داخلی و ارائه ی گزارش عملکرد سازمان برای کارکنان

۷- شرکت در جلسات مهم دستگاه و ارتباط با مسؤلین دستگاه

۸- حضور در سفرهای داخلی و خارجی و شرکت در گردهمایی ها و....

فعالیت های برون سازمانی)

۱- سنجش افکار عمومی جامعه نسبت به سازمان

۲- آشنا کردن جامعه با سازمان و فعالیت های ان

۳- ایجاد زمینه ی مناسب برای همکاری مردم

۴- تشکیل سمینارها، مجالس سخنرانی و برپایی نمایشگاه

۵- پیگیری انجام به موقع وعده های مدیر

۶- ارتباط با دیگر روابط عمومی ها و اختصاص شماره تلفن هایی برای

ارتباطات مردمی و....

فنون روابط عمومی:

فنون دیداری)

شامل برگزاری نمایشگاه، تهیه نوار ویدیویی و عکس از مراسم و مجالس برگزار شده در سازمان، تهیه تابلو راهنما و راهنمایی ارباب رجوع، تهیه اسلاید یا



فیلم استریپ، اطلاعیه های خبری (انونس، تیزر)
فنون گفتاری)

شامل سخنرانی، سفر مطبوعاتی، معاشرت مطبوعاتی، مشاوره با مدیریت، برگزاری همایش، سفر تبلیغاتی، جلسات پرسش و پاسخ بین کارکنان و مدیریت، تربیون ازاد، گفتار چهره به چهره، کنفرانس خبری، مصاحبه و....
فنون نوشتاری)

شامل گزارش سالیانه، تهیه متن سخنرانی، پاسخگویی به مطبوعات، تابلوی اعلانات، نشریه داخلی، راه اندازی بانک اطلاعات، ارشیو تخصصی، نظام پیشنهادهای، گزارش اداری، انتشار کتاب و کتابچه، انتشار بولتن و بروشور، صورتجلسه و....

۷-روابط عمومی راهی برای فراهم کردن شهرت و حفظ آن است زیرا ارزش هر سازمان به شهرت آن است و روابط عمومی ها ابتدا باید به این درک و شناخت برسند که سازمان متبوعشان یک تشکیلات خدمتگذار است و سپس این حس از سازمان خود را به دیگران منتقل کند.

دوره تحصیلات برای دانشجویانی که تمایل دارند به شکل حرفه ای با روابط عمومی آشنا شوند در قالب ۳ سیکل به شرح زیر است:
۱-حلقه مرکزی این دایره شامل موضوعات تخصصی در مورد روابط عمومی عملی می باشد.

۲-سیکل یا دایره دوم گسترده حالت اول شامل یک دوره ی عمومی درز زمینه ی ارتباطات خواهد بود.

۳-وسیع ترین بخش در آموزش روابط عمومی است که شامل آشنایی با هنرهای ازاد عمومی و زمینه ی مطالعات انسانی است که این میزان مطالعه برای یک کارگزار روابط عمومی حرفه ای ضروری است.

اصول روابط عمومی:

اصول روابط عمومی عبارتست از "استفاده از هنرها و فونونی که روابط عمومی با کمک از آنها بتوانند به نحو مطلوب به اهداف خود در درون و برون یک سازمان نایل آید."

اصول روابط عمومی شامل چهار بخش به ترتیب زیر است :

۱-تحقیق ۲-تهیه برنامه ۳-ارتباط ۴-ارزیابی

نکات قابل توجه در زمینه ی روابط عمومی:

۱-روابط عمومی دربیچه ای گشوده به درون ادارات و سازمان هاست .
۲-روابط عمومی یکی از وظایف و عملکرد های مدیریت است که ارتباطات دو سویه و یا دو طرفه را برای تلفیق نیازها و علایق یک سازمان یا شخص با علایق و نیازهای مخاطبین متفاوتی که آن سازمان یا شخص دارد برقرار میکند.

۳-روابط عمومی وسیله ای است که توسط مدیریت های یک سازمان و موسسه طراحی و به مرحله ی اجرا گذاشته میشود.

۴-روابط عمومی وسیله ای است برای بیان نقطه نظرات و عملکردهای سازمان و انتقال نقطه نظرات جامعه به سازمان است.

۵-روابط عمومی وسیله ای است برای رایزنی و مشاوره به مدیریت در خصوص استقرار سیاست ها، خط مشی ها و فرایندهای اتی سازمان بوده و در نهایت اقداماتی را که از منافع آن ، هم سازمان و هم جامعه برخوردار میشوند به مدیریت سازمان پیشنهاد کند.

۶-روابط عمومی یک جریان دو طرفه ی ارتباطی را بین سازمان و جامعه فراهم میکند.

منابع:

۱-وی،کی،دابی. «مدیریت روابط عمومی»، ترجمه رحمان سعیدی

۲-بصیریان راد،محمد. «روابط عمومی توانمند بازوی مدیریت»

۳-www.epr.ir

۴-www.prsa.ir

۵-www.priranpr.blogfa.com

۶-www.prr.ir

۷-www.mazin.eprsoft.com

۸-www.samieiany.blogfa.com

۹-www.pyvand.eprsoft.com

روابط عمومی	
برون سازمانی	درون سازمانی
احاد مردم	مقام عالی سازمان
سایر سازمان های بیرونی	مدیران سازمان
روابط عمومی سازمان های دیگر	همه کارکنان سازمان