

مصاحبه

در گفتگو با ایرج کارخانی دبیر شورای هماهنگی روابط عمومی های استان سمنان مطرح شد بازبینی در نوع نگاه به روابط عمومی مهمترین ضرورت

داشته که با برگزاری همایش های مختلف، جلسات متنوع و دیدارها و بازدیدها و پیگیری ها خواسته این جایگاه ارتقا یابد و نگرش ها به مقوله روابط عمومی بهتر و مناسب تر گردد.

نامگذاری ۲۷ اردیبهشت به نام روز ارتباطات و روابط عمومی را چگونه ارزیابی می کنید؟

■ نامگذاری ۲۷ اردیبهشت به نام روز ارتباطات و روابط عمومی یکی از کارهای ارزشمند و به جا بود که خون جدیدی در شریان های اطلاع رسانی ایجاد کرد. این نام گذاری از ابتکارات و دستاوردهای دولت نهم محسوب می شود که نشان از نگاه واقع گرایانه و منصفانه به نقش و جایگاه روابط عمومی در تشکیلات دستگاه های اجرایی دارد.

۲۷ اردیبهشت یک روز و یک پله موفقیت برای دست اندرکاران عرصه اطلاع رسانی محسوب می گردد که امید است با بهره گیری از این فرصت، مسئولان و تصمیم گیران تشکیلات روابط عمومی بتوانند در انجام اهداف و رسالت های واقعی خود در عرصه خدمت به مردم و اطلاع

رسانی و ایجاد تفاهم و اعتماد سازی بیشتر موفق باشند.

چه برنامه هایی برای روز روابط عمومی در استان داشتید؟

■ هر سال در این ایام مسئولان روابط عمومی ها در همایش های کشوری در تهران حضور دارند. در سال اول همایش روابط عمومی ها با حضور رئیس جمهور و در سال گذشته با حضور بیش از ۱۰ وزیر برگزار شد. در استان هم در سال گذشته همایش مسئولین روابط عمومی ها برگزار شد و از فعالان و پیشکسوتان این عرصه تجلیل شد. امسال هم همایش مسئولین روابط عمومی مشترک با مدیران و مسئولین استان و اساتید مجرب روابط عمومی الکترونیک برگزار شد.

همانطور که مستحضر هستید، روابط عمومی پلی است میان مردم و مسئولین. در استان سمنان شورای هماهنگی روابط عمومی تلاش های جهت ارتقای جایگاه و تاثیر پذیر تر کردن روابط عمومی ها در دستگاه های اجرایی با برگزاری همایش های مختلف، ایجاد دوره های آموزشی و برنامه های مختلف جهت اطلاع رسانی مناسب و ایجاد تعامل بهتر روابط عمومی ها با رسانه ها و مطبوعات انجام داده که جهت بررسی روابط عمومی ها در استان سمنان با آقای ایرج کارخانی مدیر روابط عمومی استان سمنان و دبیر شورای هماهنگی روابط عمومی های استان سمنان پرداختیم. در زیر این مصاحبه را می خوانید.

وضعیت ارتقای جایگاه روابط عمومی در استان سمنان چگونه است؟

■ یکی از مشکلات اساسی و مهم روابط عمومی ها نوع نگرش نامناسب به جایگاه و اهداف و رسالت روابط عمومی ها در دستگاه های اجرایی است. این نوع نگرش باعث تنزل فعالیت های اصلی اطلاع رسانی شده است. عدم حمایت و عدم توجه کافی، به کار گیری نیروهای کم

تخصص و بی انگیزه در این کار و عدم آموزش کافی در این زمینه باعث کم تحرکی روابط عمومی می گردد. نگرش پایین به جایگاه روابط عمومی نکته مهمی است که تلاش های فراوانی برای ارتقای این نگرش شده است که کافی نبوده و همچنان روابط عمومی ها از این مسئله در رنج هستند. آنچه از همه مهمتر است بازبینی در نوع نگاه به مقوله روابط عمومی هاست و تا این نگاه اصلاح نگردد و روابط عمومی ها مهم ارزیابی نشوند، در تشکیلات و روابط جایی نداشته باشند و ضرورت اطلاع رسانی به درستی تفهیم نگردد ارتقای جایگاه روابط عمومی ها ممکن نیست. در این بین دیدگاه و نظر مسئولین به بحث روابط عمومی بسیار مهم و اساسی است. اگر نگاه مثبت به جایگاه و نقش و رسالت روابط عمومی ایجاد شود، روابط عمومی ها می توانند با این نگرش در انجام رسالت خود بهتر عمل کنند. شورای هماهنگی روابط عمومی های استان یکی از وظایف اصلی خود را تغییر نگرش نسبت به روابط عمومی در نظر

روابط عمومی
۴۲

ماهنامه علمی / تخصصی
انجمن روابط عمومی ایران
شماره ۷۲ / خرداد و تیر ۸۹

مصاحبه

بحث روابط عمومی الکترونیک که مطرح کردید را چگونه می توان کاربردی کرد؟

تحولات بنیادی و پرشتابی گذرانده که این تحولات با استفاده از رسانه های جدید و کاربردهای آن ممکن گردیده است. ایجاد رسانه های اجتماعی از عملکرد روابط عمومی ۲ است. در این عرصه روابط عمومی دیگر یک طرفه به انتقال و انعکاس پیام روی نمی آورد بلکه ارتباط دو طرفه می شود و با استفاده از رسانه اجتماعی و ابزارهای الکترونیکی مخاطبین هم پیام و هم نقطه نظراتشان را ارائه خواهند داد. در روابط عمومی ۲ فضای رسانه ای جدید به روابط عمومی ها تریبون جدید و بیشتری برای برقراری ارتباط و ارسال پیام به مخاطبین می دهد. در سال گذشته همایش روابط عمومی ۲ برگزار شد و در این همایش دکتر جلالی پدر توسعه فرهنگی فناوری اطلاعات ایران بزرگترین جایزه بین المللی سال روابط عمومی را دریافت کرد. همچنین کتاب روابط عمومی ۲ توسط ایشان تالیف شده که در این کتاب مشخصات و ویژگی

می توان به آموزه های غنی از سیره حضرت علی (ع) در امر مردم داری و تکریم مردم اشاره کرد و آنها را مانند چراغ راهنمایی در رو به روی خود قرار داد که سرمشق و الگوی رفتاری روابط عمومی می تواند باشد.

روابط عمومی را چگونه تعریف و ارزیابی می کنید؟

■ مقوله روابط عمومی را عده ای علم و گروهی هنر می شمارند. به علت اینکه روابط عمومی در فعالیت هایش از علوم اجتماعی بهره مند می شود آن را علم می دانند و گروهی هم به آن لقب هنر هشتم داده و آن را هنر می دانند (هنر مردم داری). و بر این عقیده اند که هنر هشتم (روابط عمومی) هفت هنر قبلی خود را در خدمت گرفته است. روابط عمومی ۱ برای برقراری نوعی ارتباط دو سویه گام بر می دارد و تلاش می کند تا خواسته ها، نظرات و نیازهای مردم، مخاطبین و افکار عمومی را به سازمان منعکس کند و از طرف دیگر اخبار و اطلاعات و فعالیت های دستگاه ها را برای روشن شدن افکار عمومی به آنان انتقال دهد. در برقراری این ارتباط از ظرفیت ها و امکانات ارتباطی چون رسانه ها و مطبوعات، سایت ها و عوامل تبلیغاتی و اطلاع رسانی باید بهره کافی برد. از جمله نکات مهم در کار روابط عمومی، تعامل و ایجاد ارتباط مناسب و منطقی با مطبوعات و رسانه های گروهی است. روابط عمومی ای موفق است که هنرمندان و مدیران از ظرفیت و توانایی مناسب رسانه ها و مطبوعات بهره بگیرند.

در نگاهی دیگر روابط عمومی بخشی از وظایف مدیریت سازمان را انجام می دهد و علم و هنری است که مداوم با طرح و برنامه ریزی مناسب می کوشد بین مردم و مخاطبین و سازمان تفاهم و تعامل و همکاری ایجاد نماید. این ارتباط و تفاهم همه در درون سازمان و بین کارکنان و پرسنل است و در برون

■ روابط عمومی الکترونیک می تواند ارتباط مخاطبان با سازمان را به شکل مجازی فراهم کند ولی به طور قطع مانند فناوری های دیگر مزایا و معایبی دارد. بهترین مزیتی که روابط عمومی الکترونیک دارد این است که ما را از مراجعه حضوری که وقت زیادی می گیرد، باز می دارد. همچنین با این کار اطلاعات به صورت گسترده تر و آسان تر منعکس می گردد و در چنین حالتی باید پایگاه های اینترنتی سازمان ها و افکار عمومی هم بستر و زمینه مناسبی داشته باشند و هم به روز باشند تا بتوانند پاسخ تمام پرسش ها را یافته و به عنوان

پاسخگو عمل کنند. نقص بزرگ این شیوه فقدان ارتباط و تعامل رو در روست که در ایجاد ارتباط بسیار مهم و تاثیر گذار است. باید در کنار تقویت شدن فناوری و به روز شدن وسائل الکترونیکی، به تقویت روابط عمومی سنتی بپردازیم. روابط

عمومی ها باید به صورت نزدیک و رو در رو با مسائل، عواطف و مشکلات مردمی آشنا شوند و پیگیری لازم در این زمینه را داشته باشند.

وضعیت روابط عمومی های استان از لحاظ روابط عمومی الکترونیک چگونه است؟

■ در جمعی از دستگاه ها در راستای تلاش برای ایجاد دولت الکترونیک، اقدامات مناسبی در جهت الکترونیکی شدن صورت گرفته است. وب سایت های خوب اطلاع رسانی با مدیریت روابط عمومی، فعال هستند و کارها در عرصه اخبار و اطلاع یابی و اطلاع رسانی به صورت الکترونیکی انجام می شود. در استانداری سمنان حدود ۳ سال است پایگاه اطلاع رسانی وجود دارد که با تلاش همکاران روابط عمومی اخبار و گزارش ها و وقایع مهم استانداری و استان در آن منعکس می گردد و اکثر رسانه ها و مطبوعات از آن استفاده می کنند.

اصطلاح روابط عمومی ۲ که سال گذشته در کشور مطرح گردید چیست؟

■ واژه روابط عمومی ۲ در عرصه جدید ارتباط الکترونیکی می گنجد و برای دوره جدیدی از عملکرد روابط عمومی است. مقوله روابط عمومی در دهه اخیر



مباحثه

برقراری ارتباط، روانشناسی، جامعه‌شناسی و ارتباط‌شناسی.

بی‌اهمیت تلقی کردن اطلاع‌رسانی صریح و به‌هنگام و عدم برقراری ارتباط مناسب با ظرفیت‌های رسانه‌ای و مطبوعاتی که بسیار در عملکرد روابط عمومی در تنویر افکار عمومی نقش دارد، موجب اضافه شدن مسائلی چون کمبود بودجه عمومی و نداشتن پست سازمانی می‌شود. تمام این مسائل موجب آن می‌شوند که روابط عمومی‌ها نتوانند آنگونه که شایسته است رسالت خویش را به‌منصه ظهور برسانند.

بحث آموزش برای کارشناسان و مدیران روابط عمومی مهم است. ضعف آموزش در روابط عمومی از مهم‌ترین چالش‌های آنان است. بی‌شک آموزش اساسی‌ترین عامل رشد روابط عمومی است که شورای هماهنگی روابط عمومی‌های استان سمنان در سال‌های اخیر تلاش نموده با همکاری دفتر آموزش و پژوهش استانداری، جهت ارتقای بینش و آگاهی و علم روابط عمومی‌ها کلاس‌هایی برگزار نماید. تاکنون حدود ۱۵ دوره برای کارشناسان و مسئولین روابط عمومی‌های دستگاه‌ها برگزار شده است که امسال هم با نظر مساعد استاندار و معاون سیاسی امنیتی دوره‌های مختلفی برای روابط عمومی‌های دستگاه‌های اجرایی برگزار خواهد شد.

در حال حاضر نقش مهم روابط عمومی‌های استان چیست؟

■ اطلاع‌رسانی و آگاه‌ساختن جامعه از فعالیت‌ها و خدمات رسانه‌ها و مطبوعات و فعالیت‌های دیگر. یعنی اطلاع‌رسانی مناسبی از خدمات و اقدامات نظام جمهوری اسلامی به مردم داشته باشد. در حال حاضر در استان سمنان شاهد اجرای مصوبات و طرح‌های بزرگ عمرانی هستیم که می‌طلبد روابط عمومی‌ها به‌عنوان پیشقراول اطلاع‌رسانی به نقش و رسالت خود بیشتر عمل کنند و با استفاده از ابزارهای اطلاع‌رسانی و به‌صورت هنرمندانه به آگاهی بخشی مردم بپردازند. از دیگر روابط عمومی‌های دستگاه‌های مرتبط هم انتظار می‌رود که با شیوه‌های بدیع پروژه‌های خود را به مردم اطلاع‌رسانی کنند و از ظرفیت‌های خوبی که صدا و سیما استان در این زمینه دارد بهره‌برداری نمایند تا آنچه جامعه اسلامی از دستگاه‌ها خصوصاً روابط عمومی‌ها انتظار دارد با اطلاع‌رسانی هنرمندانه و مدبرانه به‌منصه ظهور برسد.

سازمان بین‌افکار عمومی و مخاطبین ایجاد می‌گردد و در زاویه دیگر اطلاع‌رسانی، اطلاع‌یابی، و اقناع افکار عمومی از جمله دیگر وظایف روابط عمومی‌هاست. دکتر نطقی پدر علم روابط عمومی ایران می‌گوید: روابط عمومی باید وکیل مدافع سازمان در برابر اذهان عمومی و مدعی العموم اذهان عمومی در مقابل سازمان باشد.

در بحث دیگری با نگاهی گذرا در سیره انبیاء الهی به ویژه پیامبر اسلام (ص) ائمه معصومین و توجه به آموزه‌های غنی اسلام ناب در می‌یابیم که تمامی مواردی که امروزه در تعاریف علم روابط عمومی مورد بحث و ارزیابی قرار می‌گیرد در این تعالیم جاری و ساری بوده و مسئله ارتباط اجتماعی مکرراً در اسلام تأکید شده است. به‌عنوان نمونه می‌توان به آموزه‌های غنی از سیره حضرت علی (ع) در امر مردم‌داری و تکریم مردم اشاره کرد و آنها را مانند چراغ راهنمایی در رو به روی خود قرار داد که سرمشق و الگوی رفتاری روابط عمومی می‌تواند باشد.

مسائل و مشکلات مربوط به روابط عمومی را چگونه ارزیابی می‌کنید؟

■ نخستین مشکل اساسی روابط عمومی‌ها وجود ساختار نامناسب با توجه به حجم کار و فعالیت‌های آنان است. عدم نگاه منطقی به مقوله روابط عمومی و داشتن نگاه خدماتی به آن موجب می‌گردد تا آنطور که باید روابط عمومی‌ها کارایی داشته باشند، نتوانند به وظایفشان عمل کنند. در این قضیه عدم کارآمدی و عدم توانایی و عدم نفوذ موجب عدم دفاع لازم از عملکردها می‌شود. در این صورت واحدهای روابط عمومی در حد واحدهای تشریفاتی و خدماتی محدود می‌شوند که تنها محدود به برگزاری مراسم نصب پوستر و پلاکارد و صدور تراکت و کارهای پایین دست می‌شود و روابط عمومی‌ای که پلاکارد نصب کرد و شیرینی خوب پخش کرد، روابط عمومی خوبی است و اگر میزان پلاکاردی نامیزان بود و عرفی تسلیت گفته نشد روابط عمومی ضعیف است. این ملاک‌ها نوع نگرشی است که می‌تواند روابط عمومی‌ها را از رسالت خود دور کند. در طرف دیگر کارشناسان و مسئولین روابط عمومی، افراد ناکارآمدی قرار می‌گیرند که از مهارت‌ها، تخصص‌ها و آموزش‌های لازم برخوردار نیستند. مهارت‌هایی چون