ویژگیها و وظایف مدیر روابط عمومی روزنامه

مدیر روابط عمومی هر سازمان و نهادی باید شرایط اولیه برای احراز این سمت را داشته باشد.به طور خلاصه این مدیر در درجه اول باید خوش برخورد،خوش رفتار، خوش ذوق،خوش فکر و خوش تیپ‏ باشد.

این ویژگیهای اولیه در کنار خصلتهای فردی دیگر مانند قدرت‏ جامعه‏پذیری بالا،حرکت با منطق، ایجاد تفاهم و هماهنگی بین‏ بخشهای مختلف سازمان،صمیمی‏ در برابر مردم و قاطع در برابر مسئولان‏ برای برآوردن خواسته مردم و به طور کلی آشنایی با علوم مدیریتی، روان شناسی،جامعه‏شناسی و مردم شناسی را در اولویت کارهای‏ خود قرار دهد.

علاوه بر خصلتهای اولیه،مدیر روابط عمومی باید بر اساس شناخت‏ تواناییهای سازمان خود،خصلتهای‏ دیگر را کسب کند تا بتواند توفیق‏ بیشتری را بدست آورد که این‏ خصایص اکتسابی در مورد هر سازمانی‏ متفاوت است.پس در یک تقسیم بندی‏ می‏توان خصایص مدیر روابط عمومی‏ را به دو بخش تقسیم کرد:

الف)خصایص فردی

ب)خصایص اکتسابی(به معنای خاص)

با توجه به مشترک بودن خصایل‏ فردی در تمامی مدیران روابط عمومی‏ که البته به بخشی از آنها اشاره شد- ذیلا به برخی خصایل اکتسابی مورد نیاز روابط عمومی یک روزنامه اشاره‏ می‏شود:

روابط عمومی هر روزنامه با اقشار مختلفی در طول روز سر و کار دارد. مدیر روابط عمومی باید نسبت به‏ مسایل جاری روز آگاهی لازم را داشته باشد.در این مورد آشنایی او با علومی چون جامعه‏شناسی، روان شناسی و مردم شناسی می‏تواند او را در گفتمان با مردم و یاری‏ رساندن به مدیر مسئول و سردبیر با توجه به شناخت نیازهای جامعه‏ کمک کند.

\*او باید خبرنگار خوب و زبده‏ای‏ باشد.هوشیاری و هوشمندی بالا، نکته سنجی،تیزبینی،تفکر سریع و تصمیم گیری به موقع،قدرت‏ ریسک،کنجکاو بودن،شکیبایی و بردباری،خوش رفتاری و خونگرمی از خصوصیات اوست.

\*تماس مستقیم با مخاطبان‏ نشریه و حتی با افرادی که خواننده‏ نشریه نیستند و دریافت نقطه نظرات‏ آنها و انتقال آن به مسؤولان نشریه.

\*مطالب مندرج در روزنامه معمولا بازتابهای موافق و مخالفی را به همراه‏ دارد که عمده این تماسها و اظهار نظرها به روابط عمومی منعکس‏ می‏شود.از اینرو روابط عمومی باید در اسرع وقت نسبت به انتقال‏ بازتابها به سردبیر و مدیرمسئول‏ اقدام کند.تحلیل جامع این قبیل‏ بازتابها از منظر علوم مختلف به‏ کاربردی کردن آنها کمک خواهد کرد.

«هر شماره روزنامه نتیجه کار عوامل تحریری و فنی است که هر روز در معرض قضاوت مخاطبان است.لذا سنجش افکار مخاطبان به طور روزانه یا مدت دار توسط روابط عمومی،مجموعه مدیریت روزنامه‏ و روزنامه نگاران را به نیاز مخاطبان‏ آشنا خواهد کرد.چرا که روزنامه‏ها برای مردم‏اند و بنابراین مردم باید مسؤلان روزنامه را به سمت انعکاس‏ خواسته‏های خود هدایت کنند نه‏ آنکه روزنامه خواسته‏های خود یا حکومت را به مخاطبان به طور یک طرفه تحمیل کند.

تحلیل محتوای اخبار و مقالات و گزارشهای مندرج در روزنامه و انعکاس نقاط ضعف و قوت آنها به‏ سردبیر و مدیر مسئول.

برگزاری جلسات پرسش و پاسخ‏ برای مدیر مسئول و یا سردبیر در داخل و خارج از مؤسسه.

مطالعه سایر نشریات و آگاهی از موضوعات و عناوین اصلی و مهم آنها.

ارتباط مستمر با روابط عمومی‏های‏ سایر نشریات و همچنین روابط عمومی‏های نهادهای دیگر.

شرکت در جلسات تحریریه و اجرایی و اطلاع از مسایل مطروحه در آنها.

عمدتا در اداره روزنامه سوء تفاهم‏ها و طرز تلقی‏هایی درست یا نادرست بین دو بخش تحریریه و اجرایی وجود دارد،لذا نقش روابط عمومی برای برقراری ارتباط صمیمی‏ این دو با یکدیگر می‏تواند مؤثر باشد.

شایان ذکر است وظایف مطرح‏ شده تمام مسئولیتهای اجرایی روابط عمومی نیست.بنابراین در بخش‏ اجرایی روابط عمومی باید توجه‏ ویژه‏ای به کارکنان و ارتباط با آنها مبذول و تسهیلات و تفریحات سالم را برای آنان برنامه‏ریزی کند.

منابع

-اطلاعات و ارتباطات(ترجمه و تألیف:عبدالحسین‏ آذرنگ

-تئوری و عمل در ارتباطات و روابط عمومی(تألیف: علی میر سعید قاضی)

-چگونه روابط عمومی کنیم؟(تألیف:مسعود فرزین)

-نیروی پیام ژان لویی سروان شرایبر(ترجمه:سیروس‏ حبیبی)

-نظریه‏های جامعه‏شناسی(تألیف:غلام عباس‏ توسلی