

مجتبی جیل عاملی
مدیر کل روابط عمومی سازمان
مدیریت و برنامه ریزی کشور

روابط عمومی و مدیریت

همکاران روابط عمومی عمدتاً یک گلابه دارند، اینکه آنگونه که باید و شاید در سازمان‌هایی که خدمت می‌کنند، به موضوع روابط عمومی توجه نمی‌شود، آنطور که باید و شاید مورد عنایت مدیریت و مدیران قرار نمی‌گیرد و حتی پرسنل سازمان توجهی به آن ندارند و آنطور که لازم است، امکانات در اختیارشان قرار نمی‌گیرد. انتظاری که معمولاً از روابط عمومی در درون سازمان دارند، این است که روابط عمومی یک پلاکارد خوبی بزنند، یک چراغانی خوبی بکنند، یک مراسم جشن خوبی برگزار کند، یک نشریه خوب در بیاورد، یک آگهی خوب از تلویزیون پخش کند و یا کارهای دیگری در همین ردیف، که عمدتاً به عنوان کارهای روزمره روابط عمومی، من و شما درگیر آن هستیم. آیا به واقع اینها فعالیت‌های روابط عمومی است، آیا به واقع روابط عموم باید خوب نشریه در بیاورد. خوب بتواند فیلم درست کند.

خوب بتواند مراسم برگزار کند و عمدتاً در غالب کارهای تشریفاتی -

تبلیغاتی، انتشاراتی و حتی نظرسنجی یک سری فعالیت‌هایی انجام بدهد یا اینکه انتظارات دیگری از روابط عمومی می‌رود، جایگاه دیگری برای روابط عمومی باید قائل شد؟ در شکل اول روابط عمومی می‌رود به عنوان یک پیمانکار هست. مطمئناً شما هرچقدر یک فیلم خوب درست کنید، از کارکنان صداوسیما که کارشان شبانه‌روز تولید فیلم است، نمی‌توانید بهتر تولید کنید. هرچقدر خوب نشریه در بیاورید، مطمئناً بهتر از روزنامه‌نگاران که شبانه‌روز کارشان تولید نشریه است و سال‌های سال روی این قضیه کار کرده‌اند نمی‌توانید بهتر نشریه در بیاورید. و هرچقدر یک مراسم را خوب برگزار کنید یا کارهای دیگر، کارهایی که روزه روابط عمومی هست مطمئناً بهتر از دیگران نمی‌توانید انجام دهید. هرکاری که دیگران بتوانند بهتر از شما انجام دهند، مطمئناً آن کار، به عنوان کار اصلی روابط عمومی نمی‌تواند باشد، و اگر روابط عمومی آن کار را انجام دهد، در حقیقت پیمانکار است. مانند کسی که منتظر است به او دستوری بدهند و آن دستور را اجرا کند.

برداشت ما از روابط عمومی این است که روابط عمومی باید کارفرما باشد. یعنی باید بنشیند، فکر کند، طرح مساله کند، راه علاج نشان دهد و دیگران مجری این قضایا باشند، در یک سازمان زدن پلاکارد، برگزاری

پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی
پرتال جامع علوم انسانی

مراسم، و حتی نشریه را سایر قسمت‌ها هم می‌توانند انجام دهند، ممکن است شما در سازمانتان یک اداره انتشارات داشته باشید، یک چاپخانه‌ای در اختیار دارد و تمام عوامل چاپ از حروف چین گرفته تا ناظر چاپ را در اختیار داشته باشید و همه اینها به خوبی بتوانند آن کار را انجام دهند.

این که می‌گوئیم روابط عمومی باید کارفرما باشد به چه معنا و مفهوم است؟ حالا برمی‌گردیم به مسأله خود مدیریت، آن تعریفی که عمدتاً همه ما می‌توانیم از مدیریت داشته باشیم، این است که مدیریت "هنر بکارگماردن دیگران است براساس اهداف و خواسته‌های خودمان". این یک تعریف ساده از مدیریت است، یعنی اگر بتوانیم کسی را براساس خواسته‌ها و تمایلات و اهداف خود به حرکت در بیاوریم و کاری را براساس تمایلات ما اجرا کنید، کار مدیریت انجام می‌دهیم. برای اینکه بتوانیم کار مدیریت انجام دهیم یک سری ابزار، یک سری امکانات باید در اختیارمان باشد. یعنی باید نیروی انسانی، امکانات، تجهیزات، پول و اعتبارات، تخصص و تجربه داشته باشیم و اگر بیاییم اینها را باهم دسته‌بندی کنیم در حقیقت در سه دسته قرار می‌گیرند، یک دسته می‌شود تجربه و تخصص، من به عنوان یک مدیر باید تجربه و تخصصی داشته باشم در رشته‌ای که می‌خواهم مدیریت

کنم، میزان آگاهی کمتر از عوامل زیرمجموعه‌ام نباشد، دسته‌دیگر، دسته امکانات است، این امکانات را می‌گوییم: نیروی انسانی، ساختمان، تجهیزات، پول و اعتبار و دسته سوم که باید در اختیار مدیر باشد، مهارت برقراری روابط انسانی است مابین عواملی که در زیرمجموعه مدیر است.

در حقیقت این سه تا بخش را سه پایه میز قرار می‌دهم که به آن می‌گویم میز مدیریت، هرکدام از اینها که مفقود باشد و حضور نداشته باشد این میز مدیریت کله می‌کند.

حساب کنید میزی که سه پایه دارد، یک پایه‌اش را بکشید می‌خورد زمین. اگر شما تجربه و تخصص نداشته باشید و شما را بگذارند سریک کاری، مطمئناً کار را خراب می‌کنید و اگر تجهیزات و امکانات و پول در اختیار تان نباشد، مطمئناً کار را خراب می‌کنید و نمی‌توانید مدیریت کنید و یک بخشی که مهمتر از همه است، مساله تنظیم روابط انسانی است، اگر شما همه این امکانات، تجربه و تخصص و امکانات مادی دیگر را در اختیار داشته باشید ولی نتوانید روابط میان کارکنانی را که در زیرمجموعه تان هستند، تنظیم کنید، باز هم نخواهید توانست مدیریت کنید و کار خراب می‌شود. این کار تنظیم روابط انسانی برعهده چه کسی است؟. برعهده روابط عمومی است، یعنی روابط عمومی در هر سازمانی عهده‌دار

پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی
پرتال جامع علوم انسانی

این است که افرادی که درکنار هم قرار می‌گیرند حالا چه مخاطبان داخل سازمان و چه مخاطبان خارج از سازمان، روابطشان را جوری تنظیم کند که اینها بتوانند در جهت اهداف مدیریت حرکت کنند و پیش بروند، روابط عمومی چگونه باید تنظیم روابط کند؟ کار یک پزشک را در نظر بگیرید وقتی نزد دکتر می‌روید می‌گویید سرم درد می‌کند می‌گوید خوب دیگر چی؟ چند نشانه از یک بیماری را برای دکتر توضیح می‌دهید، دکتر یک سری معاینات انجام می‌دهد و بعد یک نسخه می‌نویسد مثلاً می‌نویسد براساس تشخیص من شما سینه‌پهلو دارید که سری کارها را انجام بده و یک سری کارها را هم انجام نده. و شما هم نسخه را به داروخانه می‌برید و داروخانه هم نسخه را می‌پیچد و شما مصرف می‌کنید بعد از مدتی بهبودی حاصل می‌شود. کار روابط عمومی هم به همین شکل است. یعنی نشانه‌ها و علایمی از بیماری را ببیند و نوع بیماری را تشخیص بدهد و بعد نسخه بنویسد، هیچوقت دکتر از کشوی میزش قرص در نمی‌آورد و بگوید شما مصرف کنید، اگر این کار را بکند، می‌شود یک دکتر پیمانکار، درحالی‌که نسخه را می‌نویسد و شما می‌روید از داروخانه نسخه را می‌گیرید، مصرف می‌کنید و بهبود حاصل می‌کنید، روابط عمومی باید تشخیص بیماری را

بدهد. باید گیرهای ارتباطی و مشکلات روابط انسانی که در محیط کار هست را تشخیص بدهد براساس علایم بیماری که در سازمان مشاهده می‌کند اعلام کند: کارمندان بی‌انگیزه هستند، نسبت به ارباب رجوع با خشونت برخورد می‌کنند، حس مشارکت در سازمان ضعیف است، نسبت به مدیریت بدبینی حاصل شده است، مدیریت نسبت به زیردستانش اعتماد لازم را ندارد، مواردی از این قبیل و همچنین باید بگوید که راه علاج و این مشکلات در سازمان چیست. روابط عمومی باید بگوید که خوب است ما فیلمی درست کنیم برای اینکه بتوانیم روی مخاطبان خارج از سازمان اثر بگذاریم، مراسم جشنی برگزار کنیم به مناسبت میلاد حضرت فاطمه زهرا(س) و به خواهران کارمند هدیه‌ای بدهیم، خوب است که شب شهادت حضرت فاطمه زهرا(س) یک مراسمی برگزار کنیم، حالا این نسخه‌هایی که پیچید، این مواردی را که نوشت الزاماً خودش نباید تمام این کارها را انجام دهد، می‌شود به دیگران سفارش داد.

معمولاً همکاران روابط عمومی از مشکلات کمبود نیروی انسانی نگرانی و واژه دارند، و می‌گویند که ما در روابط عمومی کارمند کم داریم، وقتی ما می‌پرسیم که چند نفر پرسنل دارید؟ همکاران ما می‌گویند مثلاً: ۵ نفر، ۱۰ نفر یا ۲۰ نفر، حتی دوستانی گفته‌اند ما بیش از ۵۰ نفر نیروی انسانی در

پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی
رتال جامع علوم انسانی

روابط عمومی داریم و باز هم می‌گویند کم است، چرا که حتی خود این دوستانی که در روابط عمومی کار می‌کنند، تلقی و برداشتشان این است که اینها پیمانکار هستند، باید همه کارها را خودشان انجام دهند، برای تولید یک نشریه از گزارشگر و خبرنگار گرفته تا حروفچین و ناظر چاپ را خودشان داشته باشند. برای تولید فیلم حتماً باید یک فیلمبردار و دستیار و صدابردار و سایر عوامل تست مونتاژ و تمام عوامل متخصص را خودشان داشته باشند

در واقع این به خاطر همان تلقی و برداشتی است که عمدتاً دوستان به صورت اشتباه از روابط عمومی دارند، همین برداشت اشتباه در مدیریت‌ها هم وجود دارد، در بدنه سازمان هم وجود دارد. حتی در محیط خارج از سازمان هم وجود دارد.

این افتخار نیست که پای هر تولیدی که از طریق صداوسیما پخش می‌شود، یا در روزنامه‌ها چاپ می‌شود امضاء روابط عمومی هم باشد. مثلاً "روابط عمومی سازمان ..." اگر روابط عمومی توانست امضایش را پای یک فکر و اندیشه بگذارد آن زمان این افتخار دارد.

این فکر و اندیشه تشخیص بیماری و نسخه پیچی در حقیقت بخشی از مدیریت است، نتیجه اینکه در حقیقت روابط عمومی که جزئی از مدیریت است،

پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی
پرتال جامع علوم انسانی

قابل تفکیک و جدا شدن از مدیریت نیست، این بودن جزء مدیریت یک سری ابزار لازم دارد، یک سری نیازها لازم دارد.

یعنی برای اینکه ما به عنوان روابط عمومی بخشی از مدیریت باشیم باید یک کارهایی انجام شود، معمولاً وقتی که می‌خواهیم روی مدیریت یک سازمانی قضاوت کنیم، این اشتباه است که روی فرد قضاوت بکنیم که مثلاً بگوئیم فلان فرد، مدیریتش قوی است و یا فلان فرد مدیریتش ضعیف است، این مدیر سازمان را خوب اداره کرده، این مدیر سازمان را بد اداره کرده، این درست نیست. چرا؟ برای اینکه باید ما مجموعه مدیریت را ببینیم، مجموعه مدیریت چیست؟ مجموعه مدیریت شامل بالاترین مقام سازمان (رئیس سازمان) معاونانش و آنهایی که در مجامع تصمیم‌گیر فقط یک فرد باشد، این دیکتاتوری می‌شود و سازمان اداره نمی‌شود، برای اینکه گنجایش فکری یک فرد محدود است، ولی اگر تصمیم‌گیری، برنامه‌ریزی، سیاست‌گذاری و نظارت در اختیار یک مجموعه باشد، این یک تدبیر صحیح به شمار می‌رود، این عین مدیریت منطبق با شرایط روز است. در این مجموعه‌های خاصی مدیریتی، هیچوقت فرد را نمی‌بینیم، بلکه مجموعه را می‌بینیم و روابط عمومی باید جزیی از این مجموعه باشد، اگر در سازمان توانستیم روابط عمومی را در مجموعه مدیریت قرار بدهیم در

پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی
پرتال جامع علوم انسانی

جایگاه واقعیتش قرارداده‌ایم و آن موقع است که می‌توانیم بگوئیم به طرف مسیر واقعی خودش حرکت می‌کند، حضور در جلسات شورای معاونین که بالاترین مرجع تصمیم‌گیری است، دسترسی به تصمیم‌گیری‌های مدیر و مورد مشورت واقع شدن روابط عمومی در اکثر اوقات.

گاهی اوقات صحبت می‌شود که مثلاً روابط عمومی چه ربطی دارد که در مسایل فنی دخالت داشته باشد یا در جلساتی که در ارتباط با مسایل فنی، یا از مسائلی که خارج از حوزه روابط عمومی برگزار می‌شود شرکت کند، این نظر درست نیست، در تمامی مجامع که در سازمان شکل می‌گیرد و مجامع تصمیم‌گیری است روابط عمومی حضورش الزامی و ضروری است، برای اینکه باید اطلاع داشته باشد که در سازمان چه اتفاق می‌افتد، حضورش هم نه فقط حضور صوری، بلکه باید حضور تصمیم‌گیرنده باشد، باید رأی بدهد، حق رأی داشته باشد، بتواند اظهار نظر کند. خوب وقتی که به این صورت شد و حضور پیدا کرد، یک سری اندازه‌گیری‌هایی دارد که براساس این اندازه‌گیری‌ها یک سری نشانه‌های دیگر را در می‌یابد و آنها را جمع‌بندی می‌کند و تشخیص می‌دهد که این کسالت عارض بر سازمان است و برای رفعش باید این راه‌ها را رفت، راهکار را ارائه می‌کند و نظارت می‌کند که

پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی
پرتال جامع علوم انسانی

درست عمل شود، گاهی اوقات هم گفته می‌شود که حالا چه ضرورتی هست که در کلاس‌های درسی به روابط عمومی می‌گویند که فیلمبرداری و نویسندگی و خبرنگاری بدان و یا کارهای دیگر، این ضرورت به لحاظ این است که بتواند نظارتش را درست اعمال کند.



پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی
رتال جامع علوم انسانی