

مقالات آموزشی

ایرانکانت

تغییر برای توسعه ...

ویژگی های کارگزار روابط عمومی

مترجم : علی میر سعید قاضی

ویژگی‌های کارگزار روابط عمومی

پاره‌ای از افراد از دیگران بهتر سخن می‌گویند، پاره‌ای بهتر از دیگران رانندگی می‌کنند و بعضی‌ها در مقایسه با افراد مدیران کارآمدتری هستند. در مورد روابط عمومی نیز چنین است. بعضی‌ها استعدادهای بیشتری نسبت به دیگران برای این شغل دارند. پاره‌ای از کارگزاران روابط عمومی موفق، آموزش‌های مؤثری دیده‌اند. پاره‌ای تجارب مفیدتری دارند. اگر محال نباشد، تا حدودی دشوار است که بتوانیم نسخه یکسانی برای تربیت کارگزاران روابط عمومی بنویسیم. برای داشتن یک کارگزار خوب روابط عمومی ارائه یک نسخه آموزشی کارساز نیست.

داشتن ویژگی‌های مورد نیاز تنها از طریق تشکیل دوره‌های آموزشی فراهم نمی‌شوند. چنانچه اگر افرادی یک دوره از واحدهای روابط عمومی را بگذرانند در برابر مدرس، کتاب، نشریات آموزشی و جلسات، واکنش‌های مشابهی از خود بروز نمی‌دهند و هنگامی که دوره آموزشی به پایان رسید، دیدگاه‌های یکسانی نخواهند داشت. در نهایت آنها آدم‌های متفاوتی در یک شغل با استراک‌ها و تفاوت‌های نسبی خواهند بود.

در کنار آموزش، استعداد ذاتی و طبیعی افراد در برابر مشاغل گوناگون نیز مطرح است. استعداد، آمادگی و ظرفیت فرد برای یادگیری و انجام هر کار خاص می‌باشد. بدیهی است هر کس نمی‌تواند هر کاری را به خوبی و درستی دیگری انجام دهد. برای هر شغل و وظیفه‌ای استعداد خاصی لازم است. ماهیت کار روابط عمومی به گونه‌ای است که کارگزاران روابط عمومی برای انجام وظایف خود مجبورند با افراد دارای سلیقه گوناگون، تخصص‌های فراوان، منزلت‌ها و جایگاه‌های اجتماعی متفاوت، کار کنند.

این کارگزاران باید بدانند در مؤسسه خود و در موسسات مرتبط کارها چگونه پیش می‌رود و فعالیت‌ها چگونه انجام می‌گیرد و چه اشخاص و افرادی در کار مؤثرند و چگونه می‌توان با آنها کنار آمد و همکاری و ممارست آنها را جلب کرد.

به سبب همین پیچیدگی، حساسیت و اهمیت کار روابط عمومی است که نمی‌توان وظیفه مدیریت واحدهای روابط عمومی را به یک فارغ‌التحصیل جدید رشته روابط عمومی یا فردی باتجربه مهارت‌های ارتباطی اندک سپرد. این کار نیاز به کسب مهارت‌های علمی و تجربی زیادی دارد. اکنون با تنوع کار روابط عمومی، سازمان و واحدهای روابط عمومی گسترش بسیاری یافته است و بخش‌های متعدد و تازه ای به نمودارهای سازمانی روابط عمومی گذشته، افزوده شده است. کار روابط عمومی را باید از تصدی مشاغل کوچک آن آغاز کرد. یک تازه‌کار روابط عمومی باید از کارهای ساده زیر برای کسب تجربه و فراگیری مهارت‌های لازم آغاز کند:

1. مصاحبه‌کننده نظرسنجی‌ها، گردآورنده داده‌های طرح‌های تحقیقاتی؛
2. تهیه‌کننده مطالب اولیه متون سخنرانی؛
3. گزارشگری نشریات کوچک؛
4. دستیاری مسؤول ارتباط با رسانه‌های نوشتاری و الکترونیک؛
5. دستیاری تهیه‌کننده فیلم‌های مستند روابط عمومی و ...

در گذشته مدیران دفاتر روابط عمومی‌ها در پی استخدام افرادی برای دفاتر خود بودند که در مشاغل مرتبط با روابط عمومی نظیر فیلمبرداری، خبرنگاری، تحقیقات اجتماعی، کارهای تئاتر و سینما، چاپ و گرافیک و غیره دارای تجارب عملی باشند. این کار منطقی به نظر می‌رسید. هنوز چنین تمایلی در مدیران دفاتر روابط عمومی وجود دارد. به هر حال به نظر نمی‌رسد مدیری بخواهد فردی را به همکاری بپذیرد که اطلاعات عملی در کار نداشته باشد.

اگر چنین امری صورت گیرد استخدام به صورت آزمایشی است تا فرد در عمل، انگیزه، استعداد، ظرفیت‌ها و قابلیت‌های خود را نشان دهد.

در نتیجه با توجه به انتظاری که از شغل روابط عمومی از افراد تازه وارد می‌رود، مدیران دفاتر روابط

عمومی و مسؤلان استخدام واحدها مي توانند از داوطلبان ورود به كار روابط عمومي را با شش مؤلفه زير ارزيابي كنند.

1. شخصيت ترغيبي

2. منش و رفتار

3. هوش و اعتماد به نفس

4. آموزش و تجربه

5. توانايي اداري و مديريتي

6. ميزان حقوق درخواستي

ويژگي نخست يك كارگزار روابط عمومي اين است كه داراي قدرت ترغيب كنندگي و متقاعدسازي باشد. وي بايد بتواند بدون عصبانيت، خشونت و نشان دادن حالت تهاجمي، به آرامي و صميميت با ديگران ارتباط برقرار كند.

درست است كه دو نفر را نمي توان يافت كه داراي شخصيت يكسان و مشابه باشند، ولي به طور عمده در اين زمينه مي توان افراد به طبقاتي تقسيم كرد. مهم اين است كه فرد بتواند به گونه اي رفتار كند كه ديگران را جذب كند نه آنها را طرد. شايد بتوان عبارت دوست داشتني بودن را در اينجا به كار برد. دوست داشتني بودن همواره با حسن نيت، به فردين توانايي را مي بخشد كه بين افراد، سازمان ها و گروه هايي كه داراي ديده ها و منافع مختلفي هستند، تفاهم و درك متقابل ايجاد كند، بدون آن كه هيچ يك از دو طرف وي را به جانبداري از طرف ديگر متهم سازد يا وي را واجد صفت ناخوشايندي بداند. داشتن استعداد اجتماعي و ترغيبي براي يك فرد شاغل در روابط عمومي ضرورتي هميشگي است.

منش و رفتار

کارمن روابط عمومی نماینده موسسه، مدیریت و کارکنان آن در برابر افکار عمومی، افراد برون سازمان و رسانه‌ها است. رسانه‌ها تماس می‌گیرند، با شخصیت‌های اجتماعی شهر و منطقه ملاقات می‌کند و به دیدار مدیران و کارکنان مؤسسات دیگر می‌رود و نه تنها از سوی آنها دیده می‌شود بلکه افراد به حرف‌های او گوش می‌دهند، نوشته‌های او را می‌خوانند و رفتار او را مورد توجه قرار می‌دهند. قضاوت افراد، مؤسسات، رسانه‌ها و شخصیت‌های جامعه نسبت به مؤسسه براساس قضاوت نسبت به او به وجود می‌آید. وی باید بتواند با انسجام در شخصیت، رفتار مطلوب، تعهد اخلاقی، و تسلط به کارهای و ربوط به خود نظر آنها را جلب کند.

چنین ویژگی‌هایی به طور خود به خود یا تنها از طریق گذراندن یک دوره آموزشی روابط عمومی و کسب یک مدرک دانشگاه حاصل نمی‌شود. دارا شدن منش روابط عمومی و انجام رفتارهای مطلوب پیچیده این شغل حاصل خودشناسی، بصیرت، درون‌نگری و ممارست است. تحصیل در دانشگاه (در این رشته) باید تلاش، بازنگری در رفتار و عادت‌ها و خودسازی همراه باشد. هم اکنون سالانه چندین هزار نفر در سراسر جهان از دانشگاه‌ها در این رشته دانش‌آموخته می‌شوند، تا چه حدودی می‌توان در آنها این ویژگی‌ها را یافت؟ آیا تنها چهار سال در مسیر آموزش‌های روابط عمومی (در یک دانشکده) قرار گرفتن، می‌تواند مبنایی برای ساختن یک شخصیت روابط عمومی باشد؟

هوش و اعتماد به نفس

نسل نخستین هر حرفه و شغل جدید با مشکل عدم روشنی کار، رنج امتحان و دشواری‌های آزمایش و خطا مواجه هستند. افرادی که وارد حرفه‌های جدید جامعه می‌شوند با مصایب تازه بودن و ناهموار بودن مسیر آن روبه‌رو هستند و سؤال‌هایی از انبیا قبیل برایشان پیش می‌آید:

1. این چه نوع حرفه‌ای است؟

2. آیا می‌توان آن را به عنوان یک شغل مادام‌العمر پذیرفت؟

3. آیا انتظارات مادی و معنوی در آن تأمین خواهد شد؟

4. آیا این شغل جذاب و ارضاکننده است؟

5. گذاندن مدارج ترقی در آن به چه شکلی است؟

6. جامعه به آن چگونه می‌نگرد؟ دیگران درباره این شغل چگونه فکر می‌کنند؟

7. مشکلات و مسائل آن چیست؟

وجود چنین پرسش‌هایی در مسأله، هوش بالاتر از متوسط، اعتماد به نفس زیاد و بلندی‌نظر را می‌طلبید. داوطلب کار روابط عمومی باید روش‌های بهره‌بردار عملی از هوش را برای حل مشکلات ارتباطی بداند و ظرفیت‌های تبدیل این توانمندی مغزی را به رفتارهای مطلوب ارتباطی داشته باشد. هوش هنگامی بارور و موثر خواهد بود که بتواند با تجربه‌های معقول، منطقی و عملی به یک رفتار سامان‌دار تبدیل شود. همچنین مسئول روابط عمومی باسد در برابر علت رفتار افراد، نحوه رفتار و تغییرات آن کنجکاو، حساس و جست‌وجوگر باشد. وی باید نسبت به انگیزه‌هایی که در پشت افراد قرار دارند و علت رفتار آنها علاقه‌مند و حساس باشد. مسئول روابط عمومی بدون هوش بالای متوسط، نوآوری و حس کنجکاوی، در کارهایش موفق نمی‌شود. این مهم است که این توانمندی‌های ذهنی باید در او فطری باشد و به طور مصنوعی و ساختگی نمی‌توان به آن تظاهر کرد، زیرا استمرار و دوام نخواهد داشت. به طور مثال این برای یک داوطلب کار روابط عمومی در حقیقت مهم است که بتواند دریابد چرا بعضی‌ها فقط چهارشنبه‌ها به سینما می‌روند، چرا بعضی‌ها که صدای رعد را می‌شنوند می‌لرزند، چرا روزنامه شخصی را می‌خوانند، پیش فالبین می‌روند، به یکدیگر دروغ می‌گویند و از قبول حقیقت طفره می‌روند. کنجکاوی و هوش به یک کارگزار روابط عمومی کمک می‌کند تا جست‌وجوگر، اهل تحقیق و یابنده ریشه رفتارها باشد و مردمی را که این رفتارها از آنها بروز می‌کند، بهتر بشناسد و به آنها در هنگام ضرورت، اطلاعات مؤثر و فراخور حالشان بدهد، تا بتواند احتمال تغییر در عقیده و گرایش‌های آنها را افزایش دهد.

آموزش و تجربه

چنانچه پیشنهادهایی را که برگزاران موفق و کار کشته روابط عمومی در زمینه مطالب آموزشی و تجارب مورد نیاز آن رشته ارائه داده‌اند، فهرست‌وار بنویسیم سیاهه بلندی خواهیم داشت. کوتاهترین فهرست متون آموزشی و مهارت‌های لازم می‌تواند در دو ستون آموزش و تجربه بدین شکل تهیه شود:

تجارب	دانش‌ها
تجارب نخستین در مشاغل روابط عمومی	اقتصاد
مسافرت	روانشناسی
فن خطابه و بیان	علم حکومت
تبلیغات بازرگانی	مدیریت و علوم اداری
ویراستانی	جامعه‌شناسی
مددکاری، خدمات اجتماعی	تاریخ
فروشنده‌گی	حسابداری
اطلاعات عملی در زمینه رادیو، فیلم، مطبوعات و ...	فلسفه
انجام تحقیق عملی	نگارش

در طول دهه‌های گذشته دانشکده‌هایی که دارای رشته روابط عمومی هستند، کوشش قابل‌تحصینی برای آموزش‌های تئوری روابط عمومی به عمل آورده‌اند. آموزش در دروس ارتباط با پیش‌نیازهای دروس علوم اجتماعی و اقتصادی مبنای خوبی برای آموزش این رشته بوده است ولی تحقیق نشان داده است که تجارب عملی دارای ارزش همسنگ با آموزش تئوری می‌باشد که در مراکز آموزشی روابط عمومی به

آن چندان پرداخته نشده است.

دانشجویان روابط عمومی علاوه بر کارهای نوشتاری و گفتاری و کسب تجاری رادیویی و تلویزیونی باید با شرکت در جلسات بحث و گفت‌وگو، تهیه متون تبلیغاتی، مقاله‌نویسی، ویراستاری، فروشندگی، شرکت در مناسبت‌های ویژه با گوشه‌های ناپیدای فعالیت‌های روابط عمومی آشنا شوند. باید به این آموزش‌ها و کسب تجربه‌ها داشتن قدرت اجرایی، همکاری، رهبری، و سرپرستی را نیز افزود.

کارگزاران روابط عمومی باید با کمک کارکنان بخش خود، جلب همکاری دیگران و اداره عملی مدیریت کارها را به انجام رسانند. بر اساس نظریه بورلی گاردنر (یکی از صاحب نظران علوم اداری و مدیریت)، وجد 12 خصیصه زیر به طور معمول موجبات شکسته را فراهم می‌کند:

1. دارا بودن ذهنی که به صورت افراطی به جزئیات توجه می‌کند.
2. شکست در انجام مسئولیت‌ها؛
3. تمایل ناخودآگاه برای بودن فرد دیگری؛
4. تمایل ناخود آگاه برای بودن چیزی؛
5. عدم توانایی در حفظ آرامش درونی و صبر در امور؛
6. عدم توانایی در باز کردن فضا برای دیگران و کار با دیگران؛
7. مقاومت کردن در برابر مقامات بالای سازمان؛
8. تکبر ورزیدن در برابر دیگران؛
9. داشتن تعصبات بیجا که مانع قضاوت و ارزیابی می‌شود؛
10. تأکید بیش از حد بر کارها و نگذاشتن وقت برای فعالیت‌های فردی، خانوادگی و اجتماعی؛
11. تمایل به نابودی خود بری رسیدن به موفقیت؛

12. نابسامانی و آشفتگی ذهن؛

مدیران از کارگزاران روابط عمومی انتظار دارند که در حیطه فعالیت و مسئولیت خود قدرت رهبری و اداری داشته باشند. این بدان معنی نیست تا از آنها خواسته شود تا مانند فیلد مارشال‌ها فرماندهی کنند، بلکه منظور این است که بتوانند افراد و تجهیزات را به گونه‌ای برای برنامه و طرح سازمان، ساماندهی کنند که با توجه به بودجه و زمان بهترین نتیجه به دست آید.

میزان حقوق

بررسی تاریخ روابط عمومی نوین تردیدی به جای نمی‌گذارد که این حرفه برای پیشگامان در زمینه‌های مالی دلگرم‌کننده بوده است. گسترش روز افزون روابط عمومی‌ها هم از نظر وظایف و حیطه مسئولیت‌ها و هم از نظر ضرورت ایجاد آن در مؤسسات، وجود فرصت‌های شغلی فراوان را در روابط عمومی نوید می‌دهد. در مورد میزان دستمزد داوطلبان ورود به شغل روابط عمومی همان قانون قدیمی عرضه و تقاضا حکومت می‌کند ولی به هر حال کم کار کردن و زیاد پول گرفتن وجود نخواهد داشت. هر ساله بر تعداد متقاضیان کار تحصیل کرده، افزوده می‌شود. کارفرمایان و مسؤولان استخدام نیز تجربه آن را پیدا کرده‌اند که به ازای هر واحد پول که می‌پردازند، مطالبه کار بیشتر و بهتری بکنند.

نمایه امتیازات روابط عمومی

در پایان به عنوان بازنگری نکاتی که در این نوشتار درباره ویژگی‌های مسؤولان روابط عمومی آمده، برای آگاهی کسانی که می‌خواهند در حرفه روابط عمومی آینده شغل خود را طرح‌ریزی کنند، نمایه امتیازات پیشنهاد می‌شود. تضمینی درباره این فهرست وجود ندارد ولی مطالب آن براساس ارزیابی، سنجش و مطالعه دقیق تهیه شده است.

50 سؤال در زمینه گوناگون ارائه شده است. هر سؤال حداکثر دو نمره دارد، در نتیجه حداکثر امتیازات نمایه 100 است. فردی که پایین‌تر از 60 امتیاز دریافت کند در زمینه این کار ضعیف است. کسانی که امتیاز بین 60 تا 70 را کسب می‌کنند باید به سؤالات بازگردند و به بازنگری و حیطة عملی که در آن زمینه امتیاز نیاورده‌اند، بپردازند و نقاط ضعف خود را بشناسند و با تلاش و ممارست کاستی خود را از بین ببرند. دارندگان امتیازات بالای 70 به نظر می‌رسد که ویژگی‌های لازم را برای حل همه انواع مسائل و کارهای روابط عمومی دارا می‌باشند و در این فهرست ویژگی‌های معمول ما از یک نامزد کار روابط عمومی انتظار داریم، آورده باشد.

نمایه امتیازات روابط عمومی سؤال‌های مربوط به شخصیت

1. تعادل روحی و خوشرویی
2. تمایل ملاقات با مردم با راحتی و آسانی
3. توانایی اداره گفت‌وگوها و مذاکرات
4. استعداد شوخی و بذله‌گویی
5. توانایی پشت سر گذاشتن شکست‌ها و ناامیدی‌ها به راحتی
6. توانایی ترغیب دیگران به دفعات مکرر
7. توجه به ظاهر افراد
8. داشتن استعداد ارائه و نمایش کارها
9. خلاقیت
10. موقع‌شناسی

11. استعداد استفاده از کلمات و ترکیبات
12. اعتقاد به این که انسان‌ها بالفطره خوب هستند
13. توانایی جلب اعتماد دیگران
14. توانایی تسلیم شدن به اصول مهم
15. توانایی عملی کردن قول‌ها و گفته‌های خود
16. داشتن شهرت در حسن قضاوت
17. متصف بودن به اخلاق پسندیده
18. قاطعیت
19. رعایت اخلاق در داد و ستدها

هوش

20. داشتن معدل نمرات دوران تحصیل دبیرستان بالاتر از متوسط
21. توانایی لذت بردن هنگام گوش دادن
22. داشتن حس کنجکاوی
23. داشتن علاقه و توجه در برابر رفتار دیگران
24. علاقه به بودن در کنار مردم
25. علاقه به نوشتن
26. عادت به خواندن در هر روز

دانش تجربه

27. داشتن مدرک دانشگاهی
28. درک سیستم اقتصادی کشور
29. درک سیستم حکومتی و شناخت ساختار قدرت در کشور
30. شناخت اهداف کارگران و کارمندان
31. شناخت مسائل رفاه اجتماعی
32. قدرت صحبت کردن بر اساس تفکرات درونی خود
33. عادت به کار گیری نکات دستوری در گفتار و درست صحبت کردن
34. آگاهی از دانش اجتماعی
35. توانایی تهیه متون نوشتاری مطبوعات
36. شناخت نحوه کار وسائل ارتباطی جمعی
37. توانایی تهیه متون برای پخش در رادیو، تلویزیون و تجهیزات الکترونیکی
38. داشتن تجربه در زمینه مسائل تفریحی، سرگرمی و خدمات اجتماعی
39. داشتن تجربه در فروشندگی و تبلیغات تجاری
40. داشتن تجربه در زمینه سنجش افکار عمومی

توانایی‌های مدیریتی و رهبری

41. تمایل به یادگیری در زمینه مسائل اداری و تجاری
42. دانستن اطلاعات پیرامون حسابداری

43. توانایی آموزش دادن به دیگران
44. اعتقاد به این که هر کس دارای نقطه نظرها و دیدگاههای خاص خویش است
45. توانایی پذیرش مجازات خطاهای خود
46. لذت بردن از کار و خوشرویی در حین انجام کار
47. داشتن صبر
48. تمایل به پیگیری دستورات
49. نداشتن تعصب و پیش داوری
50. داشتن قدرت ساماندهی

جمع امتیازات: 100

منبع:

Effective Public Relative

By: scott M.Cutlip and Allen H.Center,PP Preuttee- Hall. Inc, New York

U.S.A 1987