

سه‌گانه روابط عمومی فعال

روح‌الله قاسمیان رئیس اداره کل روابط عمومی و امور مشتریان بانک قرض‌الحسنه مهر ایران در یادداشتی به تشریح ویژگی‌های روابط عمومی فعال پرداخت.

به گزارش سایت خبری پرسون، روح‌الله قاسمیان در یادداشتی نوشت:

«هر فعال حرفه‌ای حوزه روابط عمومی لازم است ویژگی‌های مختلفی داشته باشد، اما همه آن‌ها را می‌توان در سه ویژگی مهم و کلی‌تر دسته‌بندی کرد.

یکم، تحصیلات. نگاه به روابط عمومی در کشور ما آن طور که باید دانش‌محور نیست. همچنان شاهدیم که در بسیاری از سازمان‌ها فارغ‌التحصیلان رشته‌های مختلف را در بخش روابط عمومی به کار می‌گیرند. این در حالی است که ۵۵ سال از ورود رشته‌های دانشگاهی ارتباطات اعم از روزنامه‌نگاری و روابط عمومی به کشورمان می‌گذرد. افزون بر این، فعالیت در یکی از حساس‌ترین بخش‌های سازمان، حتماً نیازمند داشتن تخصص و دانشی است که مسیر کسب آن از دانشگاه می‌گذرد. کما اینکه سیاست‌گذاری برای یک سازمان در حوزه افکار عمومی چیزی نیست که بدون داشتن تحصیلات دانشگاهی مرتبط و صرفاً با اتکا به سایر ویژگی‌های لازم برای فعال روابط عمومی بتوان آن را به‌درستی انجام داد.

دوم، مهارت. هر فعال روابط عمومی باید در یک یا چند حوزه تخصصی مرتبط مهارت‌های لازم برای شغل خود را داشته باشد. چه بسیار فارغ‌التحصیلان دانشگاهی که بنا به مشکلات نظام آموزشی و مدرک‌گرایی، عدم آموزش مهارت‌های لازم برای کار در دانشگاه و... توانایی لازم را برای فعالیت در بخش روابط عمومی ندارند. روابط عمومی سازمان محلی برای کارآموزشی اشخاص نیست و لازم است فرد به سطحی از توانایی علمی و مهارتی رسیده باشد که بتواند به‌طور مستمر و خلاقانه به چرخش بهتر چرخ روابط عمومی سازمان کمک کند.

سوم، شخصیت. در اغلب تحقیقات و نظرسنجی‌های مرتبط با مشاغل، روابط عمومی یکی از پراسترس‌ترین مشاغل ارزیابی می‌شود. کار کردن در بخش روابط عمومی نیاز به صبوری، آستانه تحمل بالا، خوش‌رویی، آمادگی کار در ساعات و روزهای تعطیل، کنترل استرس، سرعت عمل، خلاقیت و... دارد. مشخص است که هر کسی نمی‌تواند در این بخش فعالیت کند و موفق باشد. فعالیت افراد فاقد ویژگی‌های شخصیتی لازم، باعث آسیب دیدن شخص، روابط عمومی و کلیت سازمان خواهد شد. روابط عمومی جای افرادی نیست که علاقه دارند یک کار ثابت را انجام دهند و در ساعات مشخصی از روز در محل کار خود حاضر شوند. روابط عمومی مناسب افراد خلاق است که می‌دانند فرآیند اطلاع‌رسانی قابل توقف نیست و ممکن است در هر زمان و هر مکان کاری به آن‌ها ارجاع شود. روابط عمومی جای افرادی است که در سخت‌ترین شرایط نیز لب‌بخت از روی لب‌هایشان محو نمی‌شود.

خوشبختانه در سال‌های اخیر و با تأسیس بانک‌های قرض‌الحسنه از انحراف منابع این بخش جلوگیری شد، به‌طوری که تمام منابع بانک‌های قرض‌الحسنه صرف پرداخت وام بر اساس همین عقد می‌شود. مشتریان این بانک‌ها نیز جزو خوش‌حساب‌ترین مشتریان شبکه بانکی کشور به شمار می‌روند و بانک قرض‌الحسنه مهر ایران، کمترین میزان معوقات را در بین بانک‌های کشور دارد. بر همین اساس پوشش اخبار حوزه بانکداری اسلامی و به‌طور ویژه ترویج عقد قرض‌الحسنه از اهمیت ویژه‌ای برخوردار است. بانکداری قرض‌الحسنه می‌تواند با تخصیص منابع ارزان‌قیمت به مردم و بنگاه‌های اقتصادی، شرایط را برای آن‌ها آسان کرده و یاری‌رسان اقتصاد کشور باشد. بی‌شک در این حوزه بانک قرض‌الحسنه مهر ایران به‌عنوان اصلی‌ترین متولی گسترش قرض‌الحسنه در کشور، کنار رسانه‌هاست و از هر گونه تعامل سازنده و آگاهی‌بخش با آن‌ها استقبال می‌کند.»