

## آموزش، زمینه‌ساز تحول در روابط عمومی‌های صنعت نفت

روابط عمومی اگرچه بر اساس قواعد و تعاریف امروزی سابقه‌ای یکصدساله در جهان و پیشینه‌ای پنجاه ساله در ایران دارد اما دستاوردها و محصولات نهایی آن و اثر راهبردی که در خط سیر حرکتی جوامع و سازمان‌ها بر جای می‌گذارد، آنچنان پراهمیت است که با وجود سابقه نه چندان زیادش در جوامع بشری به سرعت، جامعه علم و هنر را بر تن کرد و به یکی از ارکان غیر قابل تفکیک جوامع پویا و مایل به پیشرفت بدل شد. اکنون این پرسش کلیدی مطرح است که چگونه می‌توان این رکن موثر جوامع انسانی و سازمانی را با آهنگ رشد سریع و تحولات فاقد ایستایی در زندگی انسان هم‌نوا و هم‌پا ساخت؟ تردیدی نیست که انجماد و اتکا به دستاوردهای سنتی در این عرصه می‌تواند به سقوط آزاد و رکود در دستاوردهای موثر منتهی شود.

واقعیت اینجاست که آموزش مستمر در حوزه روابط عمومی به شرط آنکه همگام با پیشرفت‌های علمی باشد، قطعاً به تعالی هنر خلاقیت روابط عمومی منجر می‌شود. در حقیقت برای تثبیت جایگاه روابط عمومی، آموزش مستمر افراد و مجریان استراتژی‌های ارتباطی به ویژه در سطح سازمان‌های خواهان رشد در دو بعد علمی و تئوریک، به همراه شناخت صحیح و اشراف کامل بر مولفه‌های موثر این حرفه يك الزام بنیادین و حاوی نقش اساسی در راه توسعه فرهنگی، سیاسی و اقتصادی است.

مقاله حاضر بیشتر بر جنبه‌های اثر گذار آموزش در روابط عمومی برای مواجهه صحیح با محیط بیرونی تاکید دارد، هر چند از اثر آن بر محیط درون سازمانی نیز غافل نیست. باید پذیرفت که نتیجه مطلوب حاصل از برقراری مواجهه میان روابط عمومی و محیط بیرونی سازمان نقشی تعیین‌کننده در راهبردی سیاست‌ها و حصول نتایج آن سازمان دارد. اگر افراد شاغل در روابط عمومی به دلیل فقدان مهارت‌های ناشی از رشد علمی جهان نتوانند به صورت صحیح با محیط بیرونی سازمان خود و به طور خاص جامعه هدف سازمانی خود ارتباط برقرار کنند نباید تردید داشت که اصولاً ماهیت اصلی روابط عمومی برای کمک به کسب اهداف سازمانی از دست می‌رود. همچنین نباید از نقش آموزش‌های تخصصی در حوزه کاری اصلی سازمان برای تعالی مقوله روابط عمومی غافل شد؛ از آنجا که روابط عمومی در واقع درجه میزبانی از جامعه هدف سازمان است، دانستن زیر و بم‌ها و مطلع بودن از برخی جزئیات عملکرد هر سازمان می‌تواند گفت‌وگویی کوتاه نماینده روابط عمومی آن سازمان با فرد یا افرادی از جامعه بیرونی را به سرآغاز حرکتی مولد و موثر در سطح سازمان تبدیل کند. مصداق بارز این موضوع را می‌توان در فعالیت‌های نمایشگاهی بسیاری از سازمان‌ها رصد کرد، افراد شاغل در روابط عمومی‌ها به دلیل ماهیت کاری خود عمدتاً در محیط‌های نمایشگاهی نقش پل ارتباطی سازمان‌ها با بازدیدکنندگان را ایفا می‌کنند، در برخی موارد این کارمندان آموزش دیده روابط عمومی در اولین مواجهه با بازدیدکنندگان، سطحی مطلوب از خواسته‌های سازمان خود را به بازدیدکننده منتقل کرده و در گفت‌وگویی کوتاه زمینه همکاری موثری را فراهم می‌کنند اما به موازات شاهدیم که در برخی موارد نیز به دلیل فقدان آموزش حرفه‌ای و تخصصی و اتکای صرف به آموزش‌های منسوخ و کهنه، فرد مستقر در محیط نمایشگاهی نه تنها نمی‌تواند زمینه همکاری و تعامل سازمان خود را بالا ببرد بلکه ممکن است به دلیل عدم برقراری ارتباط صحیح با محیط بیرونی به روند همکاری‌های سازمان خود نیز آسیب‌های جدی وارد کند.

با این وصف در پذیرش لزوم آموزش حرفه‌ای در حوزه علم- هنر روابط عمومی در ایران به صورت مستمر و همگام با آهنگ رشد جهانی مجال تردید باقی نمی‌ماند، اما به اعتقاد نگارنده این الزام در حوزه صنعت نفت بیش از سایر عرصه‌ها به چشم می‌خورد، البته این اعتقاد هرگز به معنای ضعف در سطح عملکرد و دستاوردهای روابط عمومی‌های این صنعت نیست، بلکه منطبق این اعتقاد بر این است که صنعت نفت در افق چشم‌انداز بلندمدت کشور ایران بیشترین مسوولیت را در تامین آرمان توسعه پایدار دارد، همچنین این بخش از اقتصاد ایران برابر آمارها و مستندات رسمی، بیشترین وظیفه را در توسعه صنعتی و کسب تعامل با جهان دارد. به همین دلیل باید ادعا کرد مجموعه روابط عمومی‌های صنعت نفت، تامین بخش مهمی از اهداف کلان این صنعت را برعهده خواهند داشت حتی اگر این وظیفه به صورت سازمانی به آنها ابلاغ نشود اما ماهیت حضور روابط عمومی در کالبد سازمانها اصولاً این وظیفه را به آنها تفویض می‌کند که باید در بسط روابط برون سازمانی صنعت نفت و ترسیم چهره‌ای توانمند و آماده برای توسعه همکاری‌ها از سازمان خود به ایفای نقش ممتاز و موثر بپردازند. بدیهی است که چنین وظیفه بزرگ و خطیری تنها با حضور کارکنانی آموزش‌دیده و افرادی آشنا به تحولات ارتباطی جهان میسر و مقذور خواهد بود.

حقیقت این است که روابط عمومی بالنده، عالم و هنرمند، کلید باز شدن دروازه‌های تعامل و پیشرفت به روی صنعت نفت است. برای رسیدن به چنین جایگاهی، روابط عمومی‌های صنعت نفت نیازمند آموزش مستمر و حرفه‌ای هستند. در چنین شرایطی نباید تردید کرد وظیفه سرنوشت‌سازی که برای پیشبرد اهداف توسعه‌ای صنعت نفت بر عهده روابط عمومی‌های این صنعت گذارده شده است، مطالبه نسل امروز و ایرانیان فرداست، پس باید برای نوسازی آموزشی در روابط عمومی‌های صنعت نفت و ارتقای سطح علمی این بخش با سرعت به تدوین استانداردها و روش‌های اجرایی مربوط به آن پرداخت. شورای هماهنگی روابط عمومی‌های صنعت نفت به تازگی با تشخیص این الزام راهبردی، برنامه‌هایی را برای تحول آموزشی در روابط عمومی‌های این صنعت تدوین کرده است که جای تقدیر و ستایش دارد اما این نکته مهم است که خود سازمان‌ها و شرکت‌های زیرمجموعه صنعت نفت نیز باید برای این تحول و پذیرش اصل آموزش مستمر آماده شده و آن را در قواعد سازمانی خود قرار دهند.