روابط عمومی: پاسخگو به نیازها و دردهای مشترک/ گفت و گو

عریض، لیلا

پرسان فومنی، حسین

حسین پرسان فومنی مدیر روابط عمومی و ارشاد اسلامی کشتیرانی‏ جمهوری اسلامی ایران و عضو هیئت‏ مدیره انجمن،روابط عمومی ایران‏ همکاری می‏کند.وی کار اداری را در بخش آموزش شروع کرد و پس از آن از سال 1366 در کشتیرانی‏ جمهوری اسلامی ایران به کار خود ادامه‏ می‏داد.

پرسان از 1371 مدیر مسؤول‏ ماهنامه پیام دریا با خطمشی علمی‏ اقتصادی است.به گفته او پیام دریا نشریه‏ای فرا سازمانی و بین‏المللی‏ است که به دو زبان فارسی و انگلیسی‏ منتشر می‏شود.

تحصیلات وی در رشته الهیات و معارف اسلامی در مقطع کارشناسی‏ است.

با وی به گفت‏وگو نشستیم و دستاورد خود از این جلسه را برای شما به‏ ارمغان آوردیم: روابط عمومی:لطفا در خصوص عوامل‏ مؤثر در همکاری خود با انجمن روابط عمومی ایران توضیحاتی ارائه دهید.

پرسان:قطعا هرکس که در سازمانها و روابط عمومی‏ها انجام وظیفه می‏کند، بصورت طبیعی به مراکز و منابعی که‏ بتوانند نیازهای حرفه‏ای و صنفی او را پاسخ گویند،گرایش به همکاری خواهد داشت.

در این تشکیل انسان با کسانی روبرو می‏شود که با یکدیگر هم‏زبان،نیاز و درد مشترک دارند و در انجمن روابط عمومی‏ است که به نیازها پاسخ داده می‏شود و برای مشکلات،راه‏حل پیشنهاد می‏گردد.

پس تمایل بله همکاری با انجمن،جای‏ سئوال دارد.

روابط عمومی:شما از فعالیت‏های‏ انجمن از بدو تأسیس آن،چه ارزیابی‏ دارید؟

پرسان:بسیاری معتقدند که هر تشکلی‏ اگر خواستار رسیدن به کمال،پیشرفت، تعالی و اهداف آرمانی است،باید به‏ عامل تدریج و طی زمان اهمیت بدهد.هیچ‏ تشکل صنفی و جمعی نیست که مشمول‏ گذر زمان نباشد.در طول تاریخ اگر توجه کنیم خواهیم فهمید که هر تمدن، (به (به‏صفحه تصویرمراجعه شود) جامعه و انجمن با گذشت زمان به تعالی‏ رسیده است.پس عامل تدریج و طی‏ زمان،یک اصل پذیرفته شده می‏باشد.با توجه به مطلب فوق،همین‏که انجمن‏ روابط عمومی ایران تحت عنوان یک نام و افراد عضو با وظیفه و نیازی مشترک‏ تشکیل شده بسیار با ارزش است.چرا که‏ از مدتها پیش خلأ این تشکل احساس‏ می‏شد.البته عده‏ای با همت و پشتکار خود این جمع را ایجاد کردند و فعالیت‏ می‏کنند.

باید توجه داشته باشیم که اصولا هویتی‏ تحت عنوان انجمن روابط عمومی ایران‏ موضوعیت وجودی دارد و پس از تشکل و انجام فعالیت،باید با همنشینی و همدلی‏ بیشتر جهت رسیدن به نقطه آرمانی‏ تلاش بیشتری شود.بسیاری از تشکلها با عناوین و محل‏های مختلف فعالیت‏ می‏کنند و تشکیل انجمنی برای روابط عمومی به جهت اهمیت بسیار زیاد روابط عمومی در تشکیلات سازمانی محسوس، است.به نظر من وجود چنین انجمنی‏ نه‏تنها ضروری است بلکه حیاتی است و باید افرادی که دارای درد مشترک هستند انجمن را از خودشان بدانند و به مشارکت آنها بپردازند.

روابط عمومی:باتوجه به پیشرفت‏ فعالیتهای انجمن از آغاز تاکنون، جهت فعالیتهای بیشتر انجمن،چه‏ پیشنهادی ارائه می‏دهید؟

پرسان:اگر آنچه به‏عنوان اساسنامه‏ انجمن روابط عمومی ایران مورد تأیید قرار گرفته است،به‏عنوان مرامنامه تلقی‏ می‏شود و مبنای حرکت و فعالیت ما قرار گیرد،باتوجه به اهداف و نیازهای‏ مشترک می‏توان گفت که انجمن روابط توانست به‏طور شفاف،واضح و روشن‏ آرمان فعالیتهای روابط عمومی را ترسیم کند.پس همه همت و تلاش اعضاء بایستی در این باشد که نوشته‏ (مرامنامه)را به فعلیت برسانند و در این‏ راستا پیشنهاد من این است که مبنا و ملاک فعالیتهای ما رعایت دقیق‏ اساسنامه باشد چرا که بی‏اعتنایی به آن‏ آفت بزرگی جهت تهدید و آسیب به‏ انجمن است.

روابط عمومی:به نظر شما انجمن‏ روابط عمومی ایران دارای چند نقطه‏ ضعفی است؟

پرسان:من بیشترین ضعف را نه در خود انجمن بلکه در اعضاء می‏دانم.

انجمن به تنهایی و مجرد از اعضاء، هویتی ندارد و آنچه انجمن را با مخاطبان پیوند می‏دهد،وجود اعضاء است.متأسفانه هنوز وجود انجمن به‏ عنوان پایگاه و جایگاهی که ملجأ باشد و به نیازهای صنفی پاسخ روشن و واضح‏ بدهد شنالخته نشده است.این ضعف‏ ناشی از کمی مشارکت و جلب مشارکت‏ اعضاءو هیئت‏مدیره است و بخشی‏ به مشکلات روابط عمومی در جامعه ما برمی‏گردد.اگر این مسئله را مورد تجزیه‏ و تحلیل و دقت قرار دهیم،خواهیم دید که‏ تنها انجمن روابط عمومی است که‏ بعنوان یک هویت مستقل و دارای پیام‏ می‏توانند به نیازها پاسخ دهد و به ارائه راه‏ حل بپردازد.

لازم به ذکر است که روابط عمومی و انجمن روابط عمومی در کشور ما همانند طفلی است که بیش از ده سال از عمرش‏ نگذشته و ما باید همین مقدار از آن‏ انتظار داشته باشیم و براساس‏ تشکیلاتی که چندین سال از تشکیل و فعالیتشان می‏گذرد در مورد انجمن‏ روابط عمومی ایران قضاوت نکنیم.

روابط عمومی:باتوجه به وسعت‏ فعالیت روابط عمومی،آیا فعالیت‏ انجمن رواطب عمومی در داخل کشور کافی است و ضرورتی برای ایجاد ارتباط با انجمن‏های سایر کشورها و انجمن‏های بین‏المللی وجود ندارد؟

پرسان:فقط کمتر کسی است که به این‏ سئوال پاسخ مثبت ندهد.ایجاد ارتباط با سایر کشورها و انجمن‏های بین‏المللی نه‏ تنها ضروری است بلکه یکی از اهداف‏ اولیه و مورد توجه ماست.اگر روابط عمومی را جدا از آنچه در نظام ما تعریف‏ شده است.یک تحفه غربی بدانیم باید به‏ این نکته توجه کنیم که استفاده از تجارب،اندوخته‏ها،امکانات و دستاوردهای سایر کشورها نباید مصنوع غرب و میوه ممنوعه نامیده‏ شود.اگر دوره درخشان تمدن اسلامی‏ را در صدر اسلام مورد مطالعه قرار دهیم خواهیم فهمید،از دلایل دستیابی‏ مسلمانان به تمدنی درخشان،تساهل علمی بوده است.ممکن است تساهل‏ فرهنگی قابل‏قبول نباشد اما باتوجه به‏ احادیث و روایات موجود،تساهل علمی‏ مورد تأکید قرار گرفته و حتی استاد شهید مطهری در کتاب(خدمات متقابل‏ ایران و اسلام)به این نکته اشاره دارد که‏ از رموز دستیابی به تمدن درخشان، برخورد تساهل علمی مسلمانان با خارج‏ از مرزها بوده است و یا در جایی آمده‏ که:(علم را فرا گیرید حتی اگر در دورترین نقاط باشد.)

ارتباط انجمن روابط عمومی با انجمن‏های بین‏المللی در خارج از کشور بسیار ضروری است و اعضای هیئت‏ مدیره به این نکته مهم باید توجه داشته‏ باشند.چون روابط عمومی علم است و در تعریفی دقیق‏تر،روابط عمومی هنری‏ است که با علم توأم شده است.

اگر بخواهیم به صورت علمی راهی ارائه‏ دهیم،باتوجه به اعتبار نهضت و انقلاب‏ در کشور ما و پیام نویی که در دنیا مطرح‏ کرده‏ایم سعی در گسترش این انقلاب با شیوه‏های نوین،جایگاه ارزنده‏ای دارد.

ما در زمینه روابط عمومی باید حرفی‏ متفاوت و مؤثر از آنچه در دنیاست‏ بیان کنیم و در عین حال نسبت به‏ دستاوردها و تجارب سایر کشورها بصورت یک میوه ممنوعه ننگریم چرا که‏ این دو مانعةالجمع نیستند.هر فرمولی‏ در هر جامعه‏ای نتیجه‏ای یکسان نخواهد داد چرا که فرهنگ،بافت،زیرساختها و شخصیتهای هر جامعه متفاوت از جامعه‏ای دیگر است.باتوجه به گذشت‏ 19 سال از انقلاب و توجه به عامل تدریج‏ و طی زمان،باید روابط عمومی نسبت به‏ سالهای گذشته متفاوت و جوابگوی نیاز فعلی جامعه باشد.

روابط عمومی:در خصوص ارتباط مستمر انجمن روابط عمومی ایران با رسانه‏ها ارتباطجمعی چه دیدگاهی‏ دارید؟

پرسان:در گذشته انجمن روابط عمومی‏ ایران چندان ارتباطی با سایر رسانه‏های‏ جمعی نداشت اما در ترکیب جدید هیئت مدیره به‏عنوان دستور کار مورد نظر قرار گفته است.هیئت مدیره انجمن‏ لزوم ارتباط با رسانه‏ها را لمس کرده و سعی در ایجاد ارتباطی مستمر با این‏ رهبران فکری داشته است تا جایی که هم‏ از رسانه‏های مکتوب و هم از رسانه‏های‏ نوشتاری کمک گرفته است.البته این‏ توجه کافی نیست و باید دقت و سرمایه‏گذاری بیشتری در این زمینه‏ انجام گیرد چون نقش رسانه‏ها در تنویر افکار عمومی غیرقابل انکار است.در ضمن،ایجاد ارتباط با رسانه‏ها باید از رسانه‏های ارتباطجمعی نیز پرسیده‏ شود.

روابط عمومی:به‏عنوان آخرین سؤال، بفرمایید که برای پیشرفت روابط عمومی‏ها چه پیشنهادی دارید؟

پرسان:یکی از مشکلات ما در بخش‏ روابط عمومی‏ها این است که تعریفی‏ مشخص و منطبق با فرهنگ و مرزوبوم‏ خود نداریم.در بسیاری از دستگاه‏ها با عناوین مختلفی چون روابط عمومی و امور بین‏الملل،روابط عمومی و اداره ارشاد اسلامی،روابط عمومی و دبیرخانه و...مواجه هستیم.هر سازمان،وزارتخانه و دستگاهی باتوجه‏ به آگاهی و تعریف خود از روابط عمومی،آنرا تعریف می‏کند.

براساس تجربه ده ساله خود و همکاریهایی که در این زمینه با دوستانم‏ داشته‏ام،روابط عمومی با سه مشکل‏ اساسی روبرو است: 1-روابط عمومی در سازمانها و وزارتخانه‏های مملکت ما وجودش‏ ضروری و حیاتی تلقی می‏شود در حالیکه باید غیراز این باشد وگرنه هر فعالیتی خنثی خواهد بود.بطور مثال‏ همانطوریکه در یک سازمان حفظ امنیت ضروری است و جهت آن‏ نیروی انتظامی وجود دارد،باید وجود روابط عمومی در سازمان احساس شود تا ایجاد شود.

2-هر وزیر،مدیر و رئیسی به فراخور و اقتضای دانش،معلومات،تجربه و درک‏ خود از روابط عمومی تعریفی ارائه‏ می‏دهد و در تمام کشور یک تعریف‏ قانونمند از روابط عمومی موجود نیست‏ در حالیکه باید تعریف علمی آن مشخص‏ شود تا جایگاهش معین گردد.

3-متخصص نبودن کارکنان در روابط عمومی سومین مشکل است.همانطور که‏ یک روابط عمومی فعال و با تحرک در برابر مدیریتی که تعریف درستی از آن‏ ندارد نمی‏تواند بثصورت واقعی خود را نشان دهد،مدیریتی هم که باوجود تعریفی صحیح از روابط عمومی هیچ‏ تحرک و پیشرفتی از کارکنان نبیند امکانات و هزینه‏ای برایش قائل نخواهد شد.این دو باید توأمان باهم حرکت کنند تا بتوانند انتظارات مخاطبان را جوابگو باشند.

درجامعه ما برای انجام هر برنامه‏ای‏ فضاسازی و فراهم کردن بستری مناسب‏ توسط روابط عمومی‏ها ضروری است‏ چرا که در غیر این صورت به جرأت‏ می‏گویم که صددرصد بلاثمر و بی‏نتیجه‏ خواهد بود.

ما در عصری زندگی می‏کنیم که مدیریت‏ روابط عمومی P.R.M شخص دوم در هر دستگاهی است و در کشور ما متأسفانه‏ چرخ پنجم می‏باشد.