

روابط عمومی در قرن بیست و یکم

21

وسایل برای بشر جنبه مخرب خواهد داشت.

وی افزود: امروز ما نمی‌توانیم ادعا کنیم که در قرن ارتباطات قرار گرفته ایم این نامگذاری مربوط به ایران نیست، اگرچه دنیا وارد قرن ارتباطات شده اما مملکت ما هنوز حتی نیم قدمی هم در این راه برنداشته است. وسایل و امکانات در دسترس هست ولی آیا ما توانستیم از این امکانات استفاده کنیم؟ آیا واقعاً به معنای اخص کلمه توانستیم سهمی در این قرن داشته باشیم؟ نگاه مختصری به نتیجه کارهایمان در بهره‌گیری از این امکانات متأسفانه نمره خوبی نصیبمان نخواهد کرد و شاید از بیست نمره یک یا یک ونیم به ما بدهند. چرا؟ طبیعاً مشکلات و مسائل فراوانی که در بهره‌برداری از این امکانات وجود دارد، رکن اساسی این عقب‌ماندگی است. چگونه می‌توانیم در مسیری گام برداریم تا به نتیجه مورد نظر دست پیدا کنیم؟ اینها سؤالاتی است که باید به آن پرداخت و اگر می‌گوییم ما در قرن ارتباطات قرار داریم دلیل بر این نیست که جامعه ایرانی در مسیر واقعی دستیابی به چنین هدفی هم‌اکنون قرار دارد، هنوز باید راه درازی پیماییم تا در آن نقطه خاصی که برایمان امکان اطلاق برای ورود به قرن ارتباطات باشد، دستیابیم. اگر ما نتوانیم خود را به آن هدف نهایی برسانیم گرفتاریهای بسیاری در پی خواهد بود و ما را در هم خواهند کوبید.

دکتر حسین ابوترابی‌ان سپس با بیان مثالی واقعیت‌کنونی ارتباطات را در کشور چنین توصیف کرد و گفت: وقتی یک روستایی به شهر می‌رود، بعد از برگشت به روستا و با زدن عینکی در بین روستائیان بالا و پایین حرکت می‌کند. آیا واقعاً این روستایی با آن عینکی که زده می‌تواند خود را یک شهری یا باسواد قلمداد کند. مسلماً خیر. ما مانند آن روستایی هستیم که عینکی زده‌ایم و به روستا برگشتیم ولی از آنچه که باید داشته باشیم متأسفانه غافل هستیم. وی در ادامه به بزرگترین گرفتاری قرن اشاره کرد و گفت: بزرگترین گرفتاری که در این میان رخ می‌دهد مسئله Morall gap «شکاف اخلاقی» است که به حالتی اطلاق می‌شود که ما از وسایل پیشرفته امروز استفاده می‌کنیم اما درک و آگاهی از آنچه که استفاده می‌کنیم نداشته باشیم. یعنی امکاناتی که در اختیار ما قرار می‌گیرد به اندازه وسع ما نباشد، ظرفیت ما آنقدر نیست که بتوانیم از این امکانات استفاده کنیم. در اینجا است که Morall gap یا شکاف اخلاقی رخ می‌دهد.

دکتر حسین ابوترابی‌ان نویسنده، روزنامه‌نگار و مدرس دانشگاه در رشته‌های تاریخ، علوم سیاسی، ارتباطات، روزنامه‌نگاری و مترجم و مؤلف بالغ بر ۲۵ جلد کتاب در باب تاریخ، سیاست، ارتباطات، روزنامه‌نگاری و با چهل سال سابقه در روزنامه‌نگاری، همچنین ۱۰ سال تدریس شناخت مکاتب سیاسی و اصول علم سیاست در حوزه علمیه قم، ۸ سال تدریس تاریخ تحولات سیاسی روابط خارجی ایران و جامعه‌شناسی ارتباطات در دانشگاه آزاد زنجان، ۸ سال تدریس مباحث گوناگون علوم ارتباطات و روزنامه‌نگاری در رشته فوق‌لیسانس ارتباطات و روزنامه‌نگاری دانشگاه آزاد تهران، ۲ سال تدریس مباحث ارتباطات در رشته فوق‌لیسانس دانشگاه روابط بین‌الملل وزارت امور خارجه، ۶ سال تدریس روش تحلیلی سیاسی در دانشگاه علوم سیاسی، در سومین نشست ماهانه علمی و تخصصی انجمن روابط عمومی ایران که در ۸ تیرماه سال ۱۳۷۹ در دانشگاه هنر برگزار شد، سخنانی با عنوان «روابط عمومی در قرن بیست و یکم» ایراد کردند.

دکتر ابوترابی‌ان در ابتدا قرن بیست و یکم را قرن ارتباطات نامید و گفت: لغت ارتباطات از نظر جامعه‌نمایانگر یک سلسله تجهیزات و امکانات سخت‌افزاری است و هر کس که می‌گوید قرن، قرن ارتباطات است، این طور تفهیم خواهد شد که وسایل ارتباطی رشد خواهد کرد و فراگیر خواهد شد و همه به نحوی از این وسایل استفاده خواهند کرد. اما قرن ارتباطات نه فقط به خاطر وسایل فنی و یا جنبه‌های سخت‌افزاری آن، بلکه عمدتاً به خاطر کنش‌ها، واکنش‌ها و اثراتی است که این وسایل ارتباطی در زندگی مردم و ارتباطات اجتماعی بجا خواهد گذاشت. قرن ۲۱ را قرن ارتباطات نامگذاری کرده‌اند. اما اگر این وسایل همراه با برنامه‌ریزی صحیح و استفاده معقول از آنها نباشد، به هیچ درد نمی‌خورد. درست مثل این است که شما هواپیمای جمبوجت داشته باشید اما برنامه پروازی مدون و استفاده صحیح از این وسیله را نداشته باشید. در این صورت این هواپیما به هیچ درد نمی‌خورد و یا دارای رادیو، تلویزیون بسیار پیشرفته از لحاظ امکانات الکترونیکی باشید ولی نتوانید از این رادیو و تلویزیون با برنامه‌ریزی اصولی بهره ببرید. پس آنچه استفاده از وسایل ارتباطی را برای این قرن از نظر عقلی مهیا می‌کند استفاده اصولی و عقلانی از آنها است در غیر این صورت این



دکتر سپس مشارکت اجتماعی را در این قرن بسیار مهم تلقی کرد و گفت: قرن ارتباطات نخستین شاخصه آن ایجاد ارتباط زیاد بین مردم است و مردم از انزوا خارج می‌شوند و با هم ارتباط برقرار می‌کنند چرا که دیگر مانند گذشته نیست که هر کس در لاک خود فرو رود و دنیا را از زاویه چشم خود ببیند باید یک تطبیق اجتماعی پیدا کرد و با هم زندگی کرد. ارتباطات باعث می‌شود که یک مشارکت همگانی در جوامع پیدا شود و اگر مشارکت همگانی رخ ندهد اصلاً معنای ارتباطات وجود نخواهد داشت و ما نمی‌توانیم از آنچه قرن ارتباطات نامیده شده بهره‌گیریم. پس اگر ما مشارکت اجتماعی داریم باید روابط عمومی هم داشته باشیم. یعنی تشکیلاتی که مشارکت اجتماعی را بوجود آورد حتماً ایجاد شود که روابط عمومی چنین فعالیتهایی را به عهده خواهد داشت. البته عنوانی که تحت روابط عمومی می‌شناسیم باید نام آن تغییر کند روابط عمومی دارای محدودیتی است و در سازمانی که دارای تشکیلاتی هست و شخصی به عنوان مسئول روابط عمومی ارتباطات بین سازمان و مردم یا جامعه را برقرار می‌کند. اما در قرن بیست و یکم وقتی مسئله مشارکت عمومی مطرح می‌شود دیگر روابط عمومی کاره‌ای نیست و باید نام آن را به نام ارتباطات عمومی تغییر داد و پیشنهاد من این است که در قرن بیست و یکم به جای روابط عمومی Public relation از ارتباطات عمومی Public communication استفاده کنیم. به دلیل این که وظیفه آن بقدری گسترده خواهد بود که نمی‌تواند در زیر سقف روابط عمومی فقط جاگیرد، بالاتر از اینها باید یک تعریف جدیدی از روابط عمومی عنوان کرد. دیگر روابط عمومی به عنوان کوششی برای ایجاد و حفظ تفاهم متقابل بین سازمان و مردم نباید باشد. یا روابط عمومی یک هنر و دانش اجتماعی که روند امور را مورد تجزیه و تحلیل قرار می‌دهد و نتایج و طبقات آن را پیش بینی می‌کند و به رهبری سازمان مشورت می‌دهد تا برنامه‌های عملیاتی و برنامه‌ریزی شده را به اجرا درآورد تا منافع سازمان را تأمین کند نباید گفته شود. برای این که ایجاد و حفظ تفاهم متقابل بین سازمان و مردم و یا تأمین منافع سازمان و عموم، دیگر در قرن بیست و یکم معنی ندارد، مسئله فراتر از این حرفها است.

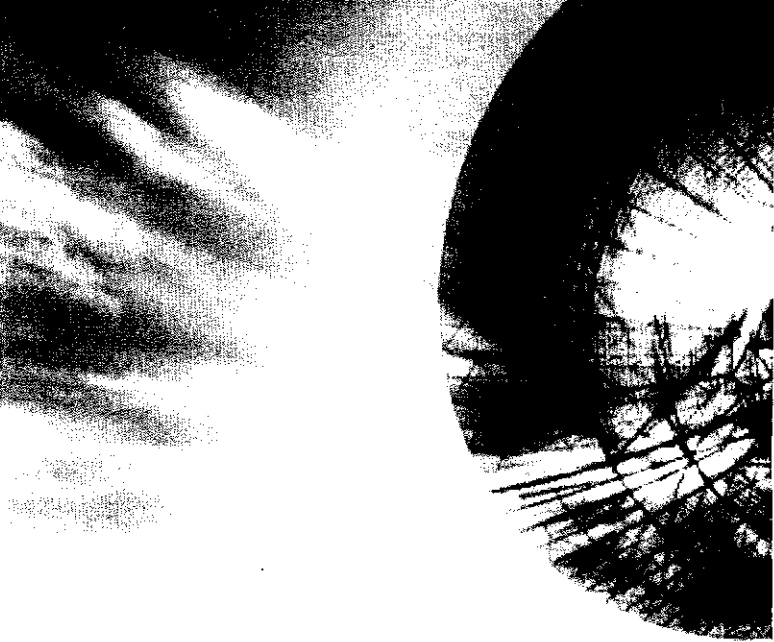
وی با تأکید به نقش روابط عمومی در قرن بیست و یکم به عنوان امنیت جامعه گفت: روابط عمومی تأمین‌کننده امنیت جامعه است. یعنی انسان وقتی

می‌تواند زندگی متعادل و منطقی داشته باشد که از نظر ارتباطی در مضیقه نباشد.

در گذشته شاید درک این مسئله زیاد مهم نبود، چون اهمیتی نداشت. ولی در قرن اخیر به خاطر وسعت ارتباطات اگر ما از نظر ارتباطی در مضیقه باشیم زندگی آرام و متعادل و منطقی نخواهیم داشت. قرن، قرن ارتباطات، قرن مشارکت اجتماعی است باید ارتباطات ما منطقی و متعادل باشد، هنجار باشد تا زندگی آرامی داشته باشیم یعنی وسایل ارتباطی طوری عمل کنند که بین خودی‌ها، بین هم‌سطح‌ها، بین بالادستها و پایین دستها بتوانند به راحتی ارتباط برقرار کرد. امنیت یعنی چه؟ امنیت یعنی ایجاد موقعیت مطلوب برای فعالیتهای ارتباطی هنجار. البته این امنیت معنایش فرق می‌کند با آنچه ما در نظر داریم. ایجاد موقعیت مطلوب برای فعالیتهای ارتباطی هنجار، اگر در کشوری این موقعیت فراهم شد در آن کشور امنیت وجود دارد. یعنی مردم زندگی متوازن، متعادل و هنجار خواهند داشت یعنی امنیت خواهند داشت. پس امنیت باعث خواهد شد که در جامعه آرامش، آسایش و ثبات برقرار شود و زندگی بهتر و حاکمیت مطلوب‌تر جریان پیدا کند. حالا با این توصیف می‌خواهیم یک تعریف بهتری از روابط عمومی در قرن بیست و یکم ارائه کنیم.

روابط عمومی یک هنر و دانش اجتماعی است که سلامت و امنیت ارتباطی بین سازمان و جامعه را برقرار می‌کند. نقش امنیت در اینجا باید ملحوظ داشته شود. اگر روابط عمومی نتواند سلامت و امنیت ارتباطی را برقرار کند، کار درست و یا مقبولی انجام نداده است و نمی‌توان گفت که روابط عمومی در عمل خود موفق بوده است. در گذشته ارتباطات از اهمیت امروز برخوردار نبود، کار روابط عمومی هم به روابط سازمان و مراجعین یا سازمان و جامعه خلاصه می‌شد. ولی امروزه در قرن بیست و یکم کار روابط عمومی به امنیت و سلامت جامعه بستگی دارد و ناگزیریم فراتر از آن بیندیشیم که تا به حال می‌اندیشیدیم. پس باید اندیشیدن به سلامت و امنیت جامعه را جزو وظایف اصلی روابط عمومی در قرن بیست و یکم بدانیم.

حسین ابوترابیان در ادامه افزود: روایتی از امام علی (ع) است که می‌گوید: «النعمة نعمتان، نعمتان مجهولتان، الصحة و الامان» نعمت دو تا است دو نعمتی که قابل مشاهده و لمس نیست و مجهول است، نعمت سلامت و



نعمت امنیت. صفت مجهولیت وقتی به چیزی می دهند یعنی وجود دارد اما مشهود نیست. پس وقتی وجودش احساس می شود که از دست برود و این در زندگی ما واقعاً ملموس است. اگر کسی سلامت و امنیت داشته باشد، نمی فهمد ولی بعد که آنها را از دست داد، می فهمد. پس این دو صفت مجهول است. در واقع وقتی بیمار شدیم، تازه پی به سلامتی خود می بریم و وقتی امنیت به خطر افتاد تازه متوجه امنیت می شویم. پس در اینجا احساسی بودن مهم است. درست است که اینها امر عینی است و وجود دارد اما احساس نمی شود وقتی از دست رفت احساس می شود، عینیت آن مهم نیست اما احساس کردن آن مهم است. چه کسانی عینیت ها را در حالی که ملموس نیست احساس می کنند. مردمی که افق دیدشان نسبت به آینده وسیع است و می توانند چنین وضعی داشته باشند که چیزی که هم اکنون قابل لمس کردن نیست و در آینده ممکن است اتفاق افتد، الان لمس می کنند. علم نگاه به آینده را معرفت می گویند. این مسئله بسیار حساس است اگر ما بتوانیم چیزی را که الآن وجود دارد ولی دیده نمی شود ببینیم می گوئیم دارای معرفت هستیم، علم در اینجا کنار می رود. علم چیزی که لمس می شود می فهمد، علم فقط به دنبال مشهودات است ولی معرفت به دنبال محسوسات است، دنبال ادراکات است. معرفت اعلی ترین، بالاترین و شاید افضل ترین آگاهی در نزد انسان است. معرفت یعنی علم به آینده داشته باشیم یعنی انسان درک کند آن چیزی که الان نیست اما در آینده وجود خواهد داشت. پس احساس امنیت مسئله معرفتی است و یک متخصص یا کارشناس روابط عمومی وظیفه اش این است که بداند در آینده چه اتفاقی خواهد افتاد. در اینجا مسئله امنیت در مورد روابط عمومی با تعریفی که شد مسئله مهمی است که متصدیان روابط عمومی باید به آن توجه کنند.

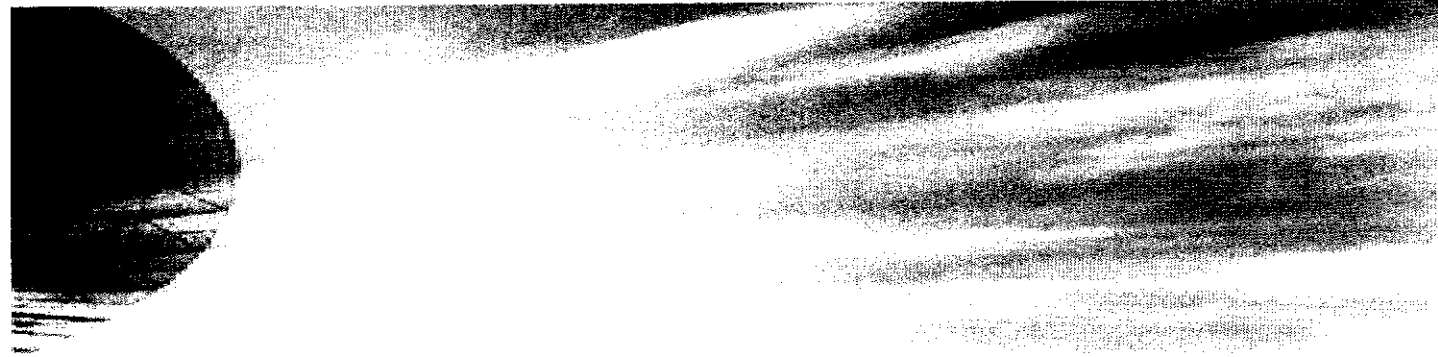
وی سپس خاطر نشان کرد که سه نوع امنیت داریم. اول

امنیت ساکن یا عادت‌ی دوم امنیت موهوم یا تخیلی و سوم امنیت فعال که فقط امنیت فعال از معرفت سرچشمه می گیرد. امنیت ساکن یا عادت‌ی که به آن امنیت مرده نیز می گویند مربوط به گذشته و تجربیات آن است و بشر بسته به آنچه از گذشته آموخته یک تطبیقی یا عقل خود و معیارهای ثابت و منطقی خود

انجام می دهد و نوعی امنیت عادت‌ی پیدا می کند. مثل این که از وسایل داغ حذر کند، از ارتفاعات یا چیزهای برنده پرهیز می کند. این امنیت عادت‌ی است و تجربه آن را به وجود می آورد. در امنیت ساکن هیچ تغییر پیدا نمی کند عین اتاقی که در آن را قفل کرده ایم و هرچه در آن است ثابت می ماند. افرادی که دارای امنیت ساکن یا عادت‌ی هستند، مغز آنها قفل شده و چیزی به آن اضافه نمی شود فقط تجربیاتی از گذشته کسب کرده که چه کاری انجام دهند یا چه کاری انجام ندهند. افراد عامی دارای این نوع امنیت هستند. اینها همیشه در گذشته هستند نه به حال و نه به آینده اصلاً کاری ندارند و همیشه حسرت گذشته را می خورند. اینها نوکر حاکم معزول هستند و همیشه به حکامی که قبلاً بودند می گویند خدا بیامرز، هیچ وقت به امروز و آینده فکر نمی کنند، عوام این طور هستند. البته تنها مزیتی که امنیت ساکن و عادت‌ی دارد این است که از هرج و مرج بهتر است. این نوع امنیت وقتی در یک جامعه وجود داشته باشد از هرج و مرج بهتر است. مثل امنیتی که در کشورهای دیکتاتوری وجود دارد. در شوروی سابق و امنیت آن از نوع امنیت ساکن مرده بود و هرج و مرج نبود.

نوع دوم امنیت موهوم یا تخیلی است که رابطه فرد با امنیت عادت‌ی یا مرده قطع می شود و شخص با اتکای به نیروی تخیل بدون اتکای به نیروی عقل برای خود حریم امنیتی ایجاد می کند. اما این نوع امنیت چون به نیروی تعقل تکیه ندارد، امکان تقلید و استفاده دیگران از او وجود ندارد و برای خودش امنیت ایجاد می کند. معمولاً این کار را در تنهایی و تفکرات و فانتزی های خود به وجود می آورد. به همین جهت آدمها گاهی به تنهایی و گوشه انزوا پناه می برند. فکر می کنند و برای خود امنیت تخیلی ایجاد می کنند. به خصوص در قبل از خواب در فاصله بین بیداری و خواب لحظاتی است که به آن لحظه فانتزی، لحظه خیالبافی می گویند. آدمها در این لحظه امنیت موهوم ایجاد می کنند و به چیزهایی فکر می کنند که فراتر از عقل و منطقی است، از گذشته می برند و به آینده پرت می شوند اما آینده ای که منطقی نیست، عاشق به معشوق می رسد، بی پول به ثروت می رسد، چریک چپ رو کاخ سفید را منفجر می کند و با این خیالات دلش خوش است و راحت می خوابد. می گویند اگر





آدمها این دوران فانتزی قبل از خواب را نداشته باشند، دیوانه می شوند و یکی از دلایلی که انساها از آن تنش، گرفتاریها و مسائل روزمره می توانند به خواب و آسایش برسند همین دوران کوتاه فانتزی باقی قبل از خواب است که امنیت موهوم برای خودشان ایجاد می کنند و همه مسائل و مشکلات را در خواب و خیال حل می کنند. این تخیلات اگر با قدرت فرد همراه باشد، هرج و مرج به وجود می آورد وحشتناک است. دیکتاتور، فرمانده، حاکم در خیالیهای شبانه خود وقتی دچار امنیت موهوم می شود فردا آنها را اجرا می کند. مثلاً فرض کنید که هیتر تصور می کند که فردا به روسیه حمله کند، فردا این کار را انجام می دهد فی المثل ناصرالدین شاه تصور کرد که عده ای به او خیانت

می کنند فردا دستور می داد سر آنها را ببرند. دیکتاتورها بسیار خطرناک هستند، اگر امنیت موهوم برای خود ایجاد کنند، این وسیله گرچه برای انسانها آرامش بخش است، اما در صورتی که در اختیار دیکتاتورها و قدرتمندان بیفتد خطرناک است.

سوم امنیت فعال، اگر کسی بتواند یک رابطه قوی، فعال و عقلانی بین دو افق گذشته و آینده ایجاد کند، می گویند امنیت فعال پدید آورده است. یعنی برقراری بین دو سطح ثبات و تغییر، برقراری ارتباط بین عادت و معرفت.

در امنیت ساکن یا مرده به دلیل رکودی که وجود دارد، خلاقیت به وجود نمی آید. در امنیت نوع دوم تخیلی یا موهوم همه ارتباطها با این که برای آینده است ولی تخیلی و موهوم است. چون در آن نظم و عقل نادیده گرفته می شود. در امنیت نوع سوم یا فعال بین گذشته و آینده ارتباط برقرار می شود و آینده نگری بر اساس موهومات و تخیلات نیست بلکه با اتکالی به تجربیات گذشته و نگرش منطقی، عقلانی و معرفتی به مسائل موجود است. پس وهم و خیال نیست به این ترتیب آینده تاریک تا حد زیادی روشن می شود و نظم کهنه به نظم نو تبدیل می شود، خلاقیت به وجود می آید و افق تغییرات برای افراد



جامعه قابل مشاهده می شود و مردم با احساس امنیت نسبت به آینده می توانند در موارد مختلف سرمایه گذاری کنند. وقتی شما با عقل و منطق گذشته را به آینده ربط دادید، افق برایتان روشن می شود، ارتباط فرد با جامعه روشن می شود و می توانید دست به کار شوید و جامعه پیشرفته یعنی همین. باید امنیت فعال به وجود آورد. وقتی شما امنیت فعال برای یک سازمان ایجاد کردید، مدیریت سازمان قادر خواهد بود خلاقیت ها را کشف کند. رابطه بین فرد و سازمان پیدا کند و سازمان را توسعه دهد. در مدیریت کلان جامعه وقتی امنیت فعال ایجاد شد، این امنیت فعال توسعه جامعه را متحول خواهد کرد و مدیریت کلان می تواند از فرد فرد افراد بهره گیرد. دکتر ابوترابیان سپس دلایلی را برای موفقیت روابط عمومی در آینده بیان نمود و گفت: اول امنیت فعال را مد نظر قرار دهد تا راه برای توسعه سازمانی باز شود. خلاقیت ها مشخص شود و کار در مسیر پیشرفت هموار شود.

دوم برای بهره وری بیشتر نیروهای پژوهشی و تولیدی، سازمان را در مسیری قرار دهد تا امنیت فعال فراهم شود و امر اطلاع رسانی را برای آنها به صورتی تدوین کند که بتوانند بی هیچ مانعی از جدیدترین وسایل و امکانات برای کسب اطلاعات ضروری استفاده کنند. یعنی علاوه بر آزادی کسب اطلاع، آزادی برقراری ارتباط را هم فراهم کنند.

سوم اطلاع رسانی دوسویه را بین سازمان و مردم به صورت افقی برقرار کنند. یعنی هر فردی خارج از سازمان با هر فرد مسئولی در داخل سازمان در هر زمانی بتوانند ارتباط برقرار کنند و جواب بگیرند، یعنی گفتگوی دوطرفه برقرار شود. چهارم استفاده از ارگونومی اجتماعی.

سه نکته ای که استخوان بندی بحث اصلی است از اینجا آغاز می شود:

- ۱- ارگونومی اجتماعی
- ۲- سایبرنتیک اجتماعی
- ۳- شکاف اخلاقی

سه نکته ای که جزء اولیه ترین و ریشه ای ترین مسائل روابط عمومی در قرن بیست و یکم را تشکیل می دهد:

- ۱- ارگونومی یعنی چه؟ علم تطبیق انسان با محیط و ابزار کار است. هدف ارگونومی چیست؟ از بین بردن هر گونه ناراحتی و دغدغه در محیط کار و ایجاد

21



دیگر کالایی که تولید می کند و خدمتی که ارائه می دهد مشتری و کسی که خریدار آن کالا هست از آن کالا حتماً باید راضی باشد.

فی المثل شما در کارخانه بهترین و شیک ترین اتومبیل را بسازید اما وقتی که راننده پشت فرمان می نشیند بعد از پنجاه کیلومتر مثل این که هزار کیلومتر را طی کرده و خسته و کوفته می شود این کالا به درد نمی خورد. در اینجا علم ارگونومی مطرح می شود و متخصص ارگونومی به طراح اتومبیل می گوید که این اتومبیلی که ساخته اید در واقع راننده خفه کن است تا اتومبیل، چرا که صندلی را باید درست کنی، فرمان را در جای مناسب قرار دهی، داشبورد و علامات را طوری طراحی کنی که راننده گردنش خسته نشود، چشمهایش اذیت نشود، دچار آرتروز نشود، سیاتیک نگیرد و یا حتی در محیط کار برای کارگر موزیک پخش کنید و به نور کارگاه توجه شود، سروصدا و لرزش در کارگاه برای جسم و جان کارگر خطرناک نباشد تا او را زودتر از کار انداخته کند و یا فردی که پشت دستگاه کامپیوتر نشسته کی بورد را طوری طراحی کنید که گردنش دچار مشکل نشود، چشمهایش آسیب نبیند. اینها همه مربوط به علم ارگونومی است.



ابوتراپیان در ادامه خاطرنشان کرد: از اواسط سال ۱۹۹۰ رشته دیگری در ارگونومی مورد توجه قرار گرفت که ابتدا نام آن را ارگونومی کلان نام نهادند. اما بعداً به ارگونومی ذهن و فکر نام گرفت که این همان مهندسی فکر و ذهن است که در جامعه ما متداول شده است. یعنی

افرادی با توجه به مسائل و مشکلاتی که در زندگی مردم وجود دارد، با روشهای خاصی برای مردم تشریح می کنند و عوامل و دلایل ابتلا به آن را بررسی می کنند و مردم را برای مقابله با مسائل و مشکلات آماده می کنند و در واقع آنها که دارای حواس پرتی هستند و نمی توانند مسائل را خوب درک کنند و دارای گرفتاریهای روحی و روانی هستند، این افراد به عنوان مهندسی فکر و ذهن با بررسی مسائل آنها برایشان آرامش ایجاد می کنند و در مسیر هموار قرار می دهند که این همان یک نوع ارگونومی به نام ارگونومی ذهن و فکر است.

خشنودی و علاقمندی به کار، احساس تعلق به سازمان، جلب رضایت مشتریان به وسیله طراحی مناسب محصولات، در نتیجه بالا بردن کیفیت کار و میزان تولید.

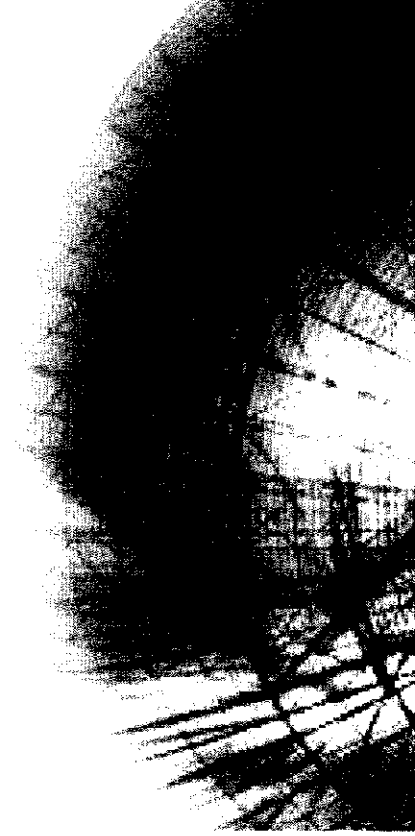


ارگونومی از دو لغت یونانی تشکیل شده. ارگل یعنی کار (ارگ واحد کار در فیزیک. مثلاً فلان اسب این قدر بار کشیده پس اینقدر ارگ کار کرده است) نوموس به معنای قانون و ضابطه (نامستیک ها آدمهای اهل ضابطه، اخلاق و پایبند به مقررات هستند) از ترکیب ارگ و نوموس، علم ارگونومی تشکیل شده یعنی کار را قانونمند و ضابطه مند کردن.

وی در ادامه افزود: علم ارگونومی در سال ۱۸۹۵ در لهستان متولد شد و هدف از آن رعایت مجموعه ای از امور بود که در صنایع و فروشگاههای کشور برای بهبود و کیفیت کار اهمیت داشت. پس از آن ارگونومی جای خود را باز کرد و در کشورهای مختلف اروپایی و امریکایی مورد استفاده قرار گرفت. نتیجتاً در سال ۱۹۵۰ در انگلیس و امریکا به عنوان رشته تحصیلی در دانشگاه مطرح شد. البته در امریکا اول آن را به نام مهندسی فاکتورهای انسانی به کار بردند اما بعداً به نام ارگونومی پذیرفتند. در دهه ۱۹۶۰ ارگونومی شامل سه رشته ۱ - جنبه های صنعتی ۲ - مسائل مربوط به طراحی ۳ - مسائل مدیریتی و تقسیم کار مطرح شد و در دهه ۱۹۷۰ ارگونومی برای طراحی کالا و ارائه خدمات برای کسب رضایت مشتری تعریف شد. در سال ۱۹۸۰ ارگونومی از طریق کامپیوتر مطرح شد و کار طراحی وسایل و ابزارها و جایگاهها کامپیوتری شد که هم اکنون ادامه دارد و روز به روز پیشرفته تر هم می شود.

البته منظور این است که شما وقتی کالا یا کاری را ارائه می کنید به صورتی باشد که هم تولیدکننده از آن کار راضی باشد و هم استفاده کننده. به طور مثال در محیط کار، کارگر یا کارمندی که مشغول به کار است باید احساس آرامش کند و دارای امنیت خاطر و انبساط خاطر داشته باشد و زجر نکشد، عرق نریزد، فشار خون او بالا نرود و نبض او تند نرزد بلکه آرامش و ثبات داشته باشد. از طرف

21



ارگونومیست هستند. اما این کفایت نمی کند، بلکه باید اصول و مبانی ارگونومی را بیاموزند و براساس علمی کار را پیش ببرند. ولی اینها همه ارگونومی کلان است.

اما آنچه من پیشنهاد می کنم سوسیوارگونومی یا ارگونومی اجتماعی است که نه تنها به متصدیان روابط عمومی سازمانها کمک می کند تا بهترین وسایل و امکانات را برای تقویت نیروهای پژوهشی و تولیدی سازمان به کار گیرند، بلکه حتی در افزایش بهره وری کل سازمان و بهبود و کارآیی عوامل پایین دست سازمان حتی آبدارچی و نظافتچی و امثالهم نقش خواهد داشت. در این مورد باید از همه وسایل، دستگاهها، تکنیک ها، سوپر کامپیوترها، ربات ها، شاهراههای ارتباطی و از ماشینهای سحرآمیز ارتباطی بهره گیرند. البته ماشینهای سحرآمیز ارتباطی وجود ندارد ولی در آینده وجود خواهد داشت و این ماشینهای سحرآمیز ارتباطی اجسام را منتقل می کنند، جسم را در دستگاه قرار می دهند و دو هزار کیلومتر به آن طرف منتقل می کنند. البته هنوز به وجود نیامده ولی مقدماتش فراهم شده است.

مگر تا ۳۰ سال پیش باور می کردند که می شود از طریق خط تلفن نامه نوشت. آیا کسی باور می کرد که از نفت پیراهن تهیه شود. پس اینها امکانش است. متصدیان روابط عمومی می توانند از مهمترین وسایل برای بهره گیری در ارگونومی اجتماعی استفاده کنند. همین ماشینهای سحرآمیز ارتباطی وسایل و امکانات جامد را منتقل می کنند، البته محال است که بتوانند جسم و روح زنده را توسط ماشین منتقل کنند. ولی امکان انتقال جامدات است و از این طریق می توانند بهره ببرند.

دکتر حسین ابوترابیان سپس به نقش روابط عمومی در ارگونومی اجتماعی اشاره کرد و گفت: این وضعیت که علم تطبیق انسانها با محیط کار و اجتماع هدف خشنودی انسانها در جهت افزایش علاقه به کار و پیشرفت امور ارتباط اجتماعی مطلوب تر است، اینها ارتباطی به مدیریت سازمان ندارد و کار روابط عمومی است. چون مدیریت سازمان مسئولیت امور اداری، مالی و فنی سازمان را دارد. ولی روابط عمومی وظیفه برقراری ارتباط هنجار کارمندان سازمان با یکدیگر و سازمان با جامعه را انجام می دهد. البته برای به کارگیری ارگونومی اجتماعی نیاز به سایبرنتیک اجتماعی داریم. در واقع برای استفاده از آن وسایل

برای سالهای دو هزار به بعد پیش بینی می شود علمی به نام اکوارگونومی به وجود آید. یعنی ارگونومی محیط زیست. آثار محیط زیست را بر روی فاکتورهای انسانی مورد بررسی قرار می دهند. یعنی محیط زیست را به عنوان فاکتوری در نظر می گیرند که از آن باید برای افزایش رضایت انسان در زندگی استفاده شود، ارگونومی محیط زیست کم کم دارد اهمیت پیدا می کند. البته محیط زیست هم اکنون توسط انسان خراب می شود، ولی چه باید کرد که این محیط زیست موارد استفاده برای رفاه، آرامش، آسایش انسانها قرار گیرد. امروز بر روی لغت اکو هنوز بحث است. چرا که عده ای مقصود آن را مسائل اقتصادی می دانند. در صورتی که منظور مسائل محیط زیست است و این را لغت شناسان و معناشناسان باید با تهیه لغت جدیدی رفع کنند.

وی در ادامه گفت: علم ارگونومی امروزه گرچه در صنعت و خدمات مورد استفاده قرار می گیرد، اما به نظر من متصدیان روابط عمومی باید اصول و مبانی آن را بشناسند و سعی کنند در عمل باعث پیشبرد اهداف ارگونومی در امور سازمان خود باشند. یعنی کلیه کارها را بررسی کنند، همه عوامل و فاکتورهای انسانی را زیر ذره بین قرار دهند و نتیجه کارهای سازمان را در خارج از سازمان و در محیط بیرونی و جامعه و ارتباطات بین آنها را بررسی کنند که چه طور می شود از عوامل گوناگون استفاده کرد برای تخفیف عوارض، مسائل، مشکلات و همچنین بهبود وضعیت و بالا بردن کیفیت کار و ایجاد رضایت در طرفین (هم کارمند سازمان) و هم استفاده کننده از خدمات سازمان، حالا این

سازمان یا صنعتی باشد یا خدماتی و یا یک آموزشگاه تعلیم و تربیت است. مثلاً پاداش به کارمندان، رسیدگی به وضعیت خانوادگی زنان شاغل، افزایش سطح تحصیلات کارمندان، کاهش میزان ساعت کار، برنامه ریزی برای ساعت فراغت کارمندان. اینها یکی از اولیه ترین کارها است و شاید

هم اکنون انجام می شود و بسیاری از متصدیان روابط عمومی به این کارها توجه داشته اند و انجام داده اند. در صورتی که خودشان تا حالا نمی دانستند که یک



21

وی در ادامه افزود: بعد از اختراع ترانزیستور یک انقلاب کارگری علیه سرمایه داری نشد. این مرهون سایبرنتیک است: استفاده انسانی از انسانها. سایبرنتیک علم کنترل و تنظیم سیستم‌ها، شناخت روابط سیستم‌های جاندار و بی جان است و بین ماشین و انسان رابطه برقرار کرد، به قدری پیش رفت که امروزه حاکم بر دنیای صنعت است و هرچه دنیای صنعت دارد، ناشی از سایبرنتیک است.

و جامعه به عنوان یک زیرسیستم از کل سیستم جهانی از این تحولات دور نماند. چرا که سایبرنتیک بر جامعه هم اثر گذاشت. در امور صنعتی، اداری، ارتباطی، اقتصادی و حتی سیاسی تغییرات شگرفی به وجود آورد. تغییراتی که بسیاری از فرهنگها را بهم ریخت. آنچه که ما هم اکنون شاهد آن هستیم نتیجه انقلاب دوم است، نتیجه پیشرفت سایبرنتیک است. اما آیا سایبرنتیک می تواند در آینده در روابط اجتماعی انسانها، در ارتباطات انسانها، در روابطی که انسانها با ماشین در محیط کار و خدمت برقرار می کنند، تأثیر بگذارد. طبیعتاً بله. آن هم از طریق سوسیوسایبرنتیک (سایبرنتیک اجتماعی)

دکتر ابوترابیان در ادامه به نقش سایبرنتیک اجتماعی پرداخت و گفت: در علم سایبرنتیک از طریق مشاهده، ذخیره سازی، پردازش و بهره گیری از اطلاعات فنی و بیولوژیک عمل می کنند و ارتباط بین علوم دقیقه و علوم طبیعی یعنی ارتباط انسان و ماشین را بررسی می کنند و نتیجه می گیرند و عمل می کنند. ولی در سایبرنتیک اجتماعی آیا نمی توانیم به جای اطلاعات فنی، اطلاعات اجتماعی را قرار دهیم و به پردازش و استفاده از آن بپردازیم. در سایبرنتیک معمولی از مشاهدات نظری و تحقیق علمی و نظریه پردازی استفاده می کنیم. اما در سایبرنتیک اجتماعی به دلیل پیچیده تر بودن مسائل اجتماعی کار مشکل تر است. نیازمند اطلاعات زیادتری هست و مسائلی لازم داریم که در امور فنی خیلی آسان می توانیم به آن دست پیدا کنیم، اما در امور اجتماعی به این سادگی نیست. سایبرنتیک اجتماعی به تحقیقات علمی دقیق نیاز دارد. اطلاعات بدست آمده بعداً جمع آوری و کدگذاری می شود تا تبدیل به ارقام و اعداد شده، بعد مورد استفاده قرار گیرد.

در مسائل فنی به راحتی آمار و ارقام به دست می آید اما در علوم اجتماعی به دست آوردن رقم و عدد کار مشکلی است و اگر هم به دست آید، معلوم نیست

قبلاً باید مقدماتی فراهم شود و آن هم آگاهی به سایبرنتیک است. سایبرنتیک اجتماعی علم جدیدی است که از سال ۱۹۴۱ به بعد به وجود آمد و ابداع کننده آن دانشمند روسی الاصل مقیم امریکا به نام نوربرت وینر است. این لغت از کوپرنیک در زبان یونانی به معنی سکان کشتی است. یعنی کسی که این کار را به کار می برد مثل سکاندار کشتی می تواند آن را به جایی که خود می خواهد حرکت دهد و کسی که سایبرنتیک می داند می تواند از وسایل ماشین در جهت اهداف انسانی استفاده کند. از اواسط قرن بیستم به بعد که علم سایبرنتیک به وجود آمد آن را انقلاب صنعتی دوم نامیدند و نام دیگر سایبرنتیک را خود نوربرت وینر «استفاده انسانی از انسان» نامیده است. انقلاب صنعتی اول که ماشین بخار بود به اصطلاح عصر ماشین بود. اما انقلاب صنعتی دوم به نام عصر اتوماسیون یا انقلاب انفورماتیک نامیده شد که در جهت تکمیل و ارتقای مغز انسانی عمل کرده است، در صورتی که انقلاب صنعتی اول در جهت تکمیل و ارتقای بازوی انسانی عمل کرده بود. در واقع با اختراع ماشین بخار توسط جیمزوات کمک به بازوی کار انسانی بود. اما در انقلاب



صنعتی دوم و پیدایش سایبرنتیک به مغز انسان کمک کرد و همراه و یار مغز انسانها شد و آثار عجیبی بجا گذاشت که یکی از آنها اختراع ترانزیستور بود و اختراع ترانزیستور دنیای انسانها را به هم ریخت. حتی می گویند تئوریهای مارکسیسم را نابود کرد و یکی از عوامل شکست مارکسیسم در دنیا شد. یعنی مسئله کارگری و سرمایه داری و آن روابطی را که مارکس مطرح می کرد، ترانزیستور از بین برد. یک وسیله به این کوچکی که کار صد کارگر را انجام می داد و دیگر یک سرمایه دار نیازی به کارگر نداشت. چرا که سرمایه دار از مغز کارگر استفاده می کند نه از بازویش. در نتیجه به جای کارگر یقه چرکین مورد نظر مارکس، کارگر یقه سفید به وجود آورد. کارگری به وجود آمد که اگر به او بگویی که علیه سرمایه دار قیام کن می گوید مگر من دیوانه ام، سرمایه دار به من همه چیز داده، بهترین زندگی را دارم و به من کمک می کند، چرا قیام کنم.



که دقیق باشد.

افرادی که در علم آمار، در تحقیقات میدانی، در نظرسنجی، در تحلیل محتوا کار کرده‌اند، هنوز نمی‌توانند با اطمینان بگویند که اعداد و ارقام به دست آمده درست است. حتی در پیشرفته‌ترین کشورهای دنیا موقع انتخابات وقتی نظرسنجی می‌شود هنوز معلوم نیست که واقعیت همان است که نظرسنجی‌ها نشان داده است.

وی سپس به نقش روابط عمومی در مسئله شکاف اخلاقی اشاره کرد و گفت: یک متخصص روابط عمومی باید به مسئله شکاف اخلاقی توجه کند. آرنولد توبین بی مورخ معروف در سال ۱۹۴۰ مسئله شکاف اخلاقی Mo a ril Gap را مطرح کرد و گفت: تکامل مغز بشر یک حرکت طبیعی و مشخص دارد و در عرض ده هزار سال فلان عمل را انجام می‌دهد و ده هزار سال دیگر که بگذرد فلان کار را یاد می‌گیرد و این روند طبیعی است و سرعت آن تغییر نمی‌کند و در اکثریت مردم چنین است. اما پیشرفتهای علمی و فنی این طور نیست و جهش‌های بسیار تند و سریع دارد. مثلاً در همین ۲۰ ساله اخیر دنیا به اندازه‌ای پیشرفت کرده که در طول تاریخ نظیر آن نبوده است. به طوری که با گذشت چند میلیون سال از زندگی بشر و پیشرفتی که در طول این سالها شده در این ۲۰ سال یک میلیون برابر آن پیشرفت کرده است. ولی مغز بشر نمی‌تواند آن را هضم کند. چرا که مغز بشر یک حرکت عادی برای تکامل دارد. البته یک عده دانشمند و نوابغ هستند که می‌فهمند ولی انسان

بدون شناخت از وسایل از آنها استفاده می‌کند. الان اگر من سؤال کنم V.H.F یعنی چه یا U.H.F یعنی چه یا C.C.U , I.C.U & D.V.D یعنی چه؟ چه کسی می‌داند. با الان چند نفر می‌توانند تلویزیون منزلشان را تعمیر کنند. چند نفر می‌دانند که فاکس چگونه کار می‌کند و یا پزشک جراحی که با دستگاه M.R.I کار می‌کند اصلاً نمی‌داند که دستگاه M.R.I چیست؟ در صورتی که با آن کار می‌کند. مغز انسان در حالی استفاده می‌کند که ظرفیت فهم آن را ندارد. بلکه

یک عده نوابغ آن را درست کردند و در اختیار بشر قرار داده‌اند. به این ترتیب آهسته آهسته وسایل و امکانات آنقدر زیاد می‌شود که شما نمی‌توانید آن را هضم کنید و یک شکاف پیدا می‌شود. این شکاف را توبین بی، شکاف اخلاقی نامیده یعنی شما از نظر اخلاقی نمی‌توانید هماهنگ باشید و عقب می‌مانید، حالت تحقیر آمیزی پیدا می‌شود.

بسیاری از انسانها وقتی که با دستگاههای نوین الکترونیکی و پیشرفته فنی برخورد می‌کنند دچار عقب ماندگی می‌شوند. این به مرور یک عقب ماندگی فرهنگی در جوامع بشری ایجاد می‌کند که به آن Cultural lag می‌گویند که هر چه امکانات بیشتر باشد، عقب ماندگی بیشتر است و شکاف اخلاقی بیشتر می‌شود و به جایی می‌رسد که یک وضعیت عجیبی بروز می‌کند. در اینجاست که انسانها دچار حالت سرخوردگی شده، و اسیر ماشین می‌شوند.

دکتر حسین ابوترابی‌ان در پایان گفت: یکی از وظایف مهم روابط عمومی تشکیل کلاسهای آموزشی و ترتیب دادن جلسات مختلف است تا یک هماهنگی بین سازمانها، کارمندان، وسایل و امکانات ایجاد کند که شکاف اخلاقی بیشتر نشود که اگر این شکاف بیشتر شد، آن وقت فاجعه دیگری به دنبال خواهد داشت، انسانها از نظر فکری منزوی می‌شوند، از اجتماع دور می‌شوند و مشارکت اجتماعی شکست می‌خورد، مدیران روابط عمومی باید به این نکته توجه داشته باشند که این عقب ماندگی فرهنگی آن انزوای اجتماعی را ایجاد نکند. این خلاصه‌ای از دورنمایی قرن بیست و یکم است که به نظر من وظیفه

مدیران روابط عمومی از مدیران سازمانها بسیار پراهمیت‌تر است و پیشنهاد آخر من این است که در دانشگاههای کشور در رشته‌های ارتباطات، رشته‌های مدیریتی و همه رشته‌هایی که به نوعی به امور اجتماعی ارتباط دارند، حداقل دو واحد یکی ارگونومی اجتماعی و یکی سایبرنتیک اجتماعی را بگنجانند و از حالا زمینه را فراهم کنند تا این وضعیتی که ترسیم کردم، به وجود نیاید.



□