هنر روابط عمومی در عشق ورزیدن است

پاکزاد، احمد

احمد پاکزاد-عضو هیأت مدیره انجمن روابط عمومی ایران‏ همواره بخش عمده‏ای رفتار انسانها در جامعه،صرف برقراری ارتباط،تبادل‏ عاطفه و تعاملات انسانی می‏شود. موضوعهایی همچون عشق،قدردانی، درک،وفاداری و مشارکت در امور جاری‏ در فضایی معنوی،دستمایه این رفتارها است.شاید بتوان دعا کرد که چکیده‏ مفهوم روابط عمومی هم ساماندهی و بسط و گسترش این رفتارها در قالبی‏ وسیعتر از محیط پیرامونی انسان یعنی‏ اجتماع می‏باشد.اگر چه زمانی که نام‏ روابط عمومی به میان می‏آید،نگاه‏ها به سمت ارتباطات سازمانی می‏رود ولی‏ مسلم است که روابط عمومی نه در ظاهر سازمانی و اداری خود بلکه در تمامی‏ شئون زندگی اجتماعی افراد جامعه وجود داشته و به عنوان فرهنگ رفتاری به ظهور می‏رسد.

برگزاری«دومین همایش آسیب- شناسی روابط عمومی در ایران»باعث‏ شد که متفکران و صاحب نظران این رشته‏ گرد هم آیند و به بررسی مشکلات روابط عمومی در ایران بپردازند.این همایش‏ علمی که به همت«اداره کل تبلیغات‏ دولت»برپا شد،با ارائه مقالات متعددی‏ در این رابطه آغاز گردید و علی‏رغم آنکه‏ در کلیه مقالات و محورهای همایش‏ رنگ و بو و فضایی اداری وجود داشت، اما یک رویداد سرشار از عاطفه، حق‏شناسی و قدردانی باعث شد که‏ جنبه‏های معنوی روابط عمومی هم مورد تأکیدی دوباره قرار گیرد.در انتهای‏ همایش وقتی هیأت داوران علمی، بهترین‏ها را معرفی می‏کردند.«دکتر ناصر بزرگمهر»یکی از برگزیدگان با نثار بهترین درودها به روان پاک مرحوم فقید ارسلان راحمی،مدیر کل روابط عمومی‏ وزارت راه و ترابری هدیه متعلق به خود را از طرف جامعه روابط عمومی ایران‏ به خانواده آن مرحوم اعطا کرد.این عمل‏ قدرشناسانه یکی از متفکرین و مدیران‏ روابط عمومی ایران نشان داد که هر چند علم روابط عمومی در محیطی سرشار از قوانین خشک و روابط خاص نظام‏های‏ اداری متولد و رشد یافته ولی مملو از هنر است؛هنر عشق ورزیدن،هنر دوست‏ داشتن،هنر ایثار و رفتارهایی سرمنشأ گرفته از احساسات عاطفی انسانی.این‏ عمل به نوبه خود درسی شد برای‏ دانشجویان این رشته و الگویی برای‏ شاغلان روابط عمومی در هر سمت و پستی که هستند.

مردمی بودن این نیست که در مقالات‏ خود بنویسیم،در سخنان خود بگوییم و یا در تئوری‏های خود برای روابط عمومی‏ تعریف کنیم.این عمل هم می‏تواند معیار مناسبی برای هر روابط عمومی باشد. قدردانی و توجه به روابط عاطفی انسان‏ها، همان حلقه مفقود شده‏ای است که بیماری‏ حاصله از آن دامنگیر برخی از سازمان‏ها شده است.به همین دلیل فعالیت‏های ارتباطی‏ آنان را بیشتر در کسوت تبلیغات از خود و منت‏گذاری بر جامعه می‏بینیم.دنیایی‏ دور از آرمانهای مقدس روابط عمومی.

در دنیای ارتباطات،برقراری ارتباط هدف نیست بلکه آن ابزاری است به جهت‏ نیل به هدفی بزرگتر و مسلما مقدس‏تر. قصد از برقراری ارتباط،انتقال پیام با استفاده از ابزارها و کانالهای متنوع در جهت ایجاد یک باور جدید در ذهن گیرنده که نهایتا منجر به تغییر رفتاری‏ ارزشی و عمیق و ماندگار می‏شود،روابط عمومی به عنوان بخشی از این علم، موظف است که با استفاده از روشهای‏ ارتباطی،خود و سازمان خود را به دور از تزویر و ریا در کنار افکار عمومی و جامعه انسانی به درجه‏ای مناسب از درک‏ متقابل برساند که رهآوردی جز مشارکت‏ همه جانبه دو طرف در پی نخواهد داشت. این محقق نمی‏شود مگر آنکه صداقت و عشق در این ارتباط وجود داشته باشد. در این زمان،سازمان همه توان خود را صرف ارائه خدمات بهتر به مردم می‏کند و مردم هم متقابلا به مشارکت در فعالیتهای‏ سازمان،بستر انجام وظایف را مهیا کرده‏ و سهولت در نیل به مقصود را ایجاد می‏کند.مقصدی که هر دو طرف از آن‏ منتفع شده و فضای روابط انسانی در جامعه،عاطفی‏تر و حق‏شناسانه‏تر می‏شود.این همان درسی بود که ناصر بزرگمهر در انتهای همایش به کلیه خانواده‏ روابط عمومی داد و آن هم در کمال‏ تواضع و متانت.

انسان زمانی مفهوم دارد که در جامعه‏ باشد و زمانی نقش دارد که در جامعه‏ تأثیرات مثبتی بگذارد.جامعه‏ای هم‏ برآیندی از تمام این حضورها است.بیاییم‏ در روابط انسانی خود به دقت بنگریم، خود را وقف جامعه بدانیم و جامعه را برای آیندگان بخواهیم.حتا اگر در یک‏ روابط عمومی مشغول هستیم!و صد البته‏ اگر در این نظام به هر شکلی مسؤولیت‏ داریم.این مطلب را فراموش نکنیم که:

قطره دریاست اگر با دریاست‏ ورنه او قطره و دریا،دریاست