مطبوعات و روابط عمومی: (روابط عمومی از پاسخگویی تا جوابیه نویسی) نگاهی به مطبوعات

کیامهر، غلامرضا

مطبوعات همواره در پیشبرد اهداف روابط عمومی نقش مؤثری را ایفا کرده‏اند به ویژه زمانی که‏ کارشناسان و اندیشمندان این رشته خود از نویسندگان مطبوعات باشند و در باب روابط عمومی به بحث و نگارش بپردازند،این نقش برجسته‏تر و مؤثرتر می‏شود که بی‏شک تداوم این شیوه و این همکاری ارزنده‏ سبب تنویر افکار عمومی نسبت به اهمیت روابط عمومی گشته و نیاز به دانایی و گسترهء وظایف آن را بیشتر روشن می‏سازد لذا با تشکر از همهء نویسندگان عزیز مطبوعات که به نوعی نوشته‏های خود را به روابط عمومی اختصاص می‏دهند،مجلهء روابط عمومی می‏کوشد تا آنجا که ممکن باشد به نقل مطالب‏ مذکور در این ماهنامه مبادرت نماید به امید آنکه خوانندگان گرامی ماهنامهء روابط عمومی که غالبا از خانوادهء روابط عمومی هستند استفادهء لازم را از این مطالب نقل شده بفرمایند.

روابط عمومی، از پاسخگوی‏ تا جوابیه نویسی‏ غلامرضا کیامهر پاسخگو بودن در برابر جامعه و افکار عمومی از ویژگی‏های برحستهء سازمان‏های مردم سالاری است که خود را به تمام معنا خدمتگزار مردم می‏دانند.در چنین سازمان‏هایی، مدیران به خاطر خدماتی که انجام می‏دهند نه فخر می‏فروشند و نه منتی بر سر مردم می‏گذارند.زیرا در فرهنگ مدیرتی آنها مردم پایه‏های اصلی قدرت را تشکیل می‏دهند و تلاش در جهت جلب رضایت مردم برایشان یک هدف استراتژیک‏ به حساب می‏آید.

سازمان‏های پاسخگو به روابط عمومی‏های پاسخگو هم‏ نیاز دارند.در چنین سازمانهایی روابط عمومی‏ها به جای تبدیل‏ شدن به بلندگوهای تبلیغاتی،مجیز گویی مدیران و توجیه‏ بی‏چون و چرای نیک و بد اعمال سازمانهای متبوع خود، همچون یارانی دانا و امین و هوشیار با جامعه مخاطبان ارتباطی‏ سازنده و صادقانه برقرار می‏کنند.درباره سایه روشنهای‏ عملکرد سازمان متبوع خود با بهره‏گیری از روشهای‏ کارشناسی،مستمرا به مردم توضیح می‏دهند،به کالبد شکافی‏ آسیبها و چالشهایی بالفعل و بالقوه‏ای که سازمانشان را تهدید می‏کند می‏پردازند و ماحصل یافته‏های خود را با هدف کمک‏ به اصلاح جریان امور و بهینه‏سازی عملکردها در اختیار مدیران‏ سازمان قرار می‏دهند.

درهای روابط عمومی‏ها در سازمانهای مردم سالار و پاسخگو به معنای واقعی به روی مردم و ارباب جراید گشوده‏ است.زیرا در چنین سازمانهایی چیزی برای پنهان نگاهداشتن‏ از افکار عمومی وجود ندارد.حتی سخت‏ترین منتقدانی که با قلم خود عملکرد سازمانهای گوناگون را زیر ذره‏بین نقد و حلاجی قرار یم دهند،در نگاه روابط عمومی‏های پاسخگو از شأن و احترام والایی برخوردارند.به اعتقاد چنان روابط عمومی‏هایی حتی وجود ذره‏ای واقعیت در نوشته‏های‏ نقدنویسان مطبوعاتی می‏تواند راهگشای آنها برای کشف و شناسایی نیمه پنهان واقعیتهای بزرگ‏تر باشد.

متأسفانه امروز شمار قابل ملاحظه‏ای از روابط عمومی‏های سازمانهای دولتی که پیوسته در معرض دید و داوری افکار عمومی قرار دارند،مسؤولیت بزرگ پاسخگویی‏ را که فرایندی فعالانه است با شیوه انفعالی جوابیه‏ نویسی‏های کلیشه‏ای برای‏ مطبوعات و موضع‏گیریهای‏ خصمانه و بعضا تهدیدآمیز در قبال نویسندگان و منتقدان‏ سخت اشتباه گرفته‏اند. بعضی از آنها به دلیل کمبود بضاعت علمی و فقر ادبیاتی‏ حتی وظیفه جوابیه نویسی را هم به درستی انجام‏ نمی‏دهند.نگاهی کارشناسی‏ به جنبه‏های ساختاری و محتوایی جوابیه‏هایی که از این‏گونه روابط عمومی‏ها همه روزه در مطبوعات‏ به چاپ می‏رسد صحت این‏ مدعا را به اثبات می‏رسانند.یعنی دفاع بد از عملکردهای‏ نامطلوب!

شاید در فهرست بلند بالای شرح وظایف تعریف شده‏ روابط عمومی‏ها جوابیه نویسی هم برای خود مقام و جایگاهی‏ داشته باشد.اما در سلسله مراتب این وظایف جوابیه نویسی‏ آخرین تیر در ترکش روابط عمومی‏ها محسوب می‏شود و باید تنها هنگامی مورد استفاده قرار گیرد که کسانی عمدا و به خاطر اغراض شخصی و یا از روی جهل و بی‏اطلاعی اتهامی بیّن و آشکار را که جنبه حیثیتی دارد،به تمامیت یا بخشی از یک‏ گزافه نیست اگر گفته شود بسیاری از نارضایتی‏ها و سوءتفاهم‏هایی که در سطح جامعه نسبت به عملکرد سازمان‏ها و بنگاه‏های اقتصادی متولی تأمین کالا و خدمات اساسی مورد نیاز مردم وجود دارد و سبب سلب‏ اعتماد عمومی نسبت به عملکرد آن‏ها شده است،ریشه‏ در ضعف شدید عملکرد روابط عمومی‏های این‏ سازمان‏ها و بنگاه‏ها دارد و تا زمانی که مدیریت اجرایی‏ کشور با یک عزم جدی و خلل ناپذیر موجبت خانه‏تکانی‏ اساسی در شکل و محتوای روابط عمومی‏های رنجور و ناتوان را فراهم نسازد،بر دامنه این نارضاییها و سوء تفاهم‏ها هر روز افزوده خواهد شد.

سازمان وارد کرده باشند که به طور کاملا طبیعی وظیفه هر روابط عمومی ایجاب می‏کند که با ارسال توضیحات کافی و روشنگرانه برای همان رسانه و تریبون خاص علاوه بر روشی‏ شدن اذهان عمومی،از آن به عنوان فرصتی برای تبیین خصیصه‏ پاسخگویی سازمان متبوع خود استفاده کند.

از میان ده‏ها روابط عمومی عریض و طویل موجود در سازمانهای دولتی و نیمه دولتی که وجودشان هزینه‏های بسیار سنگینی را بر سازمان‏ها تحمیل کرده است،چه تعداد روابط عمومی را می توان سراغ گرفت که هم خود به صنعت والای‏ پاسخگویی متصف هستند و هم توانسته‏اند با بهره‏گیری از غنای فکری و کارشناسی خود فرهنگ پاسخگویی را به لایه‏های مدیریتی‏ سازمانهای متبوع نفوذ و رسوخ دهند؟

آسیب‏های ناشی از فقدان روابط عمومی‏های‏ محتوایی و پاسخگو را در همهء عرصه‏های فرهنگی، اجتماعی و به ویژه اقتصادی‏ می‏توان مشاهده کرد.گزافه‏ نیسیت اگر گفته شود بسیاری‏ از نارضایتی‏ها و سوء تفاهم‏هایی که در سطح‏ جامعه نسبت به عملکرد سازمان‏ها و بنگاه‏های‏ اقتصادی متولی تأمین کالا و خدمات اساسی مورد نیاز مردم وجود دارد و سبب‏ سلب اعتماد عمومی نسبت به عملکرد آن‏ها شده است،ریشه‏ در ضعف شدید عملکرد روابط عمومی‏های این سازمان‏ها و بنگاه‏ها دارد و تا زمانی که مدیریت اجرایی کشور با یک عزم‏ جدی و خلل ناپذیر موجبات خانه تکانی اساسی در شکل و محتوای روابط عمومی‏های رنجور و ناتوان را فراهم نسازد،بر دامنه این نارضاییها و سوءتفاهم‏ها هر روز افزوده خواهد شد. رسیدن به این هدف بزرگ و حیاتی تنها با به اجرا گذاشتن‏ اصل شایسته سالاری و زدن مهر باطله بر نظام رابطه سالاری‏ در مقوله روابط عمومی امکان پذیر خواهد بود.