گزارش دومین همایش بررسی مسائل روابط عمومی ایران

چرتابی اصل، منوچهر

تهیه و تنظیم:منور چرتابی اصل‏ وزیر فرهنگ و ارشاد اسلامی:اعتمادسازی اولین قدم برای گسترش معنا و مفهوم‏ روابط عمومی و در نهایت معنا و مفهوم مشارکت است. دومین همایش بررسی مسائل روابط عمومی پس از آن که‏ از برگزاری اولین همایش روابط عمومی حدود چهار سال‏ گذشته بود،تحت عنوان«آسیب‏شناسی روابط عمومی»با همت اداره کل تبلیغات وزارت فرهنگ و ارشاد،توانیر،شرکت‏ مخابرات،بنیاد مستضعفان و جانبازان و شرکت ملی نفت و پالایش فرآورده‏های نفتی در روزهای 7 و 8 خرداد در محل‏ هتل انقلاب تهران با حضور تعداد کثیری از مدیران روابط عمومی،کارشناسان،استادان و دانشجویان روابط عمومی‏ برگزار شد.

مراسم افتتاحیه با سخنرانی آقای مسجد جامعی وزیر فرهنگ و ارشاد اسلامی آغاز شد.وی از اینکه در جمع‏ پژوهشگران،اندیشمندان و مسؤولان اجرایی روابط عمومی‏ است اظهار خوشحالی کرد و گفت:امید دارم این نشست در نهایت به روش‏ها،راه‏کارها و ایده‏های نوینی در جهت بسط و گسترش روابط عمومی در کشور منجر شود.

آقای مسجد جامعی گفت:با توجه به اینکه مدت زمان‏ نسبتا طولانی از شکل‏گیری روابط عمومی می‏گذرد،چرا هنوز تعریف مناسبی از جایگاه روابط عمومی در کشورمان ارائه‏ نشده است.یا چرا روابط عمومی‏ها در انجام اموری که با آن‏هامحول شده اس توفیقی حاصل نکرده‏اند؟

وی در پاسخ به این پرسش گفت:این مسئله به فضای‏ فرهنگی کشور باز می‏گردد.دانش روابط عمومی یک پدیدهء جدید است.زمانی که در فضای یک فرهنگ سنتی و بومی قرار می‏گیرد باید نیاز به درک بیرونی در این زمینه به وجود می‏آید.

آقای مسجد جامعی با بیان اینکه زمینهء مشترکی بین‏ تبلیغات و روابط عمومی هست،اظهار داشت:فرهنگ ما در بنیاد خودش یک فرهنگ تبلیغی است.در تبلیغ،ابلاغ پیام‏ به مخاطب صورت می‏گیرد.اما وظیفهء ما در روابط عمومی‏ صرفا ابلاغ‏رسانی است بلکه علاوه‏بر آن اطلاع‏یابی است و اگر اطلاع‏یابی به نحو مطلوبی صورت نگیرد،اطلاع‏رسانی هم‏ به درستی صورت نمی‏گیرد.

آقای مسجد جامعی در بخش دیگری از سخنانش گفت: روابط عمومی پاسخگو علاوه بر داشتن زبان،چشم و گوشش، باید فعال هم باشد.ببیند و بشنود،بررسی،تحقیق و ارزیابی‏ کند،و در آخر نیز بیان کند.در این صورت روابط عمومی موفق‏ است.

ایشان با بیان این مطلب که اطلاع‏رسانی نه به عنوان جزئی‏ از فعالیت بلکه عین فعالیت در روابط عمومی است،گفت:

آقای مسجد جامعی‏ هدف مشارکت است و جلب مشارکت در اطلاع‏رسانی میسر است خیلی از پروژه‏ها چنانچه نحوهء اطلاع‏رسانی خوبی‏ نداشته باشد عملا هزینهء بیشتری را برای اجرای آن باید در نظر گرفت.

آقای مسجد جامعی یکی از مهم‏ترین وظایف روابط عمومی‏ها را اعتمادسازی دانست و گفت:اعتمادسازی اولین‏ قدم برای گسترش معنا و مفهوم روابط عمومی و در نهایت معنا و مفهوم مشارکت است.

وزیر فرهنگ و ارشاد اسلامی در ادامه گفت:ما برای‏ تحقق برنامه‏های توسعه نیاز به فضای آزاد اطلاع‏رسانی در مسائل کشور داریم.متأسفانه در شرایط کنونی نقش روابط عمومی در حوزهء خود چندان موفق نیست و اگر اعتماد مردم‏ نسبت به دستگاه دولتی وجود دارد،بیشتر مرهون اعتماد به ریاست قوه مجریه و عملکرد آن است.روابط عمومی‏ دستگاه‏های دولتی در این زمینه می‏توند فعال‏تر از این عمل‏ کند.دستگاه‏های اجرایی وابسته به دولت به اعتماد مردم‏به رئیس جمهور به عنوان یک سرمایهء ملی بنگرند و با استناد در رد این سرمایه ملی برای جریان سالم امور اجرایی کمک‏ بگیرند.

ایشان یکی دیگر از وظایف روابط عمومی‏ها را ارتباط با نخبگان و برجستگان و شخصیت‏های علمی و اجرایی در حوزه‏های مربوط دانست و گفت:این وظیفه و نقش هم اطلاع‏ یابی و هم اطلاع‏رسانی در روابط عمومی را تقویت می‏کند.

پس از مراسم افتتاحیه جلسه با ریاست دکتر فرهنگی‏ ادامه پیدا کرد و آقایان دکتر فرهنگی،خسرو سلجوقی،سید محمد جعفری،دکتر حسین افخمی،احمد محیای ایله‏ای، جواد قاسمی،ناصر بزرگمهر،سید حسین سجادی،هوشمند، سفیدی،سید شهاب سید محسنی،عبد اللّه ذاکر،غلام عباس‏ افشار،حسن نصیری و حامد اسماعیلی،مقاله‏های خود را ارائه‏ دادند.

بعد از مراسم اختتامیه توسط دکتر شعبان شهیدی‏ جوایزی به صاحبان مقاله‏ها اهدا گردید.

لازم به ذکر است دکتر شهیدی معاونت امور مطبوعاتی و تبلیغاتی وزارت فرهنگ و ارشاد به عنوان حسن‏ختام همایش‏ مطالبی ارائه کرد.وی گفت:روابط عمومی‏ها باید ارتباط بیشتری با رسانه‏ها و مطبوعات داشته باشند،چرا که شناخت‏ مخاطب برای روابط عمومی در ابتدای هر بحثی قرار دارد.

وی در ادامه گفت:ما باید تلاش کنیم با کمک به قانون و رعایت ضوابط،اطلاع‏رسانی را به موقع انجاخ دهیم و در مسیر شناخت عملکردها اقدام کنیم.

شایان ذکر است که در پایان،بیانیهء دومین همایش بررسی‏ مسائل روابط عمومی توسط یکی از اعضای هیأت رئیسه‏ به قرار زیر قرائت شد:

بیانیه پایانی دومین همایش‏ بررسی مسائل روابط عمومی ایران

روابط عمومی از جمله فنونی‏ است که به واسطه مختصات و قابلیت‏های کارساز و سازنده‏اش‏ در مدیریت،روزبه‏روز ارزش وبهای بیشتر یافته و می‏یابد و همواره شاهدیم که به انحاء و اشکال مختلف اشاعه و بسط آن در ابعاد مختلف ادامه پیدا کرده است.از روابط عمویم و یا به عبارتی از این دانش تاکنون تعاریف و مفاهیم‏ گوناگونی بیان شده است اما اغلب‏ صاحب‏نظران،اندیشمندان و دست اندرکاران این فن،از آن به عنوان‏ وسیله‏ای پر توان و قوی در پیشبرد اهداف و برنامه‏های هر سازمان یا تشکیلات حقوقی یاد کرده‏اند و در موفقیت‏هایی اجرایی هم بر این امر صحه گذاشته‏اند.به دلیل وجود چنین جایگاه یا ویژگی‏هایی است‏ که حداقل در یکی دو دههء اخیر روابط عمومی پیش از اوقات یا زمان‏های دیگر مطرح شده و دولتمردان یا متولیان امور بر آن‏ شده‏اند تا با انجام اقدامات و اجرای‏ طرح‏ها و برنامه‏های مختلفی به این‏ فن بیش از پیش بها دهند که‏ تأسیس دو تشکل روابط عمومی با عناوین«انجمن روابط عمومی»و «انجمن متخصصان روابط عمومی»و برپایی همایش‏ها و نشست‏های تخصصی و برگزاری‏ دوره‏های گوناگون در این زمینه یا اقداماتی مشابه در این راستا گواهی بر این مدعاست.

دومین همایش بررسی مسائل‏ روابط عمومی ایران با عنوان‏ «آسیب‏شناسی روابط عمومی»از جمله یکی از اقداماتی است که با نگاهی کارشناسانه و برگرفته از اندیشهء اساتید و صاحب‏نظران این‏ رشته طی دو روز برگزاری مجددا این دانش را به چالش نشسته و مسائل و مباحث متنوع و گستردهء آن را مورد بحث و بررسی قرار داده است.

ضمن تشکر از کلیه دست-اندرکاران،استادان،کارشناسان، متخصصان و مدیران روابط عمومی که با دقت‏نظر و علاقه‏ برگزارکنندگان این همایش را یاری داده و با حضور فعالشان در مباحث صبح و بعدازظهر این‏ گردهمایی،بار دیگر و از منظری‏ جدید گوشه‏هایی هر چند کوچک از ارزش و جایگاه این فن را مورد ارزیابی و نگرش قرار دادند،بیانیهء پایانی همایش به شرح زیر و با نگاه‏ و توجه ویژه به مواردی که‏ می‏تواند در ارتقاء هر چه بیشتر این‏ فن در امور اجرایی و مدیریتی‏ پرداخته و بر آن‏ها تأکید می‏ورزد: 1-ایجاد رشتهء مستقل روابط عمومی در دانشگاه‏ها و مراکز علمی.

2-آموزش مدیران ارشد برای‏ حمایت از روابط عمومی.

3-تقویت امر پژوهش در امر روابط عمومی و حمایت جدی از آن.

4-اتخاذ شیوه‏ها یا روش‏هایی‏ برای برقراری ارتباط هر چه‏ بهتر و بیشتر با رسانه‏های‏ جمعی و ایجاد انگیزه-هایی‏ برای مشارکت صمیمانه‏تر و جدی‏تر خبرنگاران و ارباب‏ جراید.

5-ارتقاء اداره کل تبلیغات وزارت‏ فرهنگ و ارشاد اسلامی‏ به معاونت روابط عمومی.

6-گنجاندن برنامهء روابط عمومی‏ در برنامه‏های عمرانی توسعه‏کشور همانند سایر بخش‏های‏ فرهنگی،اقتصادی و اجتماعی.

7-پیش‏بینی دروس یا عناوین‏ درسی در زمینهء ارتباطات و روابط عمومی در مقطع‏ تحصیلی دبیرستان.

8-تدوین و مستند سازی نیم قرن‏ تجربهء روابط عمومی در کشور و تخصیص و تعیین روزی از سال به نام روز روابط عمومی.

9-سخنگو بودن روابط عمومی‏ها در همهء سازمان‏ها.

10-تقویت و حمایت انجمن‏های‏ موجود بدین منظور که این‏ تشکل‏های تخصصی بتوانند از طرق مختلف حقوق شاغلین یا دست‏اندرکاران روابط عمومی‏ را مورد حمایت قرار دهند و مشابه سازمان‏هایی نظیر نظام‏ مهندسی ساختمان یا نظام‏ پزشکی عمل کنند.

برگزارکنندگان دومین همایش‏ روابط عمومی امیدوارند با توجه‏ به عنایت مسؤولان و کلیه کسانی‏ که می‏توانند در ارتقاء هر چه بیشتر این دانش گام بردارند،موارد مطرح‏ شده و پیشنهادی در این بیانیه را مورد عنایت ویژه قرار داده و با قاطعیت و برنامه‏ریزی‏های دقیق و اصولی و تحقق هر یک از موادی که‏ اشاره شده،جایگاه والاتر،محکم‏تر و با ارزش‏تر از فن روابط عمومی در کشور را پدید آورند.