آسیب شناسی حرکت های اجرایی N.G.O ها، راه حل دستیابی به مفاهیم جدید روابط عمومی

امامی، محمد

محمد امامی نایب رییس شورای روابط عمومی‏ استان خراسان و مشاور مدیر عامل و مدیر روابط عمومی اداره کل مخابرات استان است.وی معتقد است‏ رابط عمومی تلاش سامان یافته و آگاهانه و مدبرانه‏ برای کسب تفاهم متقابل بین سازمان و مردم است.

وی در ادامه می‏افزاید:روابط عمومی یعنی‏ مردم‏داری،تنها آن چیزی‏که در زمینه مفاهیم می‏توان‏ بدان اشاره کرد همان مفاهیمی است که در این تعاریف‏ وجود دارد.آگاهانه بودن تلاش مفهوم اصلی این تعریف‏ است.بر این اساس آگاهی حرف اول را می‏زند.

مدبرانه بودن روابط عمومی نیز بدان معناست که‏ حرکات روابط عمومی باید بر مبنای تدبیر و مدیریت‏ صحیح شکل گیرد.در این بحث تفاهم یک واژه کلیدی‏ است.در تعریف روابط عمومی و رسیدن به هم فهمی با مخاطبان اعم‏از درون و بیرون از سازمان باید از تلفیق‏ تمامی این مفاهیم استفاده کرد.

در تعریف شما واژه‏های آشنایی وجود دارد. تعریف شما از این مفاهیم چیست.

آنچه ورودی کار است روابط عمومی و مردم‏داریست و آگاهی تمام آن چیزی است که در تحقق وظایف روابط عمومی،یک‏ کارشناس باید بدان مسلط باشد تا رسالاتش را محقق کند و دانش‏ لازم را در زمینه تکنیک‏ها و فنون و وظایفی که برعهده دارد بداند تا با آگاهی فعالیت‏هایش را سامان دهد.

در زمینه مدبرانه بودن هم باید مسیر را بشناسد و آینده را پیش‏رو آورد و براساس آن عمل کند تا در یک‏ حرکتی صحیح و مدبرانه با یک برنامه سامان‏دهی شده‏ حرکت کند.تا به هدف خود که مردم دارای است برسد.

آیا این توانمندی‏ها در افراد وجود دارد یا باید آموزش داده شود.

روابط عمومی تلفیقی است از علم و هنر.به عبارت‏ دیگر ترکیبی است از دانش و تجربه.این موضوعات به‏ ما تفهیم می‏کند که کسی که در عرصه روابط عمومی‏ عمل کند باید از این هنر و تجربه برخوردار باشد و علم‏ و دانش این هنر و تجربه را تکمیل می‏کند.به عبارت دیگر برخی توانمندی‏ها اکتسابی و برخی ذاتی است.

در بخشی که روابط عمومی‏ها می‏توانند بدان مسلح‏ شوند،باید تلاش آگاهانه و عالمانه باشد،در واقع مسیر صحیح در این زمینه دریافت سیستماتیک دانش و کاربردی‏ و مفهومی کردن دانش در زمینه اهداف و وظایف روابط عمومی است.خوشبختانه از دهه شصت به این طرف‏ حرکات خوبی در زمینه توسعه دانش روابط عمومی در کشور شکل گرفته و زمینه‏های مناسبی برای بهره‏وری‏ مدیران روابط عمومی فراهم شده است تا کارشناسان‏ بتوانند به این علم مجهز شوند.مسیرهایی هم وجود دارد که‏ دانشگاه‏ها و اساتید مشخص می‏کنند بخش هنر و تجربه هم‏ که باید مکمل علم و دانش باشد،در قالب تشکل‏های دولتی و غیردولتی در قالب اجرایی قرار گیرد.

اصول تئوریک در چارچوب خاصی ارایه می‏شود و با مباحث اجرایی همخوانی ندارد نظر شما در این‏ رابطه چیست.

بدون تردید فاصله‏ای عمیق بین آنچه باید باشد و آنچه‏ هست وجود دارد و زمینه‏های آن به دلیل توقف در عرصه‏های دانشگاهی بود که در این امر بی‏تاثیر نبوده‏اند.در مقطعی ما روابط عمومی را یک علم‏ آمریکایی می‏دانستیم و آن را تعطیل کردیم که این‏ تعطیلی در روند توسعه این دانش موانعی ایجاد کرد.این‏ توقف در مراحل بعدی آموزش و قالب اجرایی به نحوی‏ مفهوم یافت که وقتی وارد عمل می‏شد با مفاهیم دیگری‏ مواجه می‏شود و دانش به هیچ‏وجه پاسخگوی نیازهای‏ عملی او نیست.

به نظر من پیوند دانشگاه و تشکل‏ها می‏تواند هم این‏ مشکل را رفع کند و هم بار علمی دانشگاه‏ها را افزایش‏ دهد و ما را به یک الگوی روابط عمومی بومی برساند.به‏ نظر من مباحث امروز آموزش‏های ما،ترجمه و برگردان‏ مباحث هستند که با شرایط بومی ما تناسب ندارد.پیوند بین حوزه‏های دانشگاهی و حوزه‏های عملی و تشکل‏های‏ صنفی و NGO می‏تواند این خلا را پر کند.

دانش روابط عمومی دانش نوپایی نیست‏ سال‏هاست فعالیت می‏کند آیا NGO ها می‏توانند این‏ وظیفه خطیر را بر دوش داشته باشند.

روابط عمومی یک ساختار سیاسی-اجتماعی است و نمی‏تواند بدون توجه به ساختار جامعه فعالیت واقعی‏ خود را شکل دهد.از طرف دیگر تاثیرات این ساختار را نمی‏توان نادیده گرفت.

اگر تاریخ روابط عمومی‏ها را مرور کنیم می‏بینیم‏ فعالیت‏های روابط عمومی در هر مرحله برجستگی‏ها و ویژگی‏های خاص داشته است.در مرحله اول در سازمان‏ها واحدی تحت عنوان روابط عمومی و ارشاد شکل گرفت که متاثر از شرایط خاص جامعه بود.

این حرکات تبلیغاتی یک سویه تلقی می‏شد تلاش‏های صاحبنظران این تحول را شکل داد.در مرحله‏ بعدی آگاهی‏بخشی در روابط عمومی،به نحوی صورت‏ گرفت که امروز روابط عمومی به‏عنوان یک نهاد مدنی‏ ایفای نقش می‏کند.این امر حاصل تلاش‏های تشکل‏های‏ روابط عمومی و حرکات عمده جامعه است.گرچه این‏ حرکات کند انجام شده و گام به گام پیش رفته،اما جامعه‏ روابط عمومی به اصل رسیده است که خلاءها و کمبودهای بسیاری در ساختار کشور وجود دارد و باید به رفع آن پرداخت و به فکر ایجاد پشتوانه قوی در عرصه‏ دستگاه‏های دولتی شد.

از سوی دیگر روابط عمومی‏ها در دستگاه‏های دولت‏ هم نتوانسته‏اند در جایگاه خود قرار گیرند.در این شرایط انتظار می‏رود که بخواهیم به شکل سریعی بدنه روابط عمومی را که در طول تاریخ به دولت وابسته بوده است، تغییر داده،تا مستقل عمل کنند.

باتوجه به جایگاه روابط عمومی در ایران بخش‏ خصوصی و غیردولتی توانسته با تامل و ایجاد فشارهایی به بخش دولتی کم‏کم در این سیستم جایی‏ برای خود باز کند و روابط عمومی بخش دولتی نیز به‏ ناچار باید بپذیرد که روابط عمومی برخاسته از متن‏ جامعه است و به این اطمینان و تعیین و باور برسد،که‏ حرکت سازمان یافته روابط عمومی اگر متکی بر نظام‏ مردم‏سالاری دینی باشد می‏تواند در تحقق اهداف نظام‏ کوشا باشد.

واژه‏های کلیدی عرصه روابط عمومی که باید به‏ تعریف آنها پرداخت کدامند.

تلاش برای هم‏فهمی ابتدایی‏ترین کار در عرصه‏های‏ اجرایی و دانشگاهی است.تشکل‏ها،گردهمایی‏ها و مجامعی که بتوانند این ایده‏ها را به هم نزدیک کنند مهم‏ترین مساله و لازمه کار هستند و اگر این هم‏فهمی‏ ایجاد نشود نمی‏توان به ادامه مسیر امیدوار بود.

متولی این امر چه کسی باید باشد.

من اصولا بحث شورای عالی ارتباطات و روابط عمومی را در استان مطرح کرده‏ام به نظر من با حضور دستگاه‏های دولتی و NGO ها و در بالاترین سطح‏ سیاستگذاران و مسوولان استان،ارشاد،صدا و سیما شورای روابط عمومی استان و صاحبنظران و فعالان‏ روابط عمومی در هر استانی جای تاسف است که پس از انقلاب ما هنوز یک جایگاه قوی در هیات دولت نداریم. انتظار نداریم یک وزیر روابط عمومی داشته باشیم اما وجود یک پشتوانه دولت این هم‏فهمی را ایجاد می‏کند. سخنگوی دولت هم تنها به مبحث اطلاع‏رسانی‏ می‏پردازد که حرکتی کاملا دولتی است.اما این تشکل‏ها زمینه‏های دستیابی به ای هم‏فهمی را فراهم می‏کند.

از جمله رسالت‏ها و وظایف شورای عالی استان‏ حمایت از ایجاد و توسعه شکل‏های غیردولتی است.اما شکل‏گیری این حرکت نیازمند تحمل و سعه‏صدر است تا بتوان از این طریق فعالیت‏هایی موجود را سامان داده و به‏طور کلی اگر حرکتی مبتنی بر علم و آگاهی باشد می‏تواند به صورت گام به گام به هدف نزدیک شود.

خوشبختانه در جشنواره برترین‏های روابط عمومی‏ شاهد حضور فعال NGO ها انجمن روابط عمومی ایران و هم انجمن متخصصان روابط عمومی بوده‏ایم که به نظر می‏رسد این حرکات روبه رشد باشد.

آخرین سوال:وظیفه ما در این مرحله چیست.

امروز باید حرکت‏های NGO ها را آسیب‏شناسی کنیم. انجمن روابط عمومی ایران و حرکت‏های ایجاد شده‏ توسط متخصصان روابط عمومی و تلاش‏های جسته و گریخته شوراهای روابط عمومی باید آسیب‏شناسی‏ شود و علت اینکه روابط عمومی با حضور این دو NGO هنوز نتوانسته جایگاه خود را پیدا کند.بیاییم تا نسبت به‏ اصلاح روش‏ها،حرکات سازمان یافته‏ای را صورت‏ دهیم.در هر صورت اگر بخواهیم تحولی در این زمینه‏ صورت گیرد.بدون تشکل،این حرکت بی‏ثمر و غیر مستمر خواهد بود و به نتیجه نمی‏رسد.

در موقعیت نایب رییس شورای روابط عمومی‏ استان جه برنامه‏هایی برای حمایت از NGO دارید.

کاری که ما در این زمینه می‏توانیم انجام دهیم حمایت‏ و پشتیبانی و وصل به مراجع قانونی و راه‏اندازی‏ تشکل‏های جدید با رعایت ضوابط قانونی است و باتوجه‏ به این‏که ضوابط دست و پاگیر است،باید پیشنهاداتی‏ برای تسریع شکل‏گیری NGO ها داشته باشیم و تلاش بر این است که این مسیر را باز کنیم تا NGO ها شکل بگیرند و رشد یابند.

به‏طور کلی تشکل‏ها باید دو کار انجام دهند.

1-تدوین یک چشم‏انداز برای روابط عمومی(هدف‏ استراتژیک)

2-تدوین منشور اخلاقی روابط عمومی در ایران

گرچه منشور اخلاقی تدوین شده است،اما باتوجه به گذشت‏ زمان رسیدن به این منشور و خصوصا دستیابی به آن چشم‏انداز یک کار ضروری است.چر که NGO ها و سایر تشکل‏ها باید از ابتدار به همین مطلب برسند تا ما شاهد رشد و نمو و جهش روابط عمومی‏های کشور باشیم.