روابط عمومی ها مظلوم واقع شده اند

میلانی، همایون

همایون میلانی مدیر روابط عمومی انجمن مدیران صنایع استان خراسان از کودکی با مطبوعات زندگی کرده‏ است.خودش می‏گوید به دلیل شغل پدرش در همان اوان کودکی مطبوعات را می‏شناخته و به حرفه مطبوعاتی‏ عشق می‏ورزیده است.از سال 1343 رسما همکاری خود را با کادر تحریریه روزنامه کیهان آغاز کرده و از آن پس‏ همواره در زمینه روزنامه‏نگاری و روابط عمومی فعالیت داشته است.سردبیری روزنامه خراسان،سردبیری‏ نشریه خاوران و بسیاری دیگر از این فعالیت‏ها را در سابقه کاری خود حفظ کرده است.

پای صحبت میلانی نشستیم.از شرایط حاکم بر فضای روابط عمومی کشور گله‏های بسیار داشت.

با بهره‏گیری از تجربیات خود در قالب مفاهیم‏ روابط عمومی تعریفی ارایه کنید که قابلیت اجرایی‏ داشته باشد.

با مروری بر گذشته به این نتیجه می‏رسیم که روابط عمومی در کشور ما بسیار مظلوم واقع شده و نتوانسته‏ فضایی برای بهره‏مند کردن جامعه داشته باشد.روابط عمومی می‏تواند به‏عنوان یک علم پیش از آنچه تا امروز از آن استفاده شده است مورد بهره‏برداری قرار گیرد. روابط عمومی در رویارویی فرد با فرد با جامعه از ماهیت سخت‏افزاری و نرم‏افزاری موثری برخوردار است که تا امروز مورد استفاده قرار نگرفته،مظلومیت آن‏ نیز به این دلیل است که روابط عمومی‏ها هیچ‏گاه شناخته‏ نشده‏اند.مضاف بر این‏که ما به جای شناخت روابط عمومی ابتدا یک تشکیلاتی را به این نام راه انداختیم که‏ به این اصل آسیب رسانده و به نتیجه‏ای هم نرسیده‏ است به عبارت دیگر اگر بخواهیم در مفاهیم روابط عمومی جست‏وجو کنیم باید به خاستگاه این رشته‏ برگردیم.

روابط عمومی در ارتباط با فطرت انسان است.فرد با فرد،جامعه با جامعه،دولت با فرد و یا کشور با کشور دارد.این فطرت در هر مرحله،جایگاه ویژه‏ای دارد.

توجه داشته باشید که هر فرد یا سازمان نیاز دارد که‏ در چشم دیگران،جامعه،حکومت و مردم مقبول واقع‏ شود.دولت‏ها نیازمند تایید مردم هستند.و مردم انجام‏ وظایف حقوقی خود را به دولت‏ها می‏سپاند.

روابط عمومی‏ها موظف‏اند نیازهای مردم را شناسایی و برای پاسخگویی سازمان به سیاستگذاران‏ انتقال دهند این وجه اشتراک روابط عمومی و روزنامه‏نگاری است.انجام نشدن این امر سبب‏ بی‏اعتمادی به سیستم می‏شود.برای پیدا کردن این‏ مفاهیم باید به ریشه‏ها و اصول ارتباطات مراجعه کنیم.

چه کسانی وظیفه دارند مفاهیم روابط عمومی را تعریف و در سطح جامعه اشاعه دهند.

باید توجه داشته باشیم که روابط عمومی یک پدیده‏ وارداتی است و ما به تقلید این روش‏ها پرداخته‏ایم،بدون آنکه‏ فرصت سازگاری با شرایط اجتماعی خود را داشته باشیم.

انجمن روابط عمومی ایران به‏عنوان بهترین بخش فعال‏ در این عرصه باید فرهنگ مخاطبان خود را شناسایی کند و شیوه‏های صحیح ارسال پیام را معرفی نماید.

تجربه نشان داده است که دانشگاه‏ها در این اصل‏ موفق نبوده‏اند.ما این کار را در انجمن مدیران صنایع‏ انجام دادیم و آنچه را که لازم بوده است فراهم کرده‏ایم.

برای الگوسازی در این زمینه چه باید کرد.

روابط عمومی یک سکه دورو است و به خودی خود موفق عمل می‏کند.روابط عمومی قائم به شخص نیست. مدیران ارشد باید این رشته را بشناسند و افراد را بر اساس توانمندی‏ها انتخاب کنند.از افراد متخصص در این امر استفاده کنند.

به نظر من بزرگترین عامل شکست روابط عمومی‏ها شفاف نبودن روابط عمومی و مدیران ارشد است که‏ روابط عمومی را به‏عنوان یک ابزار در نظر می‏گیرند.به‏ همین دلیل هرگز مردم به روابط عمومی‏ها اعتماد نداشته‏اند.

با استناد به صحبت‏های جنابعالی برای شفافیت‏ این زمینه چه باید کرد.

باید چیزی از بیرون از جنس جامعه‏شناسی یا فرهنگ‏ بر ما حاکم شود.رفع این نیاز یک عزم ملی می‏خواهد اما باز هم با این مشکل مواجه می‏شویم که برداشت‏های ما از عزم ملی برابر نیست،و به همین دلیل به الگوی بومی‏ نیازمند می‏شویم و این الگو وجود ندارد.بنابراین باید فرهنگ الگوسازی را در جامعه ایجاد کنیم تا برای هرچیز تعریف واحد و مشخصی داشته باشیم.

در اینجا شکلی وجود دارد از طرفی شما می‏فرمایید،نیاز به الگوی بومی داریم چرا که‏ روابط عمومی در جامعه تعریف نشده و یک پدیده‏ وارداتی است و از سوی دیگر برای رسیدن به این‏ تعریف نگاه به بیرون را توصیه می‏کنید.این دو موضوع چگونه باهم تلفیق می‏شود.

توجه داشته باشید که در یک کشور غربی به‏عنوان‏ یک شهروند می‏توانید توقع داشته باشید روابط عمومی‏ به همراه مطبوعات این مساله را حل کند.اما در جامعه، این اتفاق نیافتاده و به جای آن‏که روابط عمومی حامی‏ مردم باشد همواره ابزار قدرت مدیران بوده است.به‏ همین دلیل مردم اعتمادشان کم شده.

برای رسیدن به نتیجه باز هم نیاز به تعریف‏ مشترک داریم.برای رسیدن به مفاهیم مشترک به‏ باید کرد.

وقتی وارد جریان می‏شویم یا باید با جریان و یا باید بر جریان باشیم.پنجاه سال قبل از این جریان ایجاد شده، حال ما که وارد این جریان می‏شویم یا باید آن را شناسایی و در جهت اصلاح نواقص باشیم و یا باید با آن‏ حرکت کنیم.اگر به روابط عمومی‏ها بها داده می‏شد و روابط عمومی‏ها صحیح عمل می‏کردند ما بسیاری از چالش‏ها را نداشتیم.من در طول فعالیت در روابط عمومی‏ها همواره جریان را ارزیابی کرده و آنچه را که‏ شایسته بوده برآورد کرده‏ام و فرم مناسب و مطلوبی به‏ روابط ارایه داده‏ام.

نقش انجمن در بحث آرایش سیستم چقدر می‏تواند کاربرد داشته باشد.

یک تعریف جهانی دارد زمانی که از یک‏ وزارتخانه مجوز بگیرید، نیست. یعنی سازمان‏ غیروابسته به دولت.اگر ما بخواهیم با قواعد جهانی‏ همساز شویم باید به فکر الگوهای مناسبی باشیم و الگوهای موجود قابل باور نیست شاید یکی از دلایل عدم‏ موفقیت ما عدم وجود یک واقعی است.

کارگزاران واقعی روابط عمومی چه کسانی‏ هستند.

یا عاشق یا دیوانه

روابط عمومی‏های استان خراسان را چگونه‏ ارزبابی می‏کنید.

به نظر من روابط عمومی‏های استان خراسان موفق‏ نیستند.روابط عمومی‏های برتر را انتخاب می‏کنیم و روابط عمومی باید جاذبه‏ها و دافعه‏های خود را بشناسد تا بتواند موفق عمل کند.

به نظر شما بهترین حرکت روابط عمومی در استان چه بوده و یا در کدام سازمان شکل گرفته.

نداریم

الگوی موفق رابط عمومی استان خراسان‏ چیست.

متاسفانه نداریم

پیام شما به کارگزاران روابط عمومی چیست؟

ما اگر دور هم جمع شویم و چراغ انجمن را روشن نگه‏ داریم و از حضور کارشناس استفاده کنیم و به فکر به‏ وجود آوردن یک الگوی مناسب باشیم موفق خواهیم‏ شد.

حرف آخر

تنها موجودی که خدا آفریده و نحوه زندگیش در سال‏ 2003 با سال 1000 شبیه نیست انسان است.