نقش روابط عمومی در بستر سازی نظام پاسخگویی

حسین زاده، حسین

ضرورت برخورد با چالش‏هایی از قبیل تغییر تکنولوژی، جهانی‏شدن و رقابت‏های بین المللی دولت‏ها را ناگزیر از ایجاد تغییرات عمده‏ای در بخش اداره امور نموده است.

پارادایم الگوی سنتی اداره که در سال‏های متمادی قرن‏ بیستم یک نظریه غالب محسوب می‏شد،در طی سال‏های اخیر که شاهد تغییراتی به مراتب وسیع‏تر از همه تغییرات این قرن‏ بوده‏ایم جای خود را به رویکرد نوینی در اداره امور داده است. ویژگی مهم این رویکرد،جلب مشارکت مردم در انجام امور و سپردن کارها به دست آنان است.این رویکرد بیشتر در جوامعی مناسب و کارساز است که در آنها نظر ارباب رجوع، مشتریان و مخاطبان نهادها و سازمان‏ها از ارج و اهمیت‏ بالایی برخوردار است،کرامت و ارزش انسان مد نظر است و "پاسخگو بودن‏"به نیازهای جامعه و رضایت اهل آن هدف‏ اصلی نهادها و سازمان‏ها است.

جوامعی با مشخصه فوق که جوامع دموکراتیک و مردم‏ سالار تلقی می‏شوند،نهادها و سازمان‏ها در آنها به وسیله‏ مردم و برای مردم ایجاد می‏شوند و رد برابر آنها پاسخگو هستند.اساسا لازمه یک سیستم و نظام حکومتی مردم سالار داشتن یک سیستم پاسخگویی مناسب و ایجاد"فرهنگ‏ پاسخگویی‏"است.برای ایجاد چنین فرهنگی و داشتن‏ سیستمی پاسخگو در سطح نظام حکومتی نیازمند یک سری‏ ساز و کارها،ابزارها و برنامه ریزی‏های دقیق و علمی‏ می‏باشیم.در این زمینه و با توجه به تعریف‏"روابط عمومی‏"که‏ عبارتست از"تلاش‏ها و اقدامات آگاهانه،برنامه‏ریزی شده و سنجیده برای استقرار و کسب تفاهم متقابل بین یک سازمان، نهاد یا وزارتخانه با گروه‏هایی از مشتریان و مخاطبان‏ مورد نظر آن‏"؛می‏توان اظهار داشت بهترین و مناسب‏ترین‏ مکان برای انجام چنین امر مهمی‏"روابط عمومی‏ها"می‏باشند؛ که باید نظام پاسخگویی سازمان را مدیریت کنند.در این حالت‏ نه فقط روابط عمومی که تمام ارکان سازمان با رهبری روابط عمومی با پاسخگویی می‏پردازند.البته باید در نظر داشت که‏ تنها روابط عمومی‏هایی از این امر بهره‏مند شوند که مقتدر و نظام‏مند باشند؛چرا که روابط عمومی نظام‏مند می‏تواند جریان اطلاع‏رسانی و تنویر افکار عمومی نظام‏مند می‏تواند جریان اطلاع‏رسانی و تنویر افکار عمومی را بر عهده گیرد و از طرف دیگر اقتدار روابط عمومی نیز که از اختیارات تفویضی از سوی مدیریت ارشد سازمان ناشی می‏شود می‏تواند در تقویت و استمرار نظام پاسخگویی در سازمان نقش موثر و ارزنده‏ای را ایفا کند.

با عنایت به نکات فوق یاد آور می‏شویم که نظام پاسخگویی‏ با مدیریت روابط عمومی از دو جنبه قابل بررسی است.

1-الگوهای سنتی و نوین پاسخگویی

2-عوامل مقوم نقش روابط عمومی در بسترسازی نظام‏ پاسخگویی

1-1)الگوی سنتی

الگوی سنتی پاسخگویی بر این اصل استوار است که نهادها، وزارتخانه‏ها و سازمان‏ها به ارایه چه نوع اطلاعاتی نیازمندند. لذا حیطه این نوع پاسخگویی بسیار محدود است.هر چند در این سیستم پاسخگوی نهایی مشخص و شناخته شده است. ولی این پاسخگویی بیشتر در مورد خطاها و اشتباهات است تا در مورد عملکردها،هدف این گونه پاسخگویی‏ها بیشتر پرهیز از اشتباهات است که پرهیز از خطرپذیری را ترغیب می‏کند.از منظر چنین دیدگاهی سیستم پاسخگویی پیچیده و مبهم است. و بیشتر سوال ایجاد می‏کند تا جواب.روابط عمومی‏ها در قالب‏ چنین رفتار و الگویی اساسا سازمان محورند وبه لحاظ ارتباطی نیز دارای ارتباطات رسمی حاصل از ساختار سلسله‏ مراتبی هستند.

مطابق چنین روشی روابط عمومی‏ها مطابق شرح وظایف‏ ابلاغی از سوی مدیریت ارشد سازمان به اطلاع‏رسانی و پاسخگویی در خصوص‏ موضوعات و مسایلی‏ می‏پردازند که تنها در راستای‏ تامین اهداف و سیاست‏های‏ سازمان مربوطه است و در این‏ زمینه نیازهای اطلاعاتی‏ مخاطبان سازمان کمتر در نظر گرفته می‏شود.

1-2)الگوی نوین

اما در مقایسه با الگوی سنتی، امروزه یک سلسله تغییراتی با هدف افزایش پاسخگویی ایجاد شده است.در این راستا روابط عمومی‏ها،جهت برنامه‏ها،اهداف عملکرد خود را از سازمان‏ محوری به مخاطب محوری تبدیل کرده‏اند و به منظور ایجاد پاسخگویی مستقیم به مردم و بهبود روابط با مشتری یا مخاطب،با پژوهش و تحقیق به نیاز سنجی پرداخته و اطلاعات‏ مورد نیاز مخاطبان را شناسایی می‏کنند.

بر اساس چنین الگویی روابط عمومی‏ها که فرآیند محوری‏ را نصب العین اقدامات سنجیده قرار داده‏اند،آنچه که در افکار عمومی موجود است را شناسایی کرده و بر اساس‏ نیازهای اطلاعاتی مخاطبان به پاسخگویی می‏پردازند.در الگوی جدید،روابط عمومی‏ها مکان‏هایی هستند که می‏توانند با استفاده از دروندهای سیستم حتی الامکان بروندادها را به‏ روش عینی اندازه‏گیری کنند و آحاد سازمان را به خاطر عملکردشان مسوول بدانند.

در الگوی نوین روابط عمومی‏ها با ایجاد نموداری از گردش اطلاعات که بیانگر جریان‏های عمده اطلاعاتی و پردازش‏های صورت پذیرفته در درون مرزهای سیستم است‏ به شناسایی مرزها و محدودیت‏های سیستم و ارتباط آنها با عوامل خارجی که عبارتند از مردم،سازمان‏ها و سایر سیستم‏ها پرداخته و با انجام اقداماتی سنجیده و برنامه‏ریزی‏ شده نقش محوری خود را در زمینه هدایت نظام پاسخگویی‏ برور می‏دهند.بر اساس الگوی جدید سازمان‏ها برای ایجاد نظام پاسخگویی مناسب نیازمند به یک روابط عمومی نظام‏مند و مقتدر می‏باشند که بتواند گردش اطلاعات را سهل‏تر و سیال‏ تر کند.

2-عوامل مقوم نقش روابط عمومی در بسترسازی نظام‏ پاسخگویی

با عنایت به مطالب اشاره شده مسجل است که برای ایجاد یک‏ نظام پاسخگویی مناسب نیازمند یک روابط عمومی نظام‏مند و مقتدر هستیم و بر نقش آن در برقراری چنین سیستمی کاملا واقفیم.اما ایفاء این نقش چگونه خواهد بود و چه عواملی باعث‏ تقویت آن است،این موضوع ذهن بسیاری از اندیشمندان علوم‏ ارتباطات را به خود مشغول داشته است.چرا که متناسب با ماهیت،اهداف و سیاست‏های هر سازمان و همچنین مخاطبان‏ خاص آن بایستی به بررسی ایفاء نقش روابط عمومی در بستر سازی نظام پاسخگویی پرداخت.اما در این زمینه اگر قایل به‏ این موضوع باشیم که مطابق الگوی نوین،تمامی سازمان‏ها در مخاطب محوری با هم اشتراک نظر دارند می‏توانیم بگوییم که‏ بهره‏گیری از روش‏هایی مانند فرهنگ‏سازی و ساختارگرایی‏ می‏تواند به عنوان عوامل مقوم،نقش روابط عمومی را در بستر سازی نظام و پاسخگویی استحکام و استمرار بخشد.

در مقوله فرهنگ‏سازی،روابط عمومی با دو دسته کلی‏ مخاطبان درون سازمانی و برون سازمانی در ارتباط است.

مخاطبان درون سازمانی شامل بالاترین مقام اجرایی‏ سازمان،مدیران و کارکنان سازمان و همکاران خود روابط عمومی می‏شوند و مخاطبان برون سازمانی نیز مردم و سایر سازمان‏ها و نهادهای دیگر را شامل می‏شود.

در این باب مخاطبان درون سازمانی بایستی نسبت به‏ عملکرد خویش مسوول بوده و موظفند که به نیازهای اطلاعاتی‏ مخاطبان برون سازمانی توجه داشته باشند و در قبال آن با رهبری روابط عمومی پاسخگو باشند.از طرف دیگر نسبت به‏ مخاطبان برون سازمانی نیز با ارایه آموزش‏هایی بایستی‏ ایشان را به حقوق حقه خودشان آشنا سازند.

پیرامون ساختارگرایی نیز یادآور می‏شویم که اساس‏ ساختارگرایی تدوین الگو و مدلی است که بر اساس آن سیکل‏ اطلاع‏رسانی در داخل سازمان سهل‏تر و سیال‏تر شود.به‏ عبارت دیگر در اختیار گذاردن اطلاعات توسط مخاطبان‏ درون سازمانی از بالاترین مقام سازمان تا پایین‏ترین رده‏ سازمانی به روابط عمومی نباید با موانع و محدودیت‏هایی‏ مواجه شود.

رییس سازمان و سایر مسوولان دیگر نباید اطلاعات را بیش از حد محرمانه تلقی کنند و در ارایه آن به روابط عمومی‏ جهت تنویر افکار عمومی بیش از پیش با احتیاط عمل کنند؛که‏ این موضوع روابط عمومی را در دسترسی به اطلاعات صحیح‏ و قابل ارایه به افکار عمومی دچار مشکل می‏کند.

در انتها با بیان مطالب فوق نتیجه می‏گیریم که‏"پاسخگویی‏" از سوی نهادها و سازمان‏ها در حال حاضر یک ضرورت‏ اجتناب‏پذیر است و روابط عمومی‏ها مطابق با ماهیت و تعریف‏ وظایف و عملکرد خود باید این نظام پاسخگویی را مدیریت‏ کنند.روابط عمومی‏ها برای انجام دادن این امر مهم باید از الگوی نوین پاسخگویی پیروی کنند و با بهره‏گیری از دو روش‏ فرهنگ‏سازی و ساختارگرایی نقش محوری و خطیر خود را در بسترسازی نظام پاسخگویی بیش از پیش ایفاء نمایند.

پانوشت

پارادایم:"مجموعه نگرش‏ها،ارزش‏ها،دستور العمل‏ها،فنون و غیره،که زمینه و چشم‏انداز عمومی‏ پذیرفته شده یک رشته علمی را در زمان معین تشکیل می‏دهد."