نقش روابط عمومی در نظام پاسخگویی

فلاح، سید محسن

سید محسن فلاح‏ مسوول روابط عمومی‏ سازمان بهزیستی یزد به بهانه برگزاری دومین‏ جشنواره روابط عمومی‏های‏ برتر استان یزد" ستادها و سازمان‏ها در هر جامعه‏ای به وسیله مردم و برای‏ مردم ایجاد می‏شوند و در برابر آنها پاسخگو هستند.اساسا لازمه‏ یک سیستم و نظام حکومتی مردم‏ سالار داشتن یک سیستم پاسخگویی‏ است.برای ایجاد چنین فرهنگی و داشتن پاسخگو در سطح نظام‏ حکومتی نیزمند یک سری ساز و کارها،ابزارها و برنامه‏ریزی‏های‏ دقیق و علمی می‏باشیم و 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،مفاد 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 کند.در این حالت به زمینه‏ها وق

گزارشی از برگزاری اولین کنفرانس‏ بین المللی روابط عمومی در ایران

مسعود طوفان‏ تهران با برف آغاز می‏شود.در یک صبح زمستانی و در بزرگراهی که به طرف مرکز همایش‏های بین المللی می‏رود.راننده‏ها پشت شیشه‏های بسته اتومبیل‏هایشان کز کرده‏اند و اندک اندک راهشان را از لابلای آدمها و ماشین‏ها باز می‏کنند.رادیو تهران پیام‏ و خبر پخش می‏کند.با خود می‏اندیشم حتی از پست دربهای بسته و ورقه‏های فولادی‏ هم می‏توان به ارتباط دست زد.ارتباط اساس کار در روابط عمومی است و روابط عمومی موضوع یک کنفرانس بین المللی که با حضور متخصصان و کارشناسان‏ ارتباطات تا ساعاتی بعد آغاز می‏شود.

در مقابل درب شرقی جام‏جم ازدحام محسوسی به چشم می‏خورد.چنانچه بعدا دبیر کنفرانس توضیح می‏دهد اولین کنفرانس بین المللی روابط عمومی با استقبال قابل‏ توجه مدیران و کارشناسان روابط عمومی مواجه شده است.از دور به آنتن بلند صدا و سیما نگاه می‏کنیم که امواج نامریی پیام را در سرتاسر کشور می‏پراکند.به طرف مرکز همایش‏های بین المللی صدا و سیما می‏رویم که با چندین پله به اعماق زمین می‏رود. مجموعه‏ای است از سالن‏های متعدد کنفرانس،تالارهای پذیرایی و امکانات فرهنگی و رفاهی،در مقابل سالن اصلی صف طویلی از شرکت کنندگان در انتظار دریافت کتابچه، بروشور،جدول برنامه‏ها و هدایا به سر می‏برند.اینجا همهمه‏ها و لهجه‏ها در هم‏ می‏آومیزد و فرصتی است تا شرکت کنندگان با همدیگر آشنا شوند.از استان یزد بین 20 تا 25 نفر از جمعیت 850 نفری شرکت کننده حضور دارند و تنها زن یزدی حاضر در کنفرانس مدیر یک شرکت تبلیغاتی از مهریز است.

اولین کنفرانس بین المللی روابط عمومی در ایران با پیام رییس جمهور کار خود را آغاز می‏کند.رییس جمهور در پیام خود که توسط هادی خانیکی مشاور ایشان قرائت‏ می شود.برگزاری این کنفرانس را اقدامی شایسته برای ارتقاءدانش روابط عمومی در سطح کشور توصیف می‏کند.آقای خاتمی روابط عمومی را حرفه‏ای دشوار،موثر و علمی بر می‏شمارد و می‏افزاید روابط عمومی از جمله نهادهای نوینی است که در دنیای‏ کنونی جایگاه ویژه‏ای دارد.پیام ایشان که با همان ادبیات آشنای خاتمی نگارش یافته‏ ادامه می‏دهد نمی‏توان در این دوران با حیرت و حسرت به سر برد بایستی راهی تازه‏ گشود و از دستاوردهای دانش ارتباطات استفاده کرد.آقای خاتمی می‏گوید روابط عمومی مساله مهم پیش روی ماست آن هم در عنصری که مخاطب روابط عمومی‏ عنصری فعال برای گفتگو است.رییس جمهور همچنین خواستار ایجاد روابط عمومی‏ نوین در ایران می‏شود و اشاره می‏کند که روابط عمومی ایرانی بایستی با آگاهی از آخرین اطلاعات بین المللی تبیین شود.

بعد از پیام رییس جمهور مهدی باقریان دبیر کنفرانس گزارشی از مراحل اجرایی‏ کار ارایه می‏دهد.وی هدف از برگزاری این کنفرانس را تغییر نگرش موجود در خصوص روابط عمومی عنوان می‏کند.به گفته وی روابط عمومی به عنوان یک نهاد مدنی نمی‏تواند در خدمت منابع تبلیغاتی سازمان و رییس آن سازمان باشد. صحبت‏های وی دست کم برای گروه یزدی شرکت کننده چندان نامانوس نیست. باقریان در آخرین همایش شورای هماهنگی روابط عمومی‏های استان یزد بحث جایگاه‏ اخلاق در روابط عمومی را به عنوان یکی از تازه‏ترین چالش‏های موجود مطرح ساخته‏ بود و حالا هم که از پشت بلندگوی کنفرانس سخن می‏گفت.معلوم بود که نمی‏تواند از دغدغه‏اش یعنی توسعه و ترویج نگرش تخصصی و بین المللی به روابط عمومی دست‏ بردارد.

مهندس عزت ا...ضرغامی رییس سازمان صدا و سیما سخنران بعدی مراسم‏ افتتاحیه بود.ضرغامی در صحبت‏هایش به تعریف دو محیط داخلی و خارجی مدیریت‏ استراتژیک سازمان پرداخت و گفت روابط عمومی در این دو بعد نقش والا و تاثیرگذار دارد.وی افزود:روابط عمومی پلی است بین سازمان و محیط خارجی‏اش و این پلی‏ دو طرفه است.ماموریت روابط عمومی از یک سو اطلاع رسانی و از سوی دیگر انتقال‏ وضعیت از محیط خارجی و مردم به داخل سازمان است.رییس سازمان صدا و سیما روابط عمومی را بازوی مدیریت عالی سازمان دانست.و گفت:مسوولان روابط عمومی‏ می‏بایستی درک صحیحی از جایگاه خودش داشته باشند.وی همچنین صدا و سیما را یک روابط عمومی بزرگ ذکر کرد و افزود:این نهاد علاوه بر نقش واسط برای‏ پاسخگویی مسوولان نقش تربیت مردم برای پرسشگری را نیز بر عهده دارد.

بدنبال مراسم افتتاحیه 19 نفر از متخصصان ارتباطات و روابط عمومی از ایران و سایر کشورهای جهان طی دو نوبت صبح و عصر در مدت دو روز به سخنرانی‏ پرداختند.

محورهای اصلی در سخنرانی عمدتا بر اجرای کار برنامه‏ای به عنوان بهترین عمل‏ در روابط عمومی استوار بود.رییس انجمن بین المللی روابط عمومی گفت:روابط عمومی نه یک برنامه جادویی بلکه یک کار درازمدت و هوشمندانه است.جان ساندرز عضو هیات مدیره سازمان ارتباطات بین المللی از ایرلند در مقاله‏ای با عنوان چالش‏های‏ اخلاقی در روابط عمومی اظهار داشت:روابط عمومی راننده،جنگ تبلیغاتی نیست،دکتر علی اکبر فرهنگی استاد دانشگاه تهران نیز استان را محور حرکت در روابط عمومی‏ معرفی کرد و خاطر نشان ساخت روابط عمومی می‏بایستی پاسخگوی انسان باشد.

خانم جیدا ایده مدیر اجرایی انجمن بین المللی روابط عمومی از ترکیه روابط عمومی‏ را هدایتگر معنوی جامعه بشری آینده خطاب کرد.دکتر علی اکبر جلالی در یک سخنرانی‏ که با استقبال شرکت کنندگان موجه شد.از روابط عمومی‏ها خواست تا از ابزار ICT به‏ صورت هوشمندانه در جهت توسعه اقتصادی،سیاسی،اجتماعی و فرهنگی سازمان‏ خود و کشور استفاده نماید.ریچارد آلفردلینینگ از استرلیا از امریکایی شدن علم روابط عمومی به عنوان یک معضل یاد کرد.دکتر محسنیان راد صاحب نظریه جهانی بازار پیام‏ در یک سخنرانی جذاب مشکل روابط عمومی در ایران را تلاش بیهوده برای ایجاد یک‏ رابطه باز در یک سیستم بسته عنوان کرد.پروفسور کاظم معتمدنژاد پدر ارتباطات نوین‏ ایران پرداخت.دکتر حاتم‏پور استاد دانشگاه هم گفت:روابط عمومی زمانی اهمیت پیدا می‏کند که مردم اهمیت می‏یابند.آقای دبو رابینسون از انگلستان شروع یک پروژه موفق‏ در روابط عمومی را زمانی دانست که یک برنامه و تحقیقات پایه مناسب وجود داشته‏ باشد.وی همچنین بروجود استراتژی در روابط عمومی تاکید کرد.

یکی از مهمترین دستاوردهای این کنفرانس دو روزه را می‏توان در این دانست که‏ چه چیزی روابط عمومی است و چه چیزی روابط عمومی نیست.در جهانی که روابط عمومی ایجاد غول آسایی یافته است تاثیر این حرفه دشوار در ابعاد روابط اقتصادی و ایجاد اعتماد اجتماعی کاملا آشکار است.برای دست اندرکاران روابط عمومی نقطه‏ تحول در اینجاست که تا چه اندازه برای توسعه جسارت‏های خود در این رشته‏ مهارت نشان دهند و از کلیشه‏هایی که در آن غرق شده‏اند فاصله بگیرند.

در حالی کنفرانس روابط عمومی و مرکز همایش‏های بین المللی صدا و سیما را ترک‏ می‏نماییم که راه طولانی در برابر ما،گشوده شده است. ارایه دیدگاه‏های تازه در مقوله‏ روابط عمومی و چشم اندازهای حیرت آور و رسالتی که روابط عمومی بر دوش دارد می‏تواند برای هر سازمان.هر شهر و هر کشور موثر باشد.روابط عمومی،توسعه، اخلاق رقابت،رفاه و نهایتا آرامش و رستگاری اینها و اثرهایی است که با یکدیگر پیوند خورده‏اند و انتها ندارند.

عواملی که در این راستا تحقق این‏ نقش سازمان را برای روابط عمومی‏ها میسر می‏سازند اشاره‏ می‏شود.

1-نقش پاسخگو بودن دولت: در جامعه دولت(حکومت)در برابر مردم مسوول و ناگریز از پاسخگو در قبال عملکردها،تصمیمات و برنامه‏های خویش است.

2-آگاه سازی و اطلاع رسانی: روابط عمومی با اطلاع رسانی‏ صحیح و به موقع و با شفاف‏ ساختن سازمان نظر ارتباطی‏ می‏تواند در این زمینه به ایفای‏ نقش بپردازد.

3-عقلای ساختن افکار عمومی: یکی از مهمترین کارکردهای‏ ارتباطی روابط عمومی‏ها کمک به‏ گردش اطلاعات با ارزش،صحیح و کافی در جامعه و در نتیجه گرایش‏ جامعه به خردورزی،تعقل و اندیشه نقاد و منطق است.

4-مقابله با عوام گرایی: روابط عمومی‏ها می‏توانند ظرفیت‏ کارشناسی و علمی جامعه را باور کنند.

5-افزایش اعتماد:

روابط عمومی باید اعتماد و باور عمومی را نسبت به حس نیت و عملکردهای دولت بالا برند.

6-مقابله با فرهنگ تملق و تظاهر: روابط عمومی با تولید و توزیع‏ اطلاعات با ارزش،به موقع و کافی‏ قادر است عرصه را به این گروه‏ تنگ سازد.

7-جلب مشارکت مردمی:

روابط عمومی‏ها در فرایند توسعه‏ و پاسخگویی باید مشارکت پذیری‏ مردم در پی داشته باشد.

8-حرمت گذاری به انسان: مردمی که احساس کنند مسوولان‏ خود را موظف به پاسخگویی و رفع‏ نیازهای آنها می‏دانند در استیفای‏ این حق سهم مهمی دارند.