مسیر گشودگی؛ گزارشی از برگزاری سمپوزیوم بین المللی مطالعات افکار در روابط عمومی

طوفان، مسعود

مسعود طوفان‏ مسئول روابط عمومی اداره کل منابع طبیعی استان یزد به کفشهایتان نگاه کنید و برای تمیز کردن آنها یک دقیقه دستگاه را روشن نمایید.

این را دختر جوانی در ایستگاه مترو می گوید که پشت دستگاه خودکار واکس نشسته‏ است او با هر بار رسیدن مترو از جا بلند می شود و مودبانه این جمله را برای مسافران‏ عجول تکرار می کند ولی تهران در ساعت هفت و سی دقیقه صبح دودزده و شتاب آلود در هزار توی خود چرخ می خورد و تمایلی برای شنیدن صدای دختر نشان نمی دهد اینجا صدا فقط از برج های و بیلبردهای سی متری بر می خیزد که آن هم در زنجیر طولانی آدمها و ماشین هایشان در اولین پیچ بزرگراه محو می شود.

در روز بیستم آذر ماه در حالی که موضوع تداوم آلودگی هوا و عدم موفقیت مسوولان‏ در کنترل آن جز تیترهای روزنامه های تهران بود.اولین سمپوزیوم بین المللی تحقیقات‏ علمی و مطالعات افکار عمومی در روابط عمومی افتتاح شد چنانچه بعدا هادی خانیکی‏ در سخنرانی خود توضیح می دهد در ایران و بنا به یک سابقه تاریخی مردم نسبت به‏ یکدیگر بی اعتمادند و هیچ گاه افکار عمومی بر این ضعف در حوزه گفتگو و بیان دردها و مسایل توسط مردم،شکل گیری افکار عمومی برای حل آن مشکلات را با دشواری‏ مواجه نموده است.

شاید برای همین است که در مرکز همایش های رازی و درست در پای برج نیمه ساز میلاد که حالا به برج سنجش میزان آلودگی هوای تهران تبدیل شده یک سمپوزیوم‏ بین المللی قصد دارد موضوع افکار عمومی و شنیدن صدای آن را به بحث و بررسی‏ بگذارد دبیر سمپوزیوم در مراسم افتتاحیه گفت:الگوی فعلی حاکم بر روابط عمومی‏ یک الگوی تبلیغاتی و انتشاراتی و به نوعی رسانه ای است در حالی که این الگو باید به سمت روابط عمومی مخاطب محور تغییر یابد.هوشمند سفیدی گفت:در این الگو شنیدن صدای مردم وظیفه و ماهیت روابط عمومی است.وی برگزاری این سمپوزیوم‏ را گامی در جهت تولید علم در روابط عمومی برشمرد و گفت حمایت از نهادهای مدنی‏ مطالعات افکار عمومی بررسی روش های تحقیق در روابط عمومی و ساخت الگوی‏ روابط عمومی مخاطب محور از جمله هدف های برگزاری این همایش است.

دیگر سخنرانی مراسم افتتاحیه را معاون مطبوعاتی و اطلاع رسانی وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی ایراد کرد.مختارپور اصل کار در روابط عمومی را ارتباط با مردم ذکر کرد و وظیفه روابط عمومی ها در وحله اول منتقل کردن نظر و بینش مردم و تسهیل‏ فهم نظرات مردم برای مسوولان دولتی دانست در همین حال وی نسبت به تبدیل شدن روابط عمومی ها به توجیه گر دستگاه های دولتی هشدار داد و افزود آنچه در کشور ما رایج است این است که روابط عمومی ها تبلیغات دستگاه های دولتی را انجام می دهند.

رییس انجمن روابط عمومی بین الملل هم گفت سیاستمداران همواره علاقه دارند تا بدانند مردم چه اطلاعاتی دارند و چگونه رفتار می کنند چارلزویلت در بخش دیگری‏ از سخنانش که اندکی بحث برانگیز شد گفت:بررسی افکار عمومی زمانی اثربخش‏ است که این افکار امکان و آزادی بروز داشته باشد و مردم حق داشته باشند در مورد مسایل اساسی و مناقشه آمیز اظهار نظر نمایند.سخنان یکی دیگر از مهمانان خارجی‏ هم جالب توجه بود.رییس کنفدراسیون روابط عمومی اروپا در بخشی از سخنان‏ خود به ارایه نتایج پژوهش در رابطه با بررسی تصویر ایران از دیدگاه دانشجویان‏ آلمانی پرداخت در تمام موارد که مربوط به سیاست خارجی،آزادی،حقوق بشر و اقتصاد می شد پاسخ ها منفی و مایوس کننده بود.آنها گفته بودند ایران را با فرش‏ می شناسند با وجودی که توماس اچ لیس این تصویر را نادرست و ناروا ذکر کرد ولی در پایان خاطر نشان ساخت هر کشور در نهایت خود مسوول تصویر است که‏ در جهان دارد در همین حال وی گفت تصویر هر کشور هر سازمان و هر فرد نقش‏ اساسی در تصمیم گیری و رفتار مخاطبان دارد و روابط عمومی با انجام پژوهش این‏ تصویرها را می شناسد و تغییر می دهد.

ارزیابی رسانه ها به منظور شناختن دیدگاه مردم نسبت به سازمان های دولتی از موضوعات دیگری بوده که مورد توجه قرار گرفت.خانم جین هاماند رییس مرکز آموزش روابط عمومی لندن گفت همواره رسانه به منزله شخص ثالثی است که راجع‏ به سازمان اظهارنظر می کند وی گفت مطالعه روزنامه توسط مردم سه برابر بیشتر از تبلیغات مستقیم تاثیرگذار است و در نهایت این مردم هستند که تحلیل های کیفی‏ نهایی را ارایه می دهند.

سمپوزیوم بین المللی مطالعات افکار در روابط عمومی در حالی روز دوم خود را آغاز کرد که نمایندگانی از شورای همامنگی روابط عمومی های استان های کرمان و اصفهان در جایگاه هیات رییسه قرار گرفتند.حضور استان یزد در این سمپوزیوم‏ شامل شرکت حدود ده نفر از مسوولان و کارشناسان روابط عمومی سازمان ها و شرکت های دولتی بود.در این روز رییس موسسه روابط عمومی ژاپن به ارایه‏ یک نمونه کار روابط عمومی در کاهش تشنجات بین المللی پرداخت تاکاشی اینویه‏ گفت به دنبال تحریم شرکت های تویوتا و نیسان در زمان دولت کلینتون ارایه یک‏ راه حل روابط عمومی و همکاری با یک شرکت خودروسازی آمریکا بیش از 52 میلیارد دلار زیان ناشی از این تحریم را برای ژاپن جبران نمود.وی همچنین گفت‏ شغل روابط عمومی بسیار مهم و متفاوت است و به منزله وجدان اجتماعی سازمان‏ محسوب می شود.یک عضو هیات علمی دانشگاه علامه طباطبایی هم از مسوولان‏ روابط عمومی کشور خواست به عنوان یک مسیر گشودگی میان دولت و مردم رفتار نمایند.دکتر هادی خانیکی،وجود تجربه تاریخی رازداری و سکوت،شکاف میان دولت‏ و ملت،فردگرایی ایرانیان و پردامنگی حوزه سیاست را از موانع ذهنی و عینی فهم‏ افکار عمومی در ایران ذکر کرد.

در پایان این سمپوزیوم و بعد از ایراد 9 سخنرانی خارجی و سه سخنرانی داخلی‏ بیانیه تهران در خصوص الزام دولت ها به تکریم افکار عمومی و مطالعات واقعی آن‏ قرائت شد.