

مقالات

جهانی شدن روابط عمومی در فرآیند

سخنرانی پرفسور علی محمدی در اولین نشست علمی، تخصصی

انجمن روابط عمومی ایران

در سال ۱۳۸۵ با عنوان

روابط عمومی در فرآیند جهانی شدن



نگاهی به بیوگرافی پرفسور علی محمدی

پرفسور روابط بین الملل دانشکده‌ی هنر، ارتباطات و فرهنگ دانشگاه (Trent) ناتینگهام انگلیس - متولد ۱۳۱۹ اصفهان

سوابق علمی:

اخذ مدرک دکتری ارتباطات بین الملل و برنامه‌ریزی توسعه از دانشگاه کلمبیا- نیویورک

(۱۳۵۵ - ۱۳۵۲)، فوق لیسانس علوم انسانی و مسائل ارتباط جمعی از دانشگاه کلمبیا- نیویورک (۱۳۵۳ - ۱۳۵۲)، فوق لیسانس

امور آموزشی - دانشگاه هاروارد- واشنگتن (۱۳۵۳ - ۱۳۵۲)، (... مدرس زبان) دانشسرای تربیت معلم تهران - ایران (۱۳۴۳ -

۱۳۴۲)، لیسانس علوم انسانی زبان و ادبیات انگلیسی - دانشگاه اصفهان - اصفهان - ایران (۱۳۴۲ - ۱۳۳۹)

تجارب:

استاد راهنمای پایان نامه‌ی مطالعات و مسایل ارتباط جمعی دانشکده‌ی تحقیقات اجتماعی نیویورک (۱۳۷۱ - ۱۳۶۵)

- کمک استادیار گروه ارتباط، فیلم و ویدئو دانشکده‌های Hunter و City نیویورک (۱۳۶۹ - ۱۳۶۵) - راهنما و استادیار

پایان نامه‌ها در زمینه‌ی ارتباطات و فرهنگ دانشگاه فارابی تهران (۱۳۵۹ - ۱۳۵۷) - مدرس حوزه‌های ارتباط جمعی

سیاسی - توسعه‌ی ملی، ارتباط بین الملل ۱۳۵۷ - ۱۳۵۵ دانشکده‌های سینما - تلویزیون - علوم سیاسی و اجتماعی تهران - استاد دوره‌های: نظریه‌های عمومی - مقایسه‌ی سیستم‌های ارتباطی - جامعه‌شناسی توسعه (۱۳۴۸ - ۱۳۴۳) - تحقیق در امور نشر - صنعتی و تجاری و سایر رشته‌های توسعه و جامعه‌شناسی

- استاد مهمان و نظریه‌پرداز در زمینه‌ی مطالعات فرهنگ و ارتباط بین الملل در مقاطع لیسانس و فوق لیسانس در دانشگاه ناتینگهام و توسعه یا معرفی دوره‌هایی با عناوین: سمینار جهان سوم - اسلام و جهانی شدن، حقوق بشد و ارتباط جهانی - اسلام و مدرنیته شدن - وسایل ارتباط جمعی و فناوری - ارتباطات بین الملل و جوامع در حال توسعه - سرپرست بازیابی و ارزشیابی دوره‌های مختلف و به روز کردن محتویات دوره‌ها و ابلاغ مجدد آنها در دانشگاه - ناتینگهام

- تألیف ده‌ها جلد کتاب دانشگاهی و تحقیقی و صدها مقاله در نشریات علمی و معتبر از دیگر فعالیت‌های استاد است.

با تشکر و سپاس از مسئولین انجمن روابط عمومی، در این گفتار کوتاه به دو نکته‌ی بسیار مهم اشاره خواهم کرد؛ اول: چرا کشورهای در حال توسعه بویژه کشورهای اسلامی به اهمیت و تخصص رشته‌ی روابط عمومی آنطور که شایسته‌ی آنهاست توجه ندارند؟ دوم: در این فرآیند جهانی شدن نقش روابط عمومی چیست؟ قبل از اینکه توجه‌شمارا به دو نکته جلب کنم اجازه می‌خواهم بطور مختصر آنچه فرآیند جهانی شدن بردنایی ما اثر گذاشته است را توضیح دهم.

روابط عمومی در فرآیند جهانی شدن

اکنون بیش از دو دهه است که از فرآیند مطالعه و پژوهش در مورد فرآیند و اثرات جهانی شدن در دنیای امروز می‌گذرد. برخی از محققین به دفاع از فرآیند جهانی شدن و اثرات مثبت آن توجه دارند و استدلال می‌کنند، کاهش فقر و ایجاد توازن و تعادل بین کشورهای دارا و ندار و از همه مهم‌تر، توسعه‌ی عدالت اجتماعی و دموکراسی هر چند کند، یکی از آرمانهای جهانی شدن است. هم‌زمان با این برداشت از فرآیند جهانی شدن عده‌ی دیگری از دانشمندان علوم اجتماعی و اقتصادی با نگرشی تردید آمیز به اثرات مثبت جهانی شدن می‌پردازند. بخصوص اگر در این گذار حساس به کشورهای در حال توسعه، بویژه کشورهای اسلامی توجه کنیم به وضوح مشاهده می‌کنیم که ملت‌های مسلمان در فرآیند جهانی شدن با توجه به عرصه بین المللی بهره‌ای نبرده‌اند، بلکه بعد از یازدهم سپتامبر ۲۰۰۱ در حوزه‌ی تبلیغات ارتباطات بین الملل اسلام مساوی شده است با تروریسم و در نتیجه اسلام ستیزی در اروپا و آمریکا موجب محدودیت‌هایی برای مهاجرین مسلمان شده است و اغلب فرزندان آنان در دانشگاه‌ها و مدارس، مورد بی‌مهری مسئولان امور قرار گرفته‌اند. در یک چنین شرایطی برخی از پژوهشگران اسلام‌گرا در پاسخ به این دو دهه، گذار جهانی شدن کشورهای اسلامی را با کشورهای دیگر مقایسه کرده‌اند و عکس العمل آنان را به فرآیند جهانی شدن مورد مطالعه قرار داده‌اند. یکی از آنها به چهار فاکتور مهم در این فرآیند توجه کرده است. اول: موضوع مذهب دوم: فناوری سوم: اقتصاد و چهارم: نقش امپراطوری و نیروی نظامی. بعد از تحلیل و تفسیر مفصل به این نتیجه رسیده است که ترکیبی از این چهار فاکتور فوق، به وجود آورنده‌ی جهانی شدن است که در نهایت به همگن کردن تمام فرهنگ‌ها و بالاخره سلطه‌ی فرهنگی غرب شده است و بعد نتیجه می‌گیرد که جهانی شدن چیزی جز فرآیند همگنی فرهنگها بطور ناموزون و بتدریج با افزایش قدرت فقط در دست معدودی کشورهای غربی است و بطور کلی مرکز کنترل کامل در غرب بوسیله قدرت فناوری و پویائی سرمایه داری به این پیشرفت رسیده‌اند. با ملاحظه‌ی اینکه آزادی بازار راهنمائی‌ها و حمایت بانک جهانی و صندوق بین المللی پول هم نقش مهمی در توسعه‌ی فرآیند جهانی شدن داشته است. در حال حاضر بازار فرهنگی غرب، مدار به وجود آورنده‌ی یک فرهنگ جهانی شده است که نظام اجتماعی و اقتصادی جهان را با نظم نسبی خود درهم ریخته است.

طبق گزارش بانک جهانی:

در سال ۲۰۰۰ در حالی که شاهد افزایش فقر

شدید در جهان هستیم.

یک میلیارد و دویست میلیون نفر بیش از نیاز

خود غذا می‌خورند در حدی که بیش از ۴۰۰

هزار نفر در سال نیاز به جراحی چاقی و کاهش

گوشت‌های اضافی خود دارند!

**کشورهای اسلامی در فرآیند جهانی شدن با ۴ فاکتور
مهم مواجه‌اند، مذهب، فناوری، اقتصاد، نقش
امپراطوری و نیروی انتظامی
مهمترین ابزار بازار جهانی و سرمایه‌داری غرب
رسانه‌های ارتباط جمعی و بین‌المللی هستند که در
انحصار کشورهای غربی است.**

در عوض یک اقتصاد نامتعادل بوجود آورده است، بطوری که رئیس پیشین بانک جهانی هم زبان به شکایت می‌گشاید و می‌گوید: «فرآیند جهانی شدن به جای کاهش فقر موجب افزایش بیش از یک میلیارد و ۷۰۰ میلیون نفر گرسنه که در نهایت فقر و تنگدستی زندگی می‌کنند شده است.»

علاوه بر اظهارات رئیس بانک جهانی مطابق گزارش وضعیت موجود جهان در سال ۲۰۰۰ اشاره به افزایش فقر در جهان دارد، در حالی که یک میلیارد و ۲۰۰ میلیون نفر بیش از نیاز خود غذا می‌خورند، در حدی که در کشورهای پیشرفته بیش از ۴۰۰۰۰۰ نفر در سال نیاز به جراحی چاقی و کاهش گوشت‌های اضافی خود دارند. حتی این پدیده در برخی از کشورهای جنوب هم با افزایش وزن روی می‌فرزونی است. پرسشی که در این جا مطرح است، این است که چگونه فرآیند

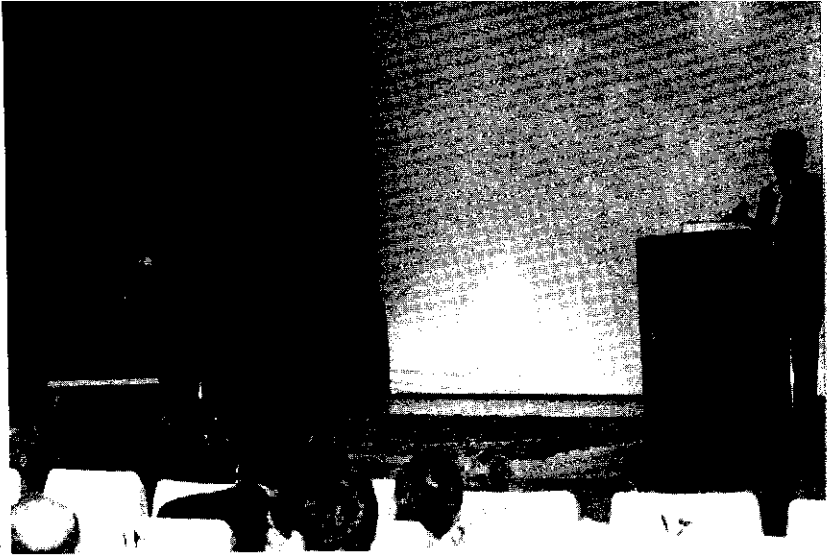
جهانی شدن که قرار بود عدالت اجتماعی، دموکراسی تضمین حقوق بشر و همین طور تعادل در بین کشورهای فقیر و ثروتمند را به وجود آورد ناگهان موجب پدیدار شدن این عدم توازن و تعادل اقتصادی در جهان امروزی شده است؟

آیا این ناشی از همان بحثی نیست که «سمیر امین» محقق مصری بارها بر آن تأکید کرده است که عدم تساوی در جهان فعلی نتیجه‌ی توسعه‌ی نامتعادل سرمایه‌داری و تمرکز و انحصار کردگی پنجگانه غرب است؟
۱- غرب فناوری پیشرفته را از آن خود می‌داند، چون توانسته هزینه‌های سنگین تحقیقات نظامی را جهت تولید سلاح‌های پیشرفته بپردازد. به این دلیل اجازه به دیگر کشورها حتی اگر قادر به پرداخت هزینه پژوهش هم باشند را نمی‌دهد.

۲- فاکتور تعیین‌کننده‌ی ارزش سهام و دارایی و امور مالی جهانی فقط انحصار توکیو، فرانکفورت، لندن و نیویورک است، چون سلطه بر بازار بورس جهانی را دارند و قدرت مالی آنان تعیین‌کننده جریان امور مالی بین‌المللی است. با توجه به اینکه حضور و حق رأی آنان در صندوق بین‌المللی پول بی‌تأثیر نیست.
۳- یک نظام کاملاً انحصاری برای دسترسی به منابع طبیعی جهان بوجود آمده است که فقط معدودی از کشورهای غربی و اقمار وابسته به آنان اجازه کاوش و تجسس و تکنولوژی پیشرفته را دارند چون مهارتها و وسایل تجسس کاملاً انحصاری است. اکنون سرمایه‌داری فعلی جهان فقط به منابع خود در کوتاه مدت توجه دارد و به پیامدهای محیط زیست همانطور که به دفعات در کنفرانس‌های بین‌المللی محیط زیست شاهد بودیم وقعی نمی‌گذارد.

۴- مهمترین ابزار بازار جهانی و سرمایه‌داری غرب رسانه‌های ارتباط جمعی و بین‌المللی هستند که در انحصار کشورهای غربی است کارتل‌های خبری ماهواره‌های ارتباطی هم از آن‌ها است به علت سلطه خبری و انحصار اطلاعات و کاربرد دقیق فنون دست‌آموزی، کسی به فریاد کشورهای مظلوم و دادخواهی ملت‌های تحت ستم گوش فرامی‌دهد.

۵- انحصار از نقطه نظر «امین»، منوط به ساختن سلاح‌های کشتار جمعی است که خاص بیش از چند



کشور نیست. روی این اصل تا زمانی که انحصارهای پنجگانه وجود دارد امکان تعادل در فرآیند جهانی شدن نیست. در چند قرن گذشته تجارت بین الملل به کلیه امور سیاسی و اقتصادی جهان حاکم بود، ولی سلطه ی گسترده ای که در دودهه ی اخیر با قدرت رایانه به جهان مستولی شده است، هرگز ابعاد فرهنگی و اقتصادی آن به این میزان نبوده است که بتواند قدرت دولت و ملت و حدود و ثغور ملی را زیر سؤال برد؟ تفاوت عمده ای که فرآیند فعلی با گذشته دارد، همگنی یا هموژنی فرهنگی افزایش یافته است و همزمان با این فرآیند تفاوت های فرهنگی کاهش یافته و فرهنگ مصرف و راحت طلبی حاکم بر تمام تفاوتها شده است. توسعه ی ابعاد فرهنگ گستر و اقتصاد مصرف مانع نفوذ قدرت دولت ها بر ملت های خود می شود با تمام تدابیر نرم افزاری و سخت افزاری که دولت های اسلامی به کار برده اند قادر به محبوس کردن ملت های خود از نظر اطلاعات نیستند. بدون تردید

اگر به کنفرانس های مطبوعاتی رهبران و دیپلمات های غربی دقیق توجه کنید، اکثراً مانند آکتور سینما قبل از اینکه با پرسش روزنامه نگاران روبرو شوند، حداقل چندبار سناریوی برخورد و با افکار عمومی و رسانه ها را تمرین کرده اند و توسط کارگزاران روابط عمومی. گاهی اوقات مطبوعاتی از نظر اعتبار و اثر ارزیابی شده اند.

هموژنی فرهنگی پیام آور دمکراسی بر ملت های محروم و در بند است. امروزه دسترسی بر بازار مصرف از نظر زندگی، پوشاک و حتی خوراک بالطبع موضوع حقوق افراد، عدالت اجتماعی که در دیگر کشورها مطرح است را به آگاهی ملت هایی که از این حقوق اولیه محرومند می رساند؛ و دولت ها مجبورند تسلیم خواسته های برحق ملت های خود شوند و الا مورد مواخذه ی بین المللی قرار می گیرند. موردهای اندونزی، یوگسلاوی سابق، عراق و افغانستان و پاناما هنوز در خاطره ی ما هست. نباید فراموش کرد که جهان در حال پیشرفت است. آب رفته را نمی شود دوباره به جوی بازگرداند ما می توانیم از تجربه ی گذشته درس عبرت بگیریم و اشتباهات را دوباره تکرار نکنیم. هر روز که یک مصرف کننده به شبکه اینترنت اضافه می شود مردم با کار برد رایانه و تلفن همراه و استفاده از تلویزیون های ماهواره ای بیشتر آشنا می شوند و جامعه در حال پیشرفت به سوی استیلا ی تفکر علمی است. همین طور فرآیند فرهنگ دمکراسی و دسترسی به اطلاعات آسان تر می شود. نکته ی مهمی که در این جا حائز اهمیت است توسعه و ترقی و تکنولوژی اول در تخریب رخ داده است. دولت ها باید مطمئن باشند که قادر نیستند این حرکت مترقی که در غرب آغاز شده است را متوقف سازند.

این پیشرفت ها نتیجه ی پژوهش های علمی و توسعه ی تفکر علمی و منطقی است. غربی ها از دیرباز برای حل معضلات جامعه ی خود پیوسته به پژوهش و یافتن راه حل کوشیده اند ولی کشورهای اسلامی در کاربرد روند تفکر علمی یا تصور کرده اند یا ممانعت ایجاد کرده اند. امروزه کشورهای اسلامی از نقطه نظر منابع طبیعی بسیار غنی هستند، ولی کمتر توجه به پژوهش برای استفاده ی معقول از منابع طبیعی خود کرده اند مضافاً اینکه همبستگی و وحدت نظری که در بین کشورهای غربی بویژه ۷ کشور صنعتی وجود دارد، در بین رهبران کشورهای مسلمان کمتر مشهود است. همیشه وحدت در مورد منافع ملی و تجارتی مشترک راحت تر مقدور است ولی همبستگی مذهبی چون در بسیاری موارد با منافع ملی در تضاد است امکان وحدت کمی پدید می آید. شایان توجه است که بعد از فروپاشی امپراطوری عثمانی و امضای قرارداد ورسای، یک ژنرال فرانسوی وارد مسجد امید در شهر دمشق شد و سقر صلاح الدین ایوبی رفت و فریاد زد صلاح الدین بیدار شو، ما غربی ها دوباره برگشتیم، متأسفانه دولت و رهبران کشورهای اسلامی هنوز هم حاضر نیستند اجازه ی گشودن بحث عقب ماندگی کشورهای اسلام را بدهند و به درس دانشگاهی، رشته علوم انسانی گفتمان عقب ماندگی جهان اسلام را اضافه کنند. چرا کشورهای غربی توسعه یافتند و کشورهای اسلامی که روزی پیشگام تفکر علمی بودند این طور عقب ماندند که در آغاز قرن ۲۱ با جمعیتی بیش از یک میلیارد و داشتن بهترین مناطق جغرافیای زمینی که هم از نظر منابع

طبیعی و هم از نظر استراتژی بسیار مهم است نتوانسته ایم در عرصه ی بین المللی قدرت تعامل داشته باشیم؟ چه عواملی موجب این عقب افتادگی شده است؟ آیا وقت آن نرسیده است که اندکی در این مورد فکر کنیم و به دنبال چراها باشیم؟ چرا باید در عرصه ی بین المللی به جای مقاومت و ایستادگی و همبستگی با یکدیگر برای حفظ وحدت نظر از حق خود دفاع کنیم و در سازمان های بین المللی از حقی که شایسته ی ما است برخوردار شویم نه اینکه دیگران برای ما تصمیم بگیرند به جای شرکت در تصمیم به اطاعت از دستور بپردازیم؟

آنچه را به طور مختصر به اطلاع شما رساندم . در فرآیند جهانی شدن و پدیده تروریسم از طرف کشورهای اسلامی مواجه با خدشه دار شدن تصویر صلح جویی و صلح طلبی در عرصه تبلیغات بین المللی هستیم . دولت های ایران در گذشته و حال که پیوسته کوشیده اند ایجاد همبستگی و موثرت را در بین کشورهای اسلامی فراهم کنند و هزینه های بسیاری را متحمل شده اند ، باید آگاه باشند که کشور ایران دارای ۳۰۰۰ سال سابقه ملت و دولت بوده است به علت سابقه ی دولت مرکزی قوی قرن ها است که قبیله گرایی و فرقه ای عمل کردن جانی در نظام کشور ما ندارد . ولی متأسفانه کشورهای عربی هنوز قبیله ای فکر می کنند و مفهوم ملی و ملت در فرهنگ آنان وجود ندارد . حکومت در آن کشورها نظام زور در یک قبیله بر قبیله دیگر بوده است .

تجربه تاریخی کشور اهورایی ایران با آنها بسیار متفاوت است .

اگر تلاش های قابل تقدیری که دولت های ایران تا کنون برای تفاهم کشور عربی انجام داده اند ، عدم موفقیت آنان ناشی از دو تجربه تاریخی است نباید فراموش کرد ما آنچه داریم و هستیم نشأت از تاریخ گذشته ما می گیرد . هرگز واقعیت تاریخی را نمی شود نادیده گرفت ، تا به طور جدی به گفتمان علل عقب افتادگی و تعامل با نوسازی نپردازیم پاسخ چراها را نمی توانیم بیابیم و جایگاهی را که در بین ملل در شان ملت کهن سال ایران است نمی توانیم بیابیم .

اکنون در این رهگذر جایگاه و رشته روابط عمومی و حرفه آن در گستره عظیم جهانی شدن چیست ؟ انجمن روابط عمومی در گذشته در زمینه ی نقش روابط عمومی در عصر جهانی شدن از نقطه نظر هویت و ماهیت حرفه بحثهایی مطرح کرده است . برخی از پژوهشگران به جای بررسی ماهیت رشته ی روابط عمومی در فرآیند جهانی شدن که به مانند رشته های دیگر دچار سردرگمی و مشکل هویت شده است به تعریف و وظایف شغلی روابط عمومی پرداخته اند .

مانند؛ شیوه ی اطلاع رسانی و روشن گرایی ، شیوه ی مردم داری و انتقادپذیری یا شیوه ی اعتمادسازی و وحدت طلبی . اینها کلمات زیبایی هستند ولی در عمل اجرای آن ها آسان نیست . یکی از مسائل مهمی که مدیران و کارگزاران روابط عمومی در کشورهای در حال توسعه و با کشورهای مسلمان روبرو هستند ، عدم احترام و توجه به حرفه ی روابط عمومی است . یکی از فاکتورهای مهم در روابط عمومی ایجاد همدلی و همبستگی در بین مردم جهت افزایش اعتبار تصویر یک شرکت خصوصی یا جلب توجه مردم

برای خرید سهام آن شرکت یا بالا بردن اهمیت کارهای دولت در مورد حل مسائلی که اغلب مردم در رابطه با دولت با آن مواجه هستند ، می باشد . این موضوعات به نظر ساده می آید ، ولی در عمل به چه شیوه ای می توان توجه مردم را به این موضوع که دولت می خواهد مردم بی تفاوت نباشند جلب کرد .

شیوه ی برخورد دولت با مسائل مربوط به معیشت

آنچه تاکنون در عرصه ی بین الملل موجب بدنامی و بی اعتمادی تصویر کشورهای اسلامی شده است ، عدم توجه به توصیه های کارگزاران روابط عمومی و بی توجهی به مسئولیت دولتمردان در برابر مردم بوده است .



شفاف‌گویی و مصاحبه‌های مطبوعاتی در پی آن مقالاتی که به درستی به صحت و راستگویی دولتمردان و سیاست‌گزاران کمک کند در فرآیند جهانی شدن امری حیاتی است و این مهم به عهده‌ی روابط عمومی‌ها است. اگر به کنفرانس‌های مطبوعاتی رهبران و دیپلمات‌های غربی دقیق توجه کنید، اکثراً مانند آکتور سینما قبل از اینکه با پرسش روزنامه‌نگاران روبرو شوند، حداقل چندبار سناریوی برخورد و با افکار عمومی و رسانه‌ها را تمرین کرده‌اند و توسط کارگزاران روابط عمومی. گاهی اوقات مطبوعاتی از نظر اعتبار و اثر ارزیابی شده‌اند.

مردم، یا گفت‌وگو با مردم در رابطه با مسائل سیاسی و اجتماعی اگر با مشورت و کاردانی کارگزاران روابط عمومی نباشد، می‌تواند به حیثیت و اعتبار دولت لطمه‌ی جبران‌ناپذیری وارد کند که بارها مشاهده شده است که وقتی دولت‌ها در کشورهای در حال توسعه یا بحران روبرو می‌شوند، بدون توجه به فرآیند آسیب‌شناسی بحران و جبران آن در حداقل زمان به تعویض مدیران و کارگزاران خود می‌پردازند که اکثراً موجب بحران و بی‌اعتمادی بیشتری در بین مردم می‌شود. در فرآیند جهانی شدن چون فاکتور «سرعت و زمان» دو عامل مهم تعیین‌کننده است، برای اینکه جامعه گرفتار سردرگمی و چه باید کرد نشود، هر چه زودتر دولتمردان باید با مدد کارگزاران روابط عمومی به روشن‌گری و شفاف‌گویی درباره‌ی مسائلی که پدید آمده است دامنه‌ی بحران و بی‌اعتمادی را کاهش بدهند. در شرایط فعلی که همه‌ی دولت‌ها مواظب یکدیگرند هر نوع پنهان‌کاری و دودوزه‌بازی موجب سلب اعتماد بین‌المللی است.

شفاف‌گویی و مصاحبه‌های مطبوعاتی در پی آن مقالاتی که به درستی به صحت و راستگویی دولتمردان و سیاست‌گزاران کمک کند در فرآیند جهانی شدن امری حیاتی است. هیچ عاملی به اندازه‌ی پنهان‌کاری و دوگانه‌برخورد کردن با مسائلی که به حیثیت و اعتبار یک دولت مربوط می‌شود خطرناک نیست. در اغلب موارد در کشورهای اسلامی مشاهده شده است که به علت عدم آگاهی از مهارت کارگزاران روابط عمومی و تخصص آنها به شیوه‌ی اعتمادسازی بحران‌های ملی و بین‌المللی پدید آمده است. اگر به کنفرانس‌های مطبوعاتی رهبران و دیپلمات‌های غربی دقیق توجه کنید، اکثراً مانند آکتور سینما قبل از اینکه با پرسش روزنامه‌نگاران روبرو شوند حداقل چند بار سناریوی برخورد با افکار عمومی و رسانه‌ها را تمرین کرده‌اند و توسط کارگزاران روابط عمومی و گاهی اوقات مطبوعاتی از نظر اعتبار و اثر ارزیابی شده‌اند در دنیای امروز که کاملاً از نقطه نظر رسانه‌ای به حد اشباع رسیده است نباید فراموش کنیم که اثربخشی تصویر بیش از یک هزار کلمه است. روی این اصل آرایش مو و صورت، لباس، تکان دادن دست، طرز نگاه کردن و پاسخ دادن به پرسش‌ها، همه‌ی اینها فاکتورهایی هستند که بر افکار عمومی تأثیر می‌گذارند. متأسفانه در اکثر کشورهای اسلامی شواهد نشان می‌دهد که دولتمردان بدون مشورت با کارگزاران روابط عمومی با رسانه‌ها روبرو شده‌اند. البته این موضوع باید مدنظر باشد که کارگزاران روابط عمومی هرگز شیوه‌ی فسادستیزی، قانون‌گرایی و از همه مهمتر شفافیت در برخورد با رسانه‌های همگانی را نباید فراموش کنند. آنچه تا کنون در عرصه بین‌المللی موجب بدنامی و بی‌اعتمادی تصویر کشورهای اسلامی شده است، عدم توجه به توصیه‌های کارگزاران روابط عمومی و بی‌توجهی به مسئولیت دولتمردان در برابر مردم بوده است دنیای امروز از نقطه نظر رسانه‌ای و ارتباطات بین‌المللی بسیار پیشرفت کرده است. نمادهای زیبایی‌مُد در لباس پوشیدن و روبرو شدن در برابر دوربین را نمی‌شود نادیده گرفت.

از سال‌های ۱۹۶۶ تا کنون هزار مقاله و صدها کتاب در زمینه‌ی اثرات رسانه‌ها بر مردم و افکار عمومی نگاشته شده است. با توجه به توسعه‌ی عظیم بازار آزادی در مصرف و تقارب فرهنگی و کاهش تفاوت‌هایی در شیوه‌ی زندگی، روابط عمومی باید حوزه‌ی عملکرد خود را از محدوده‌ی شرکت و سازمان‌ها بگردد و فرآیند جهانی شدن گسترش دهد. همه در دنیای امروز ناظر و شاهد رفتار و کارهای همدیگر هستند، روی این اصل چون فرآیند جهانی شدن در همه جا در حال توسعه است، با وجود اینکه سازمان‌ها اداره روابط عمومی محلی است در عمل باید با نگرش جهانی اقدام کند. حتی در بخش‌های حراست و امنیت ملی هم بدون صلاح‌دید کارگزاران حرفه‌ای و متخصص روابط عمومی اقدامی که موجب خدشه دار شدن اعتماد ملی و تصویر بین‌المللی کشور شود را نباید انجام دهند.

در دنیای رسانه‌ای امروز دولت‌هایی موفق‌اند که با شفافیت به مدد کار برد مهارت‌ها و تکنیک‌های پیشرفته روابط

عمومی با کاربرد صحیح رسانه های ارتباط جمعی برنامه های خود را در زمینه ی توسعه ی سرمایه گذاری و روابط سیاسی، وضع معیشت مردم، مسکن، آموزش، اشتغال، بهداشت به طور شفاف و روشن در دوره های کوتاه مدت، میان مدت و دراز مدت برای ملت های خود بیان کنند، به طور پیوسته با رسانه ها گفت و گو کنند و از آنها بخواهند مردم را در جریان کارها و برنامه های دولت قرار دهند. افکار عمومی را به طور مرتب ارزیابی کنند تا در کارهای خود موفق شوند. امروزه که مردم به اطلاعات متفاوت دسترسی دارند، بدترین شیوه تبلیغاتی به جای تبادل نظر و گوش دادن به پرسش های خبرنگاران و خواسته های مردم، موعظه کردن، تحکم کردن دستور مستقیم دادن و بی توجهی به خواسته های مردم و گناه کوتاهی خود را به گردن دیگران انداختن. رمز موفقیت دولت های غربی در کشورشان بیشتر راستگویی، شفافیت در گفتار و رفتارشان و از همه مهمتر توجه به توصیه های متخصصین روابط عمومی و رسانه ای بوده است. و اما در فرآیند جهانی شدن مشکل اساسی رشته روابط عمومی چیست؟ چون پایان قرن بیستم ما همه در جهان و هم قطبی زندگی می کردیم و اکنون کمتر از دو دهه است که جهان سرمایه داری یک قطبی است و دشمنی اصلی سرمایه داری که کمونیسیم بود برچیده شد، رشته های تحصیلی در دانشگاه ها همه بر اساس جهان دو قطبی طرح ریزی شده بود شیوه های برخوردی رسانه ها هم در جهان سرمایه داری همیشه به صورتی تنظیم شده است که سرمایه داری و آزادی تنها راه رستگاری بشر است و هر کس به غیر از این راه تبلیغ کند خطاست یا دشمن دموکراسی است.

بنابراین کلیه ی کتاب های درسی و مواد آموزشی بر یک چنین فرآیندی تنظیم شده است رشته ی روابط عمومی در کشور آمریکا که مهد شرکت های ملی و فراملی هستند به وجود آمده است، چون نیاز کرپورشین ها (شرکت های چند ملیتی) به تصویر سازی و جلب اعتماد عمومی برای خرید سهام آنها امری ضروری بود. مبنای تخصص روابط عمومی بدون داشتن تئوری مشخص بیشتر بر اساس استفاده از دروس کاربردی در رشته های روانشناسی، جامعه شناسی، مردم شناسی و علوم سیاسی بوده است و بعد از تحوّل در فرآیند جهانی شدن کاملاً مواجه با بی هویتی شده است.

چون دیگر قدرت بلوک شرق نیست که مورد تحقیر قرار بگیرد و فقط به تحوّل و قدرت کرپورشینهای امریکایی بپردازد. در حال حاضر این رشته کاربردی که به علت فقدان تئوری در انجام پژوهشهای مستدل بدون مدد از رشته های جامعه شناسی یا علوم سیاسی نمی تواند قائم به ذات باشد دچار سردرگمی، فقدان راه و روش شخصی است. چاره ای نیست مگر با برگزاری سمینارهای حرفه ای همگام با تغییراتی که در جهان امروز پدید آمده است، رشته روابط عمومی مطابق با نیاز قرن ۲۱ تعدیل گردد.

پرتال جامع علوم انسانی