ضرورت واگذاری وظایف روابط عمومی های دولتی به بخش خصوصی

مونسان، ناهید

بدون تردید اسلوب‏های‏ صنعتی شدن ممالک پیشرفته و توسعه یافته به دلایل متعدد و متنوعی بستگی دارد و کشورهای‏ جهان سوم برای حل معضلات و کوچک‏سازی دولت،بعضا درصدد بودند تا از روش‏ها و الگوهای جهان‏ مترقی و توسعه یافته استفاده کنند و یا آن الگوها و پارادایم را با فرهنگ‏ بومی خویش،تطبیق و همگن‏ نمایند و با تدوین و تصویب قوانینی‏ برای رسیدن به دروازه‏های متمدن، گام‏های نوین را بردارند.پدیدهء کوچک‏سازی دولت که مورد استقبال بسیاری از اندیشمندان و روشنفکران و ژورنالیست‏ها قرار گرفته است و کاستن از حجم بزرگ‏ دولت،به پارامترها و متغیرهای‏ زیادی وابسته است.بدون شناخت‏ و مطالعه و بدون در نظر گرفتن‏ متغیرها و شرایط حاکم در آن‏ (به‏صفحه تصویرمراجعه شود) جوامع،قطعا اتخاذ هر سیاست و تصمیم‏گیری برای کاهش‏ تصدی‏گری دولت،حکومت‏ها را با چالش‏ها و مشکلات عدیده‏ای‏ روبه‏رو خواهد کرد.مجموعه‏ نظریه‏های مربوط به توسعه و همین‏طور کاهش تصدی‏گری‏ دولت را می‏توان به دودسته کلی‏ تقسیم کرد:

الف-تئوری‏های نظریه‏ پردازان چپ،تحت عنوان‏ تئوری‏های کلاسیک امپریالیسم‏ و تئوری‏های جدید چپ،که علت‏ عقب‏ماندگی جهان سوم را عوامل‏ خارجی و به نظام سرمایه‏داری‏ مرتبط می‏دانند.

ب-نظریه‏هایی که توسط طرفداران بازار آزاد و لیبرالیسم، تحت عنوان«توسعه‏یافتگی و عقب‏ماندگی»مطرح می‏شوند که علت عقب‏ماندگی را در عوامل اگر به برنامه سوم و چهارم ایران، نگاهی بیندازیم،شاهد سیاست‏ یکسان‏سازی نرخ ارز،تشویق و حمایت‏ از توسعه بخش خصوصی و حرکت به‏ سمت آزادسازی بخش دولتی و همچنین واگذاری اصل 44 قانون‏ اساسی به بخش غیر دولتی خواهیم‏ بود،البته براساس واگذاری اصل 44 و در صورت حمایت و هدایت دولت، وزارتخانه‏ها می‏توانند بسیاری از کارها را به بخش غیر دولتی واگذار کنند

درون جوامع و کشورها جستجو می‏کنند.

براساس تئوری‏های اقتصادی یاد شده،کشورهای جهان سوم‏ به صورت سه بخش زیر اداره می‏شوند:

1.مکانیسم اداره بعضی از کشورها به صورت بسته و دولتی است.

2.مکانیسم اداره بعضی از کشورها،سرمایه‏داری و باز است.

3.مکانیسم اداره بعضی از کشورها،تلفیقی از سیستم دولتی و سرمایه‏داری است.

با عنایت به تئوری‏های یاد شده(چپ و لیبرال)،که هرکدام به‏ دنبال کاهش تصدی‏گری دولت و یا حذف کامل حکومت هستند و با توجه به تسلط و تسخیر بازار جهانی،توسط اقتصاد سرمایه‏داری و همچنین فروپاشی و اضمحلال اتحاد جماهیر شوروی،بعضی از کشورها برای رسیدن به توسعه و پیشرفت،درصددند تا از حجم‏ بخش دولتی به دلیل ناکارآمدی،ناتوانی،ایستایی،فساد مالی و اداری که باعث عقب‏ماندگی،فقر و بیکاری شده است،کاسته و بخش‏ خصوصی را فعال‏تر و پویاتر سازند.اگر به برنامه سوم و چهارم ایران، نگاهی بیندازیم،شاهد سیاست یکسان‏سازی نرخ ارز،تشویق و حمایت از توسعه بخش خصوصی و حرکت به سمت آزادسازی بخش‏ دولتی و همچنین واگذاری اصل 44 قانون اساسی به بخش غیر دولتی خواهیم بود،البته براساس واگذاری اصل 44 و در صورت‏ حمایت و هدایت دولت،وزارتخانه‏ها می‏توانند بسیاری از کارها را به‏ بخش غیر دولتی واگذار کنند.یکی از بخش‏های دولتی که به سهولت‏ می‏توان آن را به بخش خصوصی واگذار نمود،کارهای مربوط به‏ روابط عمومی‏های بخش دولتی است.البته با توجه به تخصص‏ و حرفه‏ای بودن نیروی انسانی و همچنین قابل شناسایی بودن افراد فعال در بخش خصوصی،اما،با در نظر گرفتن حساسیت و پاسخ‏گویی‏ روابط عمومی‏های بخش دولتی نسبت به مردم آیا می‏توان کارهای‏ این بخش را به بخش خصوصی سپرد؟آیا روابط عمومی‏های بخش‏ غیر دولتی می‏توانند انتظارات وخواسته‏های دولتمردان را برآورده‏ کنند؟و آیا ضرورتی دارد که فعالیت‏های بخش دولتی به بخش‏های‏ غیر دولتی واگذار شود؟برای پاسخ به این سؤالات بهتر است در خصوص روابط عمومی‏های بخش دولتی به صورت فشرده و اجمالی‏ توضیحاتی داده شود.

روابط عمومی‏های بخش دولتی:

برای برقراری روابط منطقی و عقلایی و همچنین آشنایی با مردم‏ و خواسته‏های آن‏ها و متقابلا برای برقراری و ایجاد رابطه میان مردم و سازمان‏های دولتی،واحدی را تحت عنوان روابط عمومی پدید آورده‏اند تا از این طریق کانال ارتباطی سازمان با مخاطبان و مشتریان‏ و به‏طور کلی با توده‏های مردم به وجود آید.برای این کار،چنانچه‏ سازمان‏ها در فرایند برنامه‏ریزی و اتخاذ تصمیمات و تعیین سیاست‏ها و خط مشی‏ها،از دیدگاه‏های مطلوب و شایسته دانشگاهیان و نخبگان و همچنین نظرات مردمی،بهره‏مند نشوند آن‏گاه، سیاست‏گذاری‏ها و تعیین روش‏ها،بیشتر جنبه ذهنی و آرمانی داشته‏ و قطعا در آینده،برای برنامه‏ریزی و اجرا با موانع،مشکلات و چالش‏هایی روبه‏رو خواهند شد.ایجاد واحدی به نام مدیریت روابط عمومی در سازمان‏های دولتی،در نهایت برای ایجاد حسن رابطه و درک متقابل و ارتباطی مفید،سازنده و مؤثر در بخش‏های درون‏ سازمانی و برون سازمانی بوده است.در همین چارچوب،«روابط عمومی عبارت از کوشش‏هایی است که در جهت برقراری ارتباطی‏ صحیح و ایجاد حسن نیت و تفاهم با عموم و تلاش‏هایی برای استقرار ارتباط بین کارمندان بخش‏های مختلف و کادر اداری و مدیریت یک‏ سازمان،به عمل می‏آید.»اگر این تعریف را بپذیریم،به این نتیجه‏ می‏رسیم که ویژگی هر روابط عمومی،ایجاد تعامل و پاسخگویی به‏ عموم مردم است و این امر از طریق ارتباطات میسر می‏شود.با توجه‏ به عملکرد 27 ساله روابط عمومی‏های دولتی(بعد از انقلاب‏ اسلامی)،این سؤال مطرح می‏شود که آیا روابط عمومی‏های دولتی‏ در جهت اهداف سازمانی خود مؤثر بوده‏اند؟آیا آن‏ها پاسخگوی‏ انتظارات و خواسته‏های مردم هستند؟این پاسخگویی جنبه‏ توجیه‏گرایانه دارد یا بیان واقعیت‏ها؟آیا نیروهای انسانی مستقر در روابط عمومی‏های بخش دولتی از تخصص لازم و کافی برخوردارند؟ آیا روابط عمومی‏های بخش خصوصی برای تحقق اهداف روابط عمومی‏های دولتی و نهایتا در توسعه کشور می‏توانند موثر باشند؟ همان‏گونه که اشاره شد دو عامل در تعیین و ترسیم خط مشی روابط عمومی‏ها نقش دارند؛

1.بخش درون سازمانی:شامل مدیریت سازمان،پرسنل‏ سازمان و منابع مالی.

2.بخش برون سازمانی:که دولت،رسانه‏ها،شرکت‏های‏ خصوصی و عموم مردم را شامل می‏شود.هر کنش و واکنشی از طرف‏ دولت،رسانه‏ها و عموم مردم و همچنین مدیریت سازمان‏ها و پرسنل،سبب می‏شود که روابط عمومی‏ها،حالت ایستایی و یا پویایی‏ به خود بگیرند.اگر به عملکرد روابط عمومی‏های دولتی،بعد از با توجه به تسلط و تسخیر بازار جهانی، توسط اقتصاد سرمایه‏داری و همچنین‏ فروپاشی و اضمحلال اتحاد جماهیر شوروی، بعضی از کشورها برای رسیدن به توسعه و پیشرفت،درصددند تا از حجم بخش دولتی‏ به دلیل ناکارآمدی،ناتوانی،ایستایی،فساد مالی و اداری که باعث عقب‏ماندگی،فقر و بیکاری شده است،کاسته و بخش خصوصی‏ را فعال‏تر و پویاتر سازند

انتخابات ریاست جمهوری و تغییر وزراء و یا جابه‏جایی رؤسای‏ سازمان‏ها توجه کنیم شاهد عدم جوابگویی به خواسته‏های مردم‏ خواهیم بود،هرچند بنیان روابط عمومی براساس پاسخگویی به‏ مخاطبان بنا شده است.«امروزه دیگر توجیه وضع موجود،پاک کردن‏ صورت مسأله و دروغگویی،پاسخگوی نیازهای ما نیست.از سوی‏ دیگر،جامعه نیز به سازمان‏ها بدبین می‏شود و در نهایت‏ سرمایهء اجتماعی سازمان‏ها تقلیل خواهد یافت.اینگونه اقدامات‏ فقط در نظام‏های متمرکز روی می‏دهد.سازمانی که می‏خواهد با مردم ارتباط برقرار کند و پشتوانه مردمی کسب کند باید روابط عمومی آن نیز واقع‏گرا باشد»در واقع روابط عمومی‏ها،علاوه بر واقع‏گرا بودن می‏بایست،انعطاف‏پذیر،دارای سعه‏صدر،خلاقیت و پویایی بوده و به خواسته‏ها و نظرات مردم توجه داشته باشد.این امر در وظایف روابط عمومی‏ها مشخص شده است.

وظیفه اصلی روابط عمومی‏ها

1-وظایف تبلیغاتی،تشریفاتی و خدماتی.

2-ارتباط رسانه‏ای.

3-برگزاری نمایشگاه،سمینار و کنفرانس.

4-فعالیت‏های پژوهشی و افکار سنجی درون‏وبرون سازمانی.

5-انتشارات.

در سال‏های اخیر،انواع شرکت‏های تبلیغاتی و انتشاراتی،سمعی‏ و بصری،مؤسسه‏های تحقیقاتی،تشریفاتی و یا خدماتی،پس از ثبت‏ و اخذ مجوزهای لازم از وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی مشغول به‏ فعالیت هستند که بعضا برای اداره شرکت خود به روابط عمومی‏های‏ بخش دولتی،سفارش کار می‏دهند ولی بسیاری از این سفارش‏ها،به‏ نتیجه مطلوب نمی‏رسد.عده‏ای از منتقدان،معتقدند وجود مقررات‏ و آئین‏نامه‏های متعدد و همچنین بی‏تفاوتی و عدم وجود نیروی‏ انسانی ماهر،سبب کندی روند کارها و فعالیت‏ها بوده است.بنابراین‏ برای شفاف‏سازی و رفع مقررات و آئین‏نامه‏ها و بخشنامه‏های دست‏ و پاگیر و شکستن انحصارات دولتی و کوچک‏سازی آن،نیاز به عزم‏ جدی مردم،سیاستمداران،روشنفکران و رسانه‏های جمعی و همچنین بخش خصوصی است.ولی باید در نظر داشت بعضی از وظایف در سازمان‏ها،به‏خصوص در روابط عمومی‏ها،قابل واگذاری‏ نیستند و این امر مورد تأیید صاحبنظران نیز می‏باشد.براساس‏ بررسی انجام شده دربارهء مدیران روابط عمومی‏های دولتی و غیر دولتی و صاحبنظران،مشخص شده است که برخی از وظایف غیر قابل واگذاری‏اند.مثلا ارتباط میان مردم و سازمان‏های دولتی و پاسخگو بودن به درخواست‏های مردمی،اطلاع‏رسانی،توضیح در مورد عملکرد سازمان،بررسی شکایات مردمی،ارتباط با رسانه‏ها برای بیان بعضی مشکلات و یا بحران‏ها،بسیاری از وظایف روابط عمومی‏ها را می‏توان به بخش غیر دولتی سپرد و امید داشت که بخش‏ خصوصی،با کیفیتی بالا،در زمانی کوتاه و با هزینه‏ای پایین‏تر آن را به‏ انجام رساند.بخش خصوصی می‏تواند برگزاری نمایشگاه،سمینار و یا کنفرانس را به خوبی انجام دهد.روابط عمومی‏های دولتی، می‏توانند بسیاری از کارهای پژوهشی و افکار سنجی خود را به‏ مؤسسه‏های تحقیقاتی بخش خصوصی واگذار کنند و قطعا این‏ پژوهش‏ها قابل قیاس با آنچه تاکنون در بخش دولتی انجام شده‏ است،نخواهد بود.اگر نگاهی به بسیاری از پژوهش‏هایی که در کشور و توسط سازمان‏های دولتی به انجام رسیده بیندازیم می‏بینیم که از پژوهشگران دانشگاهی و خارج از سازمان‏های دولتی استفاده شده‏ است.همچنین کارهای انتشاراتی و اطلاع‏رسانی نیز،قابل واگذاری‏ به بخش خصوصی می‏باشد.

دکتر سعیدی از اساتید دانشگاهی اظهار می‏دارد:«وظایفی نیز وجود دارد که کاملا قابل واگذاری هستند مانند تولید کتاب‏های‏ اطلاع‏رسانی،تهیه مجموعهء بریده جراید و ایجاد آرشیو اطلاعاتی و مطبوعاتی و به‏طور کلی وظایف انتشاراتی روابط عمومی‏ها تا حد بسیار زیادی قابل واگذاری هستند».

امروزه یکی از وظایف روابط عمومی‏های دولتی تحت عنوان‏ سمعی و بصری در بخش خصوصی انجام می‏گیرد و این به دلیل عدم‏ وجود امکانات لازم همانند استودیو،دوربین،میز مونتاژ و نیروی‏ انسانی حرفه‏ای و تخصصی در روابط عمومی‏های دولتی است.پس‏ به ناچار،این‏گونه فعالیت‏ها را می‏توان به بخش خصوصی واگذار نمود.مدیران روابط عمومی‏های دولتی باید نظارت کمی و کیفی بر روند کارهای واگذار شده به بخش خصوصی داشته باشند.که این امر موجب می‏شود که تغییر و تحولاتی در روند کاری بخش خصوصی و دولتی به وجود آید.ممکن است در بعضی از امور،بخش خصوصی‏ ظرفیت و توانایی انجام وظایف محموله را نداشته باشد که این‏ ظرفیت‏سازی و بسترسازی باید در بخش خصوصی پدید آید تا در آینده‏ شاهد توسعه و ترقی جامعه باشیم.