



غلامحسین الهام

## روابط عمومی؛ حلقه وصل مردم و دولت

عمومی و جدی انگاشتن آن توسط برنامه‌ریزان و سیاستگذاران کشور، تأثیر بسزایی دارد. با نام گذاری سال ۸۶ به عنوان «سال اتحاد ملی و انسجام اسلامی» از سوی مقام معظم رهبری، می‌توان با بهره‌گیری از ظرفیت‌ها و تکنیک‌های روابط عمومی، به تحقق هر چه بیشتر اهداف مورد نظر رهبر فرزانه انقلاب دست یافت.

به عبارت دیگر، روابط عمومی‌ها با بهره‌گیری از شیوه‌های ارتباطی واقعی، اصولی و صمیمانه بین ملت و دولت، می‌توانند خواسته‌های آحاد مردم را به اطلاع سیاستگذاران و برنامه‌ریزان کشور برسانند و با ایجاد این ارتباط دوسویه، اتحاد و همبستگی را در جامعه ایران اسلامی نهادینه کنند. از طرفی روابط عمومی سازمان‌ها با اتخاذ تدابیر ارتباطی سازنده در بخش بین الملل، می‌توانند در ایجاد وحدت با سایر کشورهای اسلامی نقش بسزایی ایفا نمایند. بنابراین ضروری است فعالان عرصه ارتباطات و روابط عمومی با توجه به مسئولیتی که بر عهده دارند، در عملی شدن شعار رهبر معظم انقلاب به این امر مهم جدی‌تر از گذشته اهتمام ورزند.

نوع نگاه دولت به مقوله روابط عمومی بر این اساس است که فعالیت‌های انجام گرفته در این حوزه، هماهنگ‌تر پیش رود و

امروزه روابط عمومی با سازمان دهی تشکیلاتی و مدیریت علمی، ضمن برنامه‌ریزی ویژه برای رهبران فکری جامعه و ارائه اطلاعات مشاوره‌ای به مدیریت سازمان‌ها، با استفاده از ابزار و فنون نوین ارتباطی و اطلاعاتی، به هدایت صحیح افکار عمومی می‌پردازد. همچنین روابط عمومی با توسعه فعالیت‌های افکار سنجی و ارتباطات مردمی و تولید فرآورده‌های فرهنگی، به مبادله پیام بین سازمان و مخاطبان می‌پردازد و از این طریق، آثار مثبت و سازنده‌ای در سطح سازمان و توسعه ملی کشور بر جای می‌گذارد.

از امسال روز ۲۷ اردیبهشت ماه، با پیگیری‌های بعمل آمده و تصویب شورای عالی انقلاب فرهنگی، برای اولین بار در سالنامه رسمی کشورمان، تحت عنوان روز «ارتباطات و روابط عمومی» ثبت گردیده است. با توجه به نقش اساسی روابط عمومی‌ها در عرصه ارتباطات و اطلاع رسانی، تعیین چنین روزی در تقویم رسمی کشور، ضمن هویت دهی بیشتر به روابط عمومی، نشان دهنده توجه خاص نظام و دولت جمهوری اسلامی ایران به این امر خطیر می‌باشد. انجام این مهم در ارتقاء سطح کمی و کیفی حوزه روابط

اقداماتی که در چارچوب سیاست‌های اطلاع‌رسانی دولت انجام می‌شود قانونمندتر، منسجم‌تر و منطبق با نظام جامع اطلاع‌رسانی کشور باشد.

با توجه به این نگرش، ضرورت اهمیت قائل شدن وزرای محترم و مدیران ارشد نسبت به بخش روابط عمومی، بیشتر نمایان خواهد شد و ضروری است در جهت تعمیم و گسترش فرهنگ ارج نهادن به روابط عمومی، و دخیل نمودنشان در عرصه سیاست‌گذاری و برنامه‌ریزی، تدابیری قابل اجرا تنظیم گردد. در این صورت می‌توان نگرش احساس مشارکت در امر روابط عمومی را به عنوان یک وظیفه در بدنه سازمان‌ها جاری ساخت. به همین دلیل لازم است هر سازمان و دستگاه با کمک روابط عمومی، اولویت فعالیت‌های سالانه خود را برنامه‌ریزی نماید و جهت‌گیری‌ها، برنامه‌ها و سیاست‌گذاری حرکت تولید (اندیشه، خدمت، کالا و...) را بر اساس اولویت‌های تعیین شده تعریف کند.

روابط عمومی تنها در این چارچوب می‌تواند به جای اجرای برنامه‌های متنوع و روزمره، هدفدار و هدفمند حرکت کند. در یک برنامه هدفدار، مخاطبان و ابزار قابل تعریف هستند و سهم بهره‌مندی یا استفاده از آنان قابل تعیین و مهم‌تر از آن قابل ارزیابی است. در یک سازمان باید پذیرفته شود مدیران روابط عمومی، مشاوران فرهنگی مدیران ارشد هستند. همچنین لازم است مدیران و کارشناسان روابط عمومی نیز خود را باور داشته باشند و روز به روز بر سطح معلومات خود در ابعاد مختلف علم ارتباطات بیفزایند و به مسئولان ثابت کنند می‌توانند به عنوان مشاوران امین آنان در بخش ارتباطات و اطلاع‌رسانی، بازوی قوی و محکمی برای سازمان مربوطه باشند و جلوی بسیاری از بحران‌ها را در این زمینه بگیرند. یک روابط عمومی خوب و اثرگذار با استفاده از شیوه‌های مختلف «اعتمادسازی»، «خدمت‌گرایی و رفاه‌گستری»، «مردم‌داری و انتقاد پذیری»، «قانون‌گرایی و اخلاق‌مداری»، «عدالت‌پروری و فساد ستیزی» و «اطلاع‌رسانی و روشن‌گرایی» نقش بسزایی را در حوزه وظایف خود ایفا می‌نماید.

در بخش ارتباطات و اطلاع‌رسانی، روابط عمومی نقشی دو سویه بین مردم و سازمان ایفا می‌کند. از یک طرف اطلاع‌رسانی سیاست‌ها، عملکردها و برنامه‌های سازمان به مردم و از سوی دیگر انتقال انتظارات، نیازها و خواسته‌های ایشان به مدیریت سازمان برای برنامه‌ریزی و سیاست‌گذاری آینده، جزء وظایف اصلی روابط عمومی است. در این میان رسانه‌ها نیز با واقع‌گرایی نقش بسیار

## ضروری است در جهت تعمیم و گسترش فرهنگ ارج نهادن به روابط عمومی، و دخیل نمودنشان در عرصه سیاست‌گذاری و برنامه‌ریزی، تدابیر قابل اجرا تنظیم گردد

مهمی در امر اطلاع‌رسانی بر عهده دارند. اگر تعامل بین روابط عمومی و رسانه‌ها علمی، تخصصی، متعادل و دوستانه باشد، عمل اطلاع‌رسانی بخوبی و به نحو احسن انجام می‌شود؛ چرا که هر دو به هم نیاز دارند و در واقع مکمل یکدیگرند. به منظور دستیابی به اطلاع‌رسانی مناسب در چارچوب اخلاق و قوانین، باید حرکتی را آغاز کرد که اطلاع‌رسانی نه تنها به هرج و مرج خبری تبدیل نگردد بلکه بتواند به افزایش ظرفیت، بصیرت و جلب افکار عمومی منجر شود. در این میان، رعایت موازین و اصولی از قبیل درستی اطلاعات و صحت و سقم آن، اطلاع‌رسانی بهنگام و به موقع و انتقال اطلاعات به صورت درست و عادلانه از نقاط ضعف و قوت سازمان، دارای اهمیت بالایی است. در بخش ارتباطات یا مخاطبان، روابط عمومی به عنوان شبکه هوشیار سازمان و مشاور توانمند مدیران، باید عنصر خلاقیت و نوآوری را در فعالیت‌های خود دخیل کند و از پرداختن به امور یکنواخت و غالباً تکراری پرهیز نماید.

در خاتمه باید اذعان داشت، روابط عمومی زمانی پویا و موفق است که به ارتقاء سطح آموزش کارکنان در چارچوب علمی، فنی، آموزشی و اخلاقی بپردازد و با برنامه‌ریزی درست و دقیق، فعالان این عرصه را با پیشرفت روز همگام نماید. امروزه پیشرفت در عرصه ارتباطات، ما را به سمت روابط عمومی الکترونیکی سوق می‌دهد که در آن تلفیق حرفه‌ای نیروی انسانی با فناوری‌های جدید روابط عمومی دارای اهمیت بالایی است. توجه به این بخش و اهتمام در جهت پیشرفت آن، می‌تواند به رشد و توسعه کشور در ابعاد مختلف اجتماعی، فرهنگی و... بیانجامد. امید آنکه با یاری گرفتن از خداوند متعال و با تاسی از فرمایش مقام معظم رهبری، بتوانیم با برنامه‌ریزی دقیق در حوزه ارتباطات و روابط عمومی به اتحاد ملی و انسجام اسلامی دست یابیم.

غلامحسین الهام

سخن‌گوی هیات دولت و رئیس شورای اطلاع‌رسانی

