



پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی
رساله جامع علوم انسانی



روابط عمومی به این مضمون ارائه نمودم:
فیروزه عسگری : آقای کلهر قبل از هر صحبتی مایلم گزارش مختصری در مورد فعالیت و اهداف انجمن روابط عمومی جهت آشنایی بیشتر خدمت جنابعالی ارائه دهم. انجمن روابط عمومی که به صورت یک NGO فعالیت می کند و قدمتی طولانی دارد هر ماه جلسات ماهانه ای برگزار می کند که از مدیران برجسته، بنام و فعال این حوزه دعوت می نماید تا جهت اعضاء انجمن و دیگر علاقمندان با تعیین موضوع های مربوط به حوزه علوم ارتباطات سخنرانی نمایند.

یکی از اهداف بسیار مهم انجمن، تثبیت جایگاه

چندی پیش در دفتر مشاور رسانه ای رئیس جمهور آقای مهدی کلهر واقع در خیابان پاستور بعنوان خبرنگار و گزارشگر ماهنامه نشستی بسیار صمیمانه در محیطی گرم با ایشان داشتم. ما حاصل آن گفتگو گزارش زیر است که تقدیم حضور علاقمندان در حوزه روابط عمومی می نمایم:

موضوع این گفتگوی دوستانه که از قبل با ارسال نامه مشخص شده بود "شایعه و نقش روابط عمومی در مواجهه عملی با این پدیده و گفتگو در مورد مسائل روز جامعه" است.

بعد از ورود به دفتر ایشان که با استقبال گرمی روبرو گردیدم ابتدا شرح حالی از تاریخچه ی انجمن



گفتگو با مهدی کلهر

مشاور رسانه ای رئیس جمهور

فیروزه عسگری



ژوئیه ۱۳۹۸
موسسه مطالعات و تحقیقات اجتماعی

از هزینه ها را از طریق گرفتن آگهی از شرکت ها تامین می کنیم که البته ناچیز است و تکاپوی هزینه ها را نمی کند. در مورد شهرداری هم که با انجمن همکاری صمیمانه ای جهت دادن مکان "تالار حرکت" برای برگزاری جلسات ماهانه انجمن نیز به نیکی یاد شد. سوال دیگری که همان لحظه در ذهنشان ایجاد شد در مورد اعضای هیات مدیره بود که تعدادی از این عزیزان اساتید دانشگاه علامه هستند که چند تن از این افراد را به نام آورده و بعد از شناسایی آنها بسیار اظهار خوشحالی نمودند.

به هر حال بعد از مقدمه بدون وقفه به سراغ موضوع گفتگو رفتیم و با طرح موضوع بحث را به دست آقای کلهر سپردم.

علمی روابط عمومی ها علی الخصوص در سازمان های سراسر کشور اعم از دولتی و خصوصی می باشد که به اعتقاد بنده این هدف محقق نمی شود مگر به پشتوانه ی حمایت هم جانبه دولتمردان و دست اندرکاران دولتی. سپس بعد از ارائه ی این مقدمه ی کوتاه، آقای کلهر نگاهی به چند شماره ماهنامه که از قبل برای ایشان ارسال شده بود انداختند و اولین سوالی که در ذهنشان شکل گرفت در مورد تامین هزینه های مالی ماهنامه بود که چرا در مورد انجمن و ماهنامه تبلیغ درستی صورت نگرفته است؟ و اظهار داشتند که چرا بیشتر افراد یا سازمان ها از وجود انجمن آگاهی ندارند؟

که در ادامه سخنان ایشان یادآور شدم، بخشی

من جزو کسانی هستم که علمی به نام علم جامعه شناسی را در حال مردن می دانم. یعنی در حال حاضر در گره ی زمین بنا به تعریف قرن نوزدهم و بیستم چیزی به نام جامعه نداریم که بعد علم برای جامعه شناسی داشته باشیم.

فیروزه عسگری: آقای کلهر همانطور که از قبل مستحضرید امروزه شایعه بسیار قوی عمل می کند. شما نقش روابط عمومی در مواجهه علمی با این پدیده را چگونه متصور می شوید؟ در ابتدا مایلیم اگر جنابعالی در این رابطه مقدمه ای دارید، بفرمایید تا گفتگوی دوستانه ی خود را ادامه دهیم.

آقای کلهر: ابتدا پدیده شایعه نیاز به شناخت در رابطه با خود اجتماع در جوامع مختلف دارد. تعریف گوناگونی از آن ارائه می شود. شایعه یک پدیده به اصطلاح زنده است و پویایی شایعه بستگی به باز بودن راه های دیگر انتقال پیام است. یعنی معمولا در جوامعی که سابقه سانسور، خفقان سیاسی، خفقان دینی و مذهبی، خفقان اعتقادی و حتی خرافی دارند، بیشتر حرکت می کند تا جوامعی که راه های انتقال پیام باز است. محدودیت های راه های انتقال پیام صرفا محدودیتهای دولتی و حکومتی نیست در گذشته تصور این بود که در کشورهای کمونیستی که انتقال پیام در آنها سخت صورت می گرفت مثل خود من که اتحاد جماهیر شوروی را در دوره ریاست برژنوف دیده بودم و در کل اتحاد جماهیر شوروی فقط یک صدا و یک رادیو تا نزدیکی های برلین شرقی وجود داشت و تقریبا در تمام این سرزمین امواج رادیوهای کشورهای دیگر غیر قابل دسترسی بود و واقعا به سختی می شد در مسکو توسط رادیوهای بسیار قوی، بزرگ و حرفه ای که در آن موقع ست لایت گروندیک بود که به آن ۹ موج گروندیک می گفتند که معمولا هم در صدا و سیما و وزارت خارجه های دنیا مصرف می شد، صدای جمهوری اسلامی و اخبارش را بشنویم. در عین حال اداره های نیز وجود داشت که خیلی معظم و بزرگتر از وزارت ارشاد ایران بود که به زبان های مختلف دنیا تسلط کامل داشتند و آنلاین و در لحظه حملات را سانسور می کرد یا میان آنها پارازیت می فرستادند. از جمله شعارهایی مثل مرگ بر آمریکا و شوروی که در دیدارهای حضرت امام گفته می شد.

در گذشته تصور این گونه بود که بروز و گسترش شایعه در حوزه علوم ارتباطات در چنین جوامعی مستعد حضور است اما بعدها طی مطالعات میدانی که صورت گرفت مشخص شد که صرفا بروز شایعه مخصوص این جوامع نیست زیرا الزاما سانسور نباید دولتی یا اعتقادی یا ناپیدا (مثل تابوها، اعتقادات

خرافی که هیچ مسئولی در حمایت از آن در جامعه وجود ندارد) باشد. آن چه مسلم است آن است که راه های انتقال پیام در سطوح عقلی به معنای برهانی و استعدادی، سطوح احساسی و عاطفی، طنز، فکاهی و اصطلاحات کودکانه و عامیانه باز باشد معمولا در چنین جوامعی شایعه از قدرت کمی برخوردار است.

آقای کلهر در ادامه تاکید نمودند: این یک مقدمه ی کوتاه برای ورود به بحث شایعه است. این بحث بسیار گسترده و پیچیده است که حداقل خود من در عرصه ی کارم معتقدم که در هر جامعه حداقل در یک دوره ۵ تا ۱۰ ساله باید تحقیق میدانی انجام پذیرد. مثلا فرض کنید در همین جامعه ی خودمان روی شایعه کار و دیدگاه های درستی هم استخراج کرده باشیم، به این معنی نیست که جامعه ی ما این گونه است. توضیح آخری که می دهم و به کامل تر شدن قضیه کمک می کند این است که من جزو کسانی هستم که علمی به نام علم جامعه شناسی را در حال مردن می دانم. یعنی در حال حاضر در گره ی زمین بنا به تعریف قرن نوزدهم و بیستم چیزی به نام جامعه نداریم که بعد علم برای جامعه شناسی داشته باشیم.

آقای کلهر ادامه دادند: آن زمان ۱۰ الی ۲۰ فاکتور وجود داشت که تقریبا می توانست آینده یک توده از جمعیتی با روابط، اعتقادات، ویژگی ها و نیازهای خاص آن افراد که در کنار هم زندگی می کردند را برنامه ریزی کرد که به آن جامعه می گفتند که اما به شکل امروزی هویت خود را از دست داده است.

فیروزه عسگری: یعنی جامعه دارد جهانی می شود؟

آقای کلهر: بله حتما همین طور است. مسلمانان غرب آفریقا را فرض کنید؛ بسیاری از ویژگی های اسلام در بین شان از دست رفته است و همزمان در کاخ سفید دختر کلینتون جذب اسلام می شود. یا مثلا در مهد اسلام شهر مکه کسانی وجود دارند که همانند بوش فکر می کنند و در عین حال کسانی در واشنگتن آرزو دارند که آیات قرآن را به روایات پیامبر اسلام درک و در زندگی خود پیروی نمایند. یا در شهر پیامبر، مدینه کسانی پیرو اندیشه های خانوم رایس هستند...

فیروزه عسگری: در واقع دیکتاتوری را می پسندند...

آقای کلهر: نه بحث دیکتاتوری نیست. بحث این است که همه چیز در حال فروپاشی است. و ماهیتی به نام جامعه قابل درک نیست و در حال حاضر می توان گفت جامعه ایی به صورت قبل وجود ندارد...

فیروزه عسگری: یعنی مرزها شکسته شده است...

آقای کلهر: بله واقعا مرزها شکسته شده است و به نظر می رسد ما به سمت دو توده ی بزرگ انسانی در حال حرکت هستیم. یکی توده ی سلطه گر و دیگری توده ی سلطه شکن و آزادی طلب. این دو ویژگی جهان امروز است و با صراحت می توان گفت: زبان، دین و مذهب که در گذشته عامل یک پارچگی بود امروز هیچ اهمیتی ندارد. مثلا حتی در مذهب شیعه ی هفت امامی و شیعه ی دوازده امامی تفاوت وجود داشت...

فیروزه عسگری: ولی الان شاهد هستیم که شیعه و سنی خیلی راحت با هم کنار می آیند و با صلح زندگی می کنند...

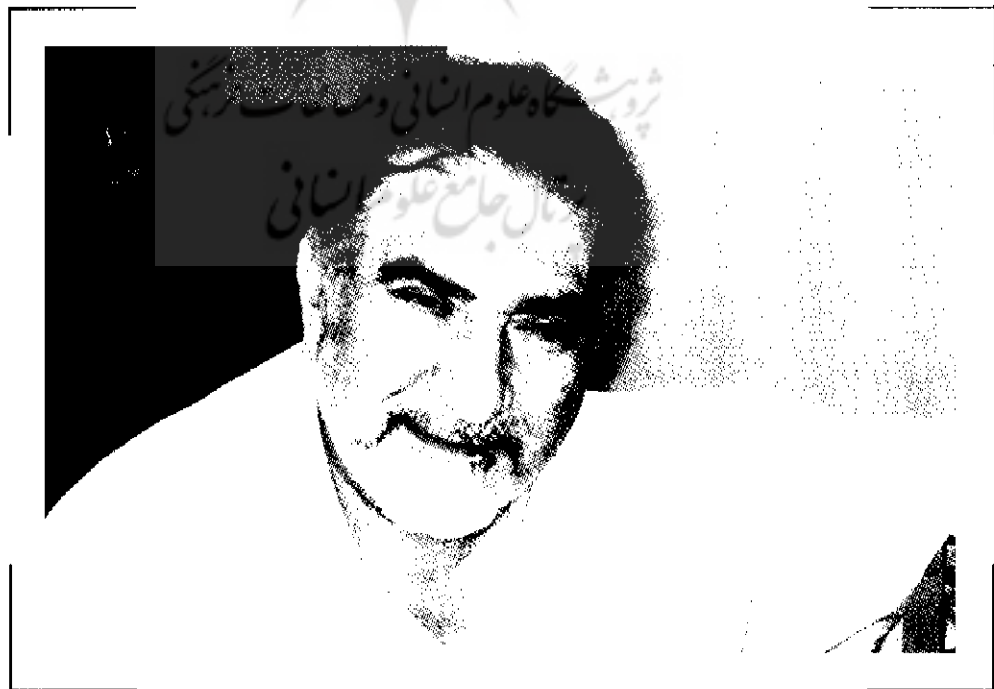
آقای کلهر: حتی غیر مسلمان هم، حتی ادیان غیر ابراهیم هم، در آمریکای لاتین امروز شاهد آن هستیم که با ادیانی همراه هستند که هیچ کدام از این ادیان را ندارند ولی همان شعارها و همان راه هایی را می روند و حتی خطرهایی را می پذیرند که مثلا جمهوری اسلامی برای رسیدن به آن اهداف، انجام می دهد.

فیروزه عسگری: حال این بخش از جامعه شناسی که فرا جهانی هم می شود، می تواند جلوی شایعات، که در فرهنگ ها و مجموعه های کوچک هر کشوری اتفاق می افتد را بگیرد؟ یا این که نه شایعه هنوز نقش پررنگی دارد؟

آقای کلهر: مبانی شایعه غیر از مبانی جامعه است من قبلا عرض کردم...

فیروزه عسگری: شایعه به هر حال از دل جامعه بیرون می آید...

آقای کلهر: نه، نه، من عرض کردم وقتی اطلاع رسانی از طریق شاهرها غیر ممکن می شود. مثلا وقتی در ترافیک شاهرها بسته شود راه های فرعی ارزش پیدا می کند. نسبت شایعه هم به راه های مشروع پیام، مثال همان شاهرها است. یعنی



باید آفت های روابط عمومی ها را بررسی کرد تا تبدیل به مراکز تبلیغاتی روسای سازمان و "مبلغ" و "بله قربان گوی" چابکوس مدیران سازمان ها نشوند. این بزرگترین آفت در تمام روابط عمومی های کل جهان است. آفت دیگری که می توان به آن اشاره کرد درشت نمایی و برجسته سازی سازمان و مدیران است که با این کار ضعف ها را می پوشانند در حالی که هدف از تاسیس واحدهای روابط عمومی بیان ناگفته ها به مدیران است

شما هر وقت می بینید که ظرفیت بزرگراهها به هر دلیلی (مسدود شدن توسط پلیس، ترافیک و...) پر می شود به راه های فرعی پناه می برید. در واقع وقتی پیام از طریق مشروع منتقل نشود، مخاطب به شایعه پناه می برد. و در این جاست که اگر رسانه ها (روزنامه، رادیو، تلویزیون و ...) اخبار و اطلاعات را سریع، به موقع و شفاف ارائه بدهند دیگر کسی به سراغ شایعه نمی رود.

فیروزه عسگری: در واقع بحث اعتمادسازی به میان می آید...

آقای کلهر: دقیقا. انتقال دادن یعنی همین درست گفتن و منظورم ضد اطلاعات نیست. در واقع اطلاع رسانی نسبت به حادثه ای که عینا اتفاق افتاده است و در عوض وقتی شما پیامی را فیلترینگ می کنید یعنی جلوی یک منظره ای را که طبیعت و درختانش سبز است یک فیلتر آبی می گذارید و بعد هم یک فیلتر نارنجی...

فیروزه عسگری: در واقع اصلا معلوم نیست آن خبر در ابتدا چه بوده است چون در حقیقت رنگ خود را می باز...

آقای کلهر: بله حتما چون مخاطب ترجیح می دهد تصویر ۸ در ۸ شما را ببیند ولی تصویر ۳ سانتی که به رنگ واقعیت نزدیک تر است را از پشت یک تمبر کوچک ببیند.

فیروزه عسگری: آقای کلهر با توجه به سابقه ی طولانی شما در حوزه ی ارتباطات، به نظر شما روابط عمومی ها چگونه می توانند افکار عمومی را به این سمت (واقع بینی و انگیزه پروری در جهت واقع نگری) سوق دهند؟

آقای کلهر: البته این بحث بسیار مفصل است و من فکر می کنم در این جلسه نمی توانیم کامل به آن برسیم. اما بصورت کلی سرفصل آن را عرض می کنم. ابتدا باید آفت های روابط عمومی ها را بررسی کرد تا تبدیل به مراکز تبلیغاتی روسای سازمان و "مبلغ" و "بله قربان گوی" چابکوس مدیران سازمان ها نشوند. این بزرگترین آفت در تمام روابط عمومی های کل جهان است. آفت دیگری که می توان به آن اشاره کرد درشت نمایی و برجسته سازی سازمان و مدیران است که با این

کار ضعف ها را می پوشانند در حالی که هدف از تاسیس واحدهای روابط عمومی بیان ناگفته ها به مدیران است.

فیروزه عسگری: دقیقا همان اطلاع رسانی است که برای جلوگیری از شایعات و دامن زدن به آن می تواند اعتماد مخاطب را جلب کند. زیرا با توجه به اشارات دقیقی که در امر اطلاع رسانی شفاف فرمودید اگر اخبار درست و شفاف ارائه نشود مردم هم پشت سر، فرقی هم نمی کند سازمان یا دولت باشد، حرف هایی می زنند که این سخنان درست یا نادرست در سطح جامعه گوش به گوش می پیچد و به صورت یک معضل درمی آید. پس شما اعتقاد دارید روابط عمومی این جاست که باید به وظیفه ی اصلی و حیاتی خود که همان اطلاع رسانی شفاف و دقیق است بپردازد و دست از برجسته سازی های نادرست بردارد.

آقای کلهر: بله. ببینید روابط عمومی به هر صورت به نوعی وجدان آگاه یک نهاد یا شرکت یا موسسه یا اداره است و اگر بخواهیم تعبیر قرآنی اش را بگوییم نفس لوامه است. نه نفس اماره و نه نفس مطمئنه. مادام یک زبان ملامت به سوی مدیران سازمان دارد که گوشزد می کند در فلان جا کوتاهی صورت گرفته و مردم نسبت به آن اعتراض می کنند. که بنا به اعتقاد من اگر این قسمت روابط عمومی ها زنده شود، روابط عمومی خود به خود قوی می شود و نیازی هم به پرسنل و بودجه ندارند. ایشان در ادامه اظهار داشتند: ما یک ضرب المثل قدیمی داریم که می گوید: حرف حق تلخ است ولی همین حرف حق در درون خود انرژی دارد که به کمیت نیازی ندارد. در واقع تند و تیز است و بهتر است بجای تلخی بگوییم تیز است. چون از تمام سدها عبور می کند. و هیچ مانع ضخیمی نیست که بتواند در مقابل آن مقاومت کند. موجش قوی است. مثال بارز آن سخنرانی حضرت زینب (س) در بارگاه یزید چنان محکم و اثر گذار و تیز است که حتی همسر یزید به او معترض می شود که طبق مستندات تاریخی فرزند یزید تصمیم می گیرد بعد از پدر خلافت را به خاندان حضرت علی (ع) بپردازد...

فیروزه عسگری: در واقع یک نمونه ی بارز و مثال زدنی از یک روابط عمومی تاثیر گذار...



صداقت، صراحت
جزو انرژی های
بسیار مهم روابط
عمومی هاست و
متاسفانه روابط
عمومی ها اولین
کاری را که کنار
می گذارند همین دو
اصل است و فکر
می کنند که آمده
اند فقط مجیزگوی
و ستایشگر مدیران
باشند

آقای کلهر: فرهنگ خودمان بیرون بیاورد و بصورت کتاب یا مجموعه ای ارائه دهد...

آقای کلهر: در واقع در غرب از احتیاج به تشکیلات رسیدند ولی ما در کشورمان از تشکیلات می خواهیم به احتیاج سازی برسیم...

فیروزه عسگری: چون فرهنگش وارداتی ست و حرفی برای گفتن نداریم...

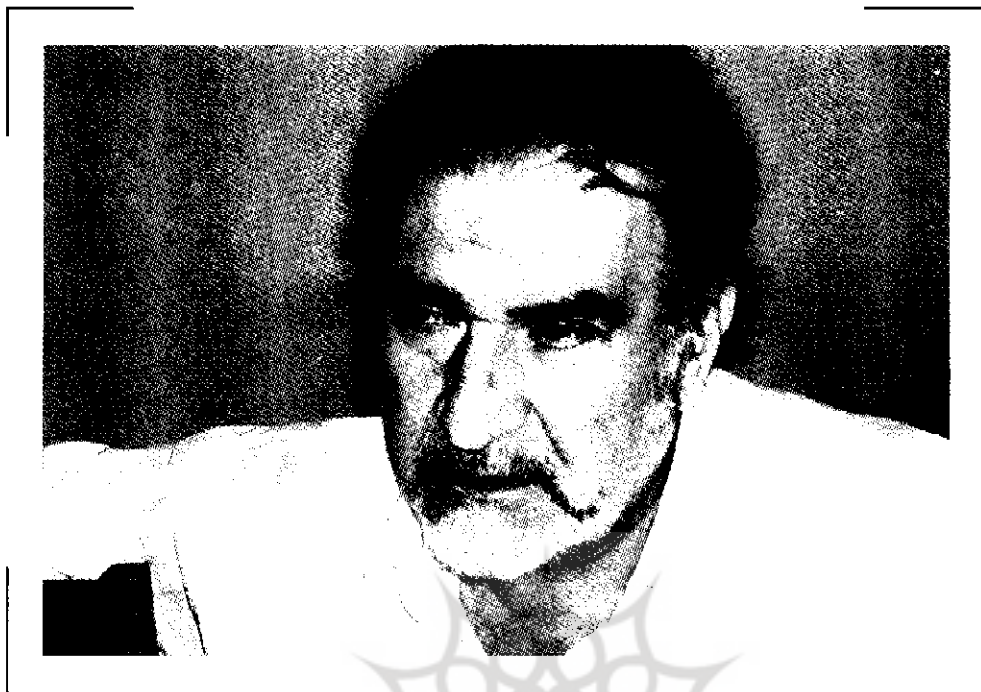
آقای کلهر: ببینید در ایالات متحده آمریکا و اروپا ادارات بر اساس نیاز خود واحدی را تحت روابط عمومی احتیاج سازی نموده و طبق مورد، تشکیلاتش را تاسیس کردند و عین آن را در دانشگاه ها و مراکز علمی شروع به آموزش نمودند. ولی به جهت اینکه ما روابط عمومی را از غرب وارد کردیم متاسفانه نمی دانیم که روابط عمومی در حقیقت باید چه کارهایی را انجام دهد. بعد از ملی شدن صنعت نفت روابط عمومی در قسمت بین المللی فعال می شود که بخش موثر آن در سطح تخصصی و بین المللی است و همین روابط عمومی می خواهد در سازمان ها، وزارت خانه ها و دستگاه های دیگر نمود پیدا کند که به دلیل عدم آگاهی اخلاق ارتباطی با مردم نمی تواند وظیفه ی اصلی خود را ایفا نماید.

آقای کلهر: در واقع نشان می دهد که سخن حق از گیرایی، قدرت و انرژی نفوذ ناپذیری برخوردار است. پس صداقت، صراحت جزو انرژی های بسیار مهم روابط عمومی هاست و متاسفانه روابط عمومی ها اولین کاری را که کنار می گذارند همین دو اصل است و فکر می کنند که آمده اند فقط مجیزگوی و ستایشگر مدیران باشند...

فیروزه عسگری: به اعتقاد من خود روابط عمومی ها باعث می شوند که موقعیت خود را تضعیف کنند. در واقع اگر محکم و مقتدر روی ایده خود ایستادگی کنند، هر چند در مقطع زمانی به ضررشان هم تمام شود ولی در طولانی مدت قطعاً ثابت می شود. و متاسفانه بیشتر مدیران سازمان ها صرفاً برای همین رفتار خود روابط عمومی ها بوده است که به این باور رسیده اند که دستور دهند و روابط عمومی ها هم اجرا کنند...

آقای کلهر: آسیب شناسی که سالیان قبل خود من انجام دادم و مربوط به الان نیست نشان می داد که روابط عمومی سازمان های ما مترجم هستند...

فیروزه عسگری: یعنی متاسفانه هنوز هیچ کس در این زمینه نتوانسته حرفی از دل



هر سازمانی
وظیفه دارد
فیلترینگ خود را
به حداقل برساند
یعنی اگر فکر کند
با سانسور کردن
صلاح سازمان را
تضمین می کند،
سخت در اشتباه
است

اعتقاد شما روابط عمومی چگونه می تواند از هنر خود استفاده نماید؟

آقای کلهر: هر سازمانی وظیفه دارد فیلترینگ خود را به حداقل برساند یعنی اگر فکر کند با سانسور کردن صلاح سازمان را تضمین می کند، سخت در اشتباه است. مثل یک بیماری که دچار چاقی ست تا زمانی که ورزش نکند این چاقی در بدنش از بین نمی رود بلکه اگر این چاقی را حفظ کند دچار گرفتگی عروق می شود. در سازمان ها هم همین طور است. من منکر این نیستم که بخشی از اطلاعات طبقه بندی شده است اما واقعا همه ی ادارت چه میزان نیاز به فیلترینگ دارند که یک سری از چیزها گفته شود و یک سری از آن هم بازگو نشود. من فکر می کنم یک نوع ارزش گذاری در کشور ما در فرهنگ عامه به صورت غلط مطرح است که زمانی می خواهیم اهمیت خبر را بالا ببریم می گوئیم: من فقط به تو می گویم و به کس دیگری نگفتم....

فیروزه عسگری: اتفاقا در این صورت است که این خبر به نوع بدترین انتخاب اشاعه می یابد....

آقای کلهر موردی که به نظرم می رسد باید عنوان شود در مورد دنیای الکترونیکی امروزی

ایشان در ادامه گفتگو اظهار داشتند: مثلا یکی از روابط عمومی های فعال وزارت خانه ها مربوط به وزارت نیرو می باشد که توانسته است با مردم ارتباطی نسبتا خوبی را برقرار کند اما این که فکر کنید بهترین روابط عمومی ست، قطعاً نمی تواند....

فیروزه عسگری: گاهی پشت سر وزارت نیرو هم شایعاتی در امر عدم اطلاع رسانی شفاف و دقیق وجود دارد....

آقای کلهر: قطعاً همین طور است. به نظر من یکی از مهمترین کارهایی که روابط عمومی ها جهت اجرای عدالت باید انجام دهند دادن اطلاعات ریزی است که در سازمان وجود دارد.

ایشان تاکید فرمودند: در حال حاضر ما شعار عدالت را سر می دهیم. اشکالی هم ندارد چون اول باید شعار داد و بعد عمل کرد.

سئوال: در جایی روابط عمومی مجبور است بعضی از اطلاعات یک سازمان را سانسور کند چون وظیفه ی روابط عمومی این است که طوری عمل کند که هم اسرار شرکت حفظ شود و هم سانسور صورت پذیرد تا جلوی شایعات را که در درون و برون سازمان شکل گرفته است را خنثی کند. به

ست. پیامک هایی که جدیداً نقش حرف های در گوشی را در بین قشر مخصوصاً جوان باز کرده است جنابعالی نقش شایعه پراکنی را در این علم نوین چگونه ارزیابی می کنید؟

فیروزه عسگری: این پیامک ها در واقع نقش شایعه ی مدرن را به عهده دارند....

آقای کلهر: نه. این فراتر از شایعه است. گاهی شایعه با آن ترکیب می شود یعنی هنرمندانی هستند که شایعات خود را برای انتقال اهدافشان روی طنز با مهارت سوار می کنند. در واقع برای اطلاع رسانی پیام خود از ابزار هنر بهره می گیرند. عبید زاکانی دو کار انجام می داد یکی اطلاع رسانی از وضع موجود می داد و یکی برای انتقال پیام خود از طنز (ابزار هنر) استفاده می کرد. دقیقاً روابط عمومی ها باید بر اساس آکادمیک ضرورت تک تک این ابزارها را شناسایی نمایند. من معتقدم جامعه به خنده نیاز دارد. به طنز نیاز دارد، به طنز خلاصه نیاز دارد و جامعه ای پیشرفته است که قطعاً با یک کد معنی را منتقل کند. بهترین سخن، سخنی است که کوتاه باشد و دلالتش خیلی وسیع باشد. این جوک ها خود انتقال پیام به صورت کوتاه و طنزگونه است و نباید فکر کنیم که باید جلوی آن ها گرفته شود و آن طور هم نباید باشد که تمام خبرها را باید از این طریق شنید که بسیار خطرناک است و هر کدام باید سر جای خودشان باشند. آن بزرگراهی که در ابتدا گفتم یادتان باشد، اطلاعات باید از بزرگراه حرکت کند راه های فرعی نیز جای خودشان را دارند که اگر هر کدام جا به جا شوند به بیماری شایعه دامن می زنند و جامعه را بیمار می کنند.

در ادامه ایشان خاطر نشان کردند: فرهنگ شناسی یکی از پایه های ورود به شایعه شناسی است. حتی در جامعه ایران نیز عبور شایعه و سرعت نفوذ در افراد در شهرهای گوناگون متفاوت است و بستگی به خرده فرهنگ ها و پاره فرهنگ ها نیز دارد. مثلاً همین وبلاگ نویسی و وبلاگ خوانی که بسیار امروزه مد شده است. نباید جلوی آن را مسدود کرد، چه اشکالی دارد؟!.

ایشان در ادامه تاکید نمودند: چون نشریه شما یک نشریه ی آکادمیک است و سعی می کند از حرف های متعارف و کلیشه ای بگذرد و همه چیز را بصورت شفاف به دیگران ارائه دهد نمی خواهیم

همه ی موارد را سر همین میز تمام کنیم، اما می توانید مباحثی را با کسانی مانند دکتر یحییوی، دکتر عالمی که بازنشسته شده اند ولی در عرصه جهانی شناخت دارند را باز کنید. ما اعتقاد داریم عصر مهدویت شروع شده است و طبق باورهای خود جهانی شدن را قبول داریم اما در بی جهانی کردن بر نمی اییم. در واقع جهانی شدن را به عنوان پروسه می پذیریم ولی به عنوان پروژه قبول نداریم چون آمریکایی ها جهانی شدن را آمریکایی شدن می خواهند و ما قبول نمی کنیم.

در ادامه ایشان یادی از شهید مطهری نموده و فرمودند: آقای مطهری در آخرین مکتوبات قبل از شهادت خود در تفسیر آن آیه که ما شما را مرد و زن آفریدیم از قبایل مختلف "لتعارفوا" (تا همدیگر را بشناسند)، یاد می کنند در واقع اشاره دارند که جهان به سمت تک فرهنگی می رود. به سمت نزدیک شدن به فرهنگ ها پیش می رود نه به سوی افتراق فرهنگ ها... یعنی به سوی همگرایی فرهنگی پیش می رود. (کتاب جامعه و تاریخ استاد مطهری) که با شهادت فرصت ادامه این کتاب از ایشان سلب شد.

فیروزه عسگری: آقای کلهر با توجه به ضیق وقت به عنوان آخرین مورد بخثمان در این نشست دوستانه عرض کنم با توجه به موضوع گفتگو (شایعه)، اگر امکان دارد در مورد مصاحبه ای که مدتی قبل اگر خاطرتان باشد با آقای رئیس جمهور داشتید که از اخبار یکی از کانال های تلویزیون هم پخش شد و مربوط به یک موضوع اقتصادی بود صحبت بفرمایید. البته من خودم به شخصه به عنوان یک کارشناس روابط عمومی که در جامعه حضور و با مردم هم سر و کار دارم و بازتاب و عکس العمل مردم را از این مصاحبه می دیدم، بیان می کنم که جنابعالی به عنوان مشاور رسانه ای آقای احمدی نژاد برای جلوگیری از شایعه به دلیل اینکه همراه مدافع دولت محسوب می شوید، بهتر نبود اجرا را به یکی از خبرنگاران واحد خبر می سپردید یا از یک خبرنگار آزاد استفاده می کردید؟

آقای کلهر با شوخی گفتند: یعنی آقای حیدری می آمدند بهتر از من بود...

چون نشریه شما یک نشریه ی آکادمیک است و سعی می کند از حرف های متعارف و کلیشه ای بگذرد و همه چیز را بصورت شفاف به دیگران ارائه دهد نمی خواهیم همه ی موارد را سر همین میز تمام کنیم، اما می توانید مباحثی را با کسانی مانند دکتر یحییوی، دکتر عالمی که بازنشسته شده اند ولی در عرصه جهانی شناخت دارند را باز کنید

شماره ۲۱
تابستان ۱۳۸۷
شماره ۲۱
تابستان ۱۳۸۷

فیروزه عسگری: نه، نه، به هیچ وجه بحث بهتر یا بدتری نیست. این مساله در جامعه شایعه را دامن می زد. حتی در بسیاری از محافل پچ پچ می شد که چون شما به عنوان حامی دولت شناسایی می شوید نباید روبروی ایشان قرار می گرفتید!..

آقای کلهر: ببینید، رئیس جمهور قرار بود برنامه های تحولات اقتصادی را اعلان کنند و تا نیم ساعت قبل از پخش برنامه اصلا قرار بود که خود ایشان به تنهایی برنامه را اجرا و برای مردم صحبت نمایند و بیشتر از یک صدلی هم برای آن فضا جلوی دوربین قرار نداشت. چون برنامه یک طرفه و صرفا اعلام خبر بود.

فیروزه عسگری: البته بنده در جریان کامل هستم که شما خود سابقه طولانی در صدا و سیما دارید و قطعا در این کار خبره هستید؟... (حرف مرا قطع می کنند)

آقای کلهر: بگذارید توضیح بدهم... آقای رئیس جمهور خودشان از بنده درخواست کردند که چون در تحولات مسائل اقتصادی ۷ محور مد نظر بود و هیچ کدام از کارشناسان اجرایی صدا و سیما بهتر و دقیق تر از بنده اطلاع کامل از آن نداشتند، مایل بودند که هر جا بیشتر از حد معمول توضیح می دهند من به موقع حرف ایشان را قطع کنم و به سراغ محور بعدی برویم آن هم به دلیل ضیق وقت که در یک زمان مشخص شده ای باید در مورد تمام محورها صحبت می شد که خوشبختانه در آن زمان تعیین شده تمام مسائل بازگو شد و حتی وقت اضافه هم آوردیم.

پس در ادامه آقای کلهر گفتند: البته چون مردم چهره ی مرا بیشتر با مناظره می شناسند فکر می کردند که این مناظره است در صورتی که اسم آن مناظره نبود و همه این گونه متصور بودند که من قصد کل کل با رئیس جمهور را دارم و حتما باید مناظره ای صورت پذیرد در صورتی که در تمام تلویزیون های دنیا مرسوم است که شخص خودی که بسیار به یک مقام بالا نزدیک است برنامه اجرا می کند تا اطلاعاتی را که باید برای مردم بازگو شود بدون هیچ کم و کاستی در چارچوب منظمی منتقل کنند.

و ادامه دادند: هدف از دو نفره شدن بحث این

بود که چون بحث اطلاع رسانی اقتصادی بود، می خواستیم فضا خیلی خشک نباشد و جلوی دوربین حس ارتباط زنده باشد. و حتما شما هم دیدید که توانستم چند شوخی با آقای دکتر احمدی نژاد هم داشته باشم و آن مسائلی که باید مطرح شود توسط ایشان پاسخ داده شد. که البته همان طور که اشاره کردم در تمام دنیا مرسوم است و اصلا مورد جدیدی نیست که این شیوه را من بخواهم در ایران مرسوم کنم چون همه انتظار یک بحث چالشی را دارند که معمولا هم برطرفدار می شود مثل برنامه های طنز که این گونه از طرف مخاطب پذیرفتنی می شود و در مورد این بحث هم تصور خیلی ها این بود که حتما کلهر می آید و رئیس جمهور را با طرح سوال و جواب به چالش می کشاند.

ایشان در ادامه تاکید کردند: من خوشحالم که دو هفته بعد از این، برنامه ای مجددا توسط آقایان حیدری و عمادی اجرا شد اما بازخوردهایی که از طرف مردم صورت گرفت نشان می داد اصلا از این برنامه ها راضی نبودند چون زمانی که بحث اطلاع رسانی است و برنامه چالشی نیست اگر مجری نتواند برنامه را به دست گیرد، جذابیت خود را هم از دست می دهد. مثلا می خواهیم در مورد چگونگی توزیع یارانه طی مراحل دو ساله ی کارشناسی صورت گرفته، اطلاع رسانی کنیم خوب مسلم است که شخصی باید روبروی رئیس جمهور بنشیند که اطلاعات کافی در این زمینه برای شروع، ادامه و خاتمه ی بحث را داشته باشد.

فیروزه عسگری: ببخشید جناب کلهر که میان صحبت شما می آیم. یک شایعه ای که در مورد این برنامه تلویزیونی از سوی مردم اشاعه یافت، این مساله بود که چون شما به عنوان مشاور رسانه ای رئیس جمهور در واقع حامی، همراه و هم سو با اهداف دولت هستید در اذهان تداعی می کرد که به عنوان یک فرد بی طرف نمی توانید مسائل را شفاف اطلاع رسانی نمایید؟

آقای کلهر: خوب به خاطر همین اول بحث گفتم گروهی می پنداشتند که این مناظره است ولی در واقع به اصطلاح اگر مدیا را تشخیص می دادند مدیوم را هم قطعا بیشتر تشخیص می دادند. در واقع مدیوم ما بحث مناظره ای نبود، مدیوم تعریف یک برنامه ی اقتصادی از طرف رئیس جمهور بود

مردم چهره ی مرا بیشتر با مناظره می شناسند فکر می کردند که این مناظره است در صورتی که اسم آن مناظره نبود و همه این گونه متصور بودند که من قصد کل کل با رئیس جمهور را دارم و حتما باید مناظره ای صورت پذیرد

مناظره ی خصوصی آقایان فیروزه عسگری و آقای کلهر
شماره ۱۴
مهر و بهار ۸۷
روابط عمومی

که می توانست اجرای آن مستقل صورت بگیرد یعنی حتی بدون کلهر هم می توانست برنامه پیش برود اما در مورد آمدن کلهر و شبیه به آن قبلا هم اتفاق افتاده بود و این اولین بار نبود.

فیروزه عسگری: آقای کلهر به اعتقاد من با توجه به سابقه ی طولانی شما در حوزه ی علوم ارتباطات بهتر نبود از شم روابط عمومی هم بهره برده و طوری عدم مناظره را مطرح می کردید که حداقل از بروز شایعات احتمالی جلوگیری شود؟

آقای کلهر: شاید من هم مقصر بودم و باید از ابتدای برنامه اعلان می کردم که مرا به صورت یک مجری ببینید. بله، یک مقدار از اول برنامه، اذهان را منحرف کرد من تقصیر خود را می پذیرم.

فیروزه عسگری: آقای کلهر ما نمی خواهیم الان به دنبال مقصر باشیم. به هیچ وجه. فقط می خواهیم شما بدانید که باز تاب این موضوع در جامعه چگونه بود...

آقای کلهر: اگر دفعه ی بعد این اتفاق افتاد و من خواستم برنامه ایی این چنینی اجرا کنم از همان ابتدا اعلام می دارم که قصد چالش ندارم و فقط به عنوان یک مجری پشت یک دوربین زنده و با احساس قرار گرفته ام. می دانید دوربین یک موجود زنده و با احساس تلقی می شود. یادم می آید برنامه ای را می دیدم از شخصی که در حال حاضر استاد دانشگاه است و قبلا هم وزیر امور خارجه آمریکا بود. ایشان هم در برنامه های تلویزیونی صرفا مصاحبه کننده بود و بحث را چالشی نمی کرد.

فیروزه عسگری: آقای کلهر از زمانی که در اختیار ما گذاشتید و ظاهرا رو به پایان است (رئیس دفترشان چندین مرتبه داخل دفتر شدند و گوشزد کردند که وقت تمام شده است) از لطف و محبت شما با توجه به اینکه حال جسمانی شما زیاد هم مساعد نبود تشکر می کنم و از این که با روی گشاده و مهربان با ما برخورد کردید، سپاسگذارم. البته ناگفته نماند بنده به عنوان کارشناس روابط عمومی و همچنین خبرنگار ماهنامه چون از هر دو حرفه مدد می گیریم، روحیه ای چه بسا متفاوت تری هم دارم. نه زیاد مانند عده ای از خبرنگاران

برخاشگر و نه مانند عده ای از روابط عمومی ها با مسالمت رفتار می کنم در واقع ما بین این دو قرار گرفته ام. حالا نمی دانم حسن محسوب می شود یا خیر؟

آقای کلهر: البته تندی از نظر شم کاری خبرنگاری زیاد هم عجیب نیست و اصلا باید این گونه باشد ولی متأسفانه در ایران قابل قبول نیست. به اعتقادم خبرنگار باید فضا را بشناسد و با آن فضا خود را هماهنگ کند. خیلی بداست که خبرنگار صحنه ی مثلا جنگ ویتنام را با مصاحبه با دفتر رئیس جمهور را از هم تشخیص ندهد و تفاوت قائل نشود و در دو فضا به یک صورت رفتار کند که اگر این اتفاق افتاد مشخص است که آن خبرنگار اصلا در کارش وارد نیست.

فیروزه عسگری: و در پایان جناب آقای کلهر خیلی مایل هستیم که نظراتان را در مورد نشریه ی علمی تخصصی روابط عمومی و موضوعی که در حال حاضر با هم بحث کردیم بدانم؟

آقای کلهر: نشریه ی شما به نظرم باید در مورد شایعه و کلا تمام موضوع ها اگر تخصصی تر وارد شود موفق تر هم هست. مثلا همین موضوع شایعه را شما باید حداقل ۱۰ شماره یا حداکثر ۲۰ شماره برایش جا باز کنید. با افراد متفاوت و صاحب نظر صحبت کنید. حوصله به خرج داده و مطالب و اطلاعات را بیرون بیاورید. اصلا تحقیق کنید که بروز شایعه در یک جامعه خوب است یا بد؟ و یا چرا باید رسانه ای مثل شایعه را از دست بدهیم؟ چون گاهی برای انتقال اطلاعات خوب و مفید هم هست و اصلا نادرست نیست ولی در جای خودش، البته می توانیم حکایت ها را آن چنان که هستند مطرح کنیم. شایعه گاهی اوقات در حالت طنز بروز می دهد، چرا باید طنز و خنده را از جامعه بگیریم؟ چرا باید شادی را از جامعه جدا کنیم؟ البته عده ای می خواهند جلوی این کار را بگیرند و کار بسیار بدی هم کردند. این طنزهای امروزی که میان مردم شایعه می شود باعث خلاقیت اذهان می شود و نباید نادیده گرفته شود و نباید آن را از بدنه جامعه جدا کرد.

فیروزه عسگری: در پایان باز هم از لطف جنابعالی و همچنین از مسئولین دفاتر شما کمال قدردانی دارم.

در واقع به اصطلاح اگر مدیا را تشخیص می دادند مدیوم را هم قطعاً بیشتر تشخیص می دادند. در واقع مدیوم ما بحث مناظره ای نبود، مدیوم تعریف یک برنامه ی اقتصادی از طرف رئیس جمهور بود.