



گزارش هفتمین سمپوزیوم روابط عمومی سمپوزیوم سرآمد!

مسعود صادقی

مدیر روابط عمومی و بازاریابی گروه هنری نقشستان
masoud@minister.com

خارجی مطلب تازه‌ای نداشتند و صرفاً برای توجیه عنوان بین‌المللی مراسم دعوت شده بودند.

پخش ویدئوی پیام خانم «جوانا مکدوول»، رییس ۲۰۱۲ انجمن بین‌المللی روابط عمومی (IPRA) با اینکه در برنامه‌ی اعلام شده‌ی سمپوزیوم آمده بود، بدون توضیحی حذف شد. علت آن را جویا شدم، گفتند: «خانم مکدوول حجاب اسلامی نداشت.» اما این موضوع که از ابتدا روشن بود، آیا دوستان انتظار داشتند خانم مکدوول با حجاب اسلامی جلوی دوربین بیاید که حالا غافلگیر شده‌اند؟! یا دلیل غافلگیری این بود که برگزارکنندگان این فیلم را پیش از مراسم مشاهده نکرده بودند؟! نکته دیگر اینکه وقتی پخش فیلم منتهی شد، انتظار می‌رفت که دست‌کم یک نفر می‌آمد و متن مکتوب پیام خانم مکدوول که در ویژه‌نامه سمپوزیوم هم چاپ شده بود، را برای حاضران از رو می‌خواند و اصلاً چه اشکالی داشت از ابتدا در برنامه هم همین قرائت پیام می‌آمد؟! به هر رو من بخش اصلی پیام خانم مکدوول را در این گزارش آورده‌ام.

از سایت اینترنتی سمپوزیوم (www.symposium.ir) هم بگویم که فاقد بسیاری از مطالب الزامی است، مطالبی مانند گزارش خلاصه و منسجم از سمپوزیوم یا معرفی سخنرانان و مطالبی دیگر از این دست که مخاطب را در جریان فضای مراسم قرار دهد. برخی از منوهای اصلی سایت هیچگونه محتوایی برای کاربران ندارند و ترکیب مطالب سایت هم چندان منسجم به نظر نمی‌رسد.

در حاشیه مراسم وقتی با حاضران گفتگو می‌کردم، همگی گلایه داشتند که با توجه به موضوع علمی مراسم وقت اصلی مراسم باید به سخنرانی‌های علمی اختصاص یابد حال آنکه سخنرانی مقامات سیاسی و اعطای جوایز باعث محدود شدن و

هفتمین سمپوزیوم بین‌المللی روابط عمومی، ۱۸ و ۱۹ دی‌ماه امسال با شعار «روابط عمومی سرآمد و سرآمدی در روابط عمومی» در سالن همایش‌های برج میلاد برگزار شد.

در شماره پیش، در مقدمه‌ای که بر گزارش هفتمین کنفرانس روابط عمومی نوشته‌ام به سه آسیب اشاره کردم که گریبان اینگونه مراسم‌ها را گرفته‌است، باید بگویم نه تنها این مراسم از این آسیب‌ها در امان نبود که در پاره‌ای موارد از عرف رایج هم پیشی گرفته بود. حضور وزیر ارتباطات و دو نماینده مجلس و سخنان نه چندان مرتبط آنها با محتوای علمی مراسم، زمان قابل توجهی از مراسم را به خود اختصاص داد. جالب آنکه گاهی حضور این افراد خارج از ترتیب برنامه صورت می‌گرفت و تا اندازه‌ای بر محتوای اصلی مراسم برتری می‌یافت، تاجایی که پیوسته برنامه مراسم تغییر می‌کرد و جا به جا می‌شد، از سوی دیگر وقت سخنرانان اصلی محدودتر می‌شد، به عنوان نمونه زمان سخنرانی دکتر باقر ساروخانی، حمید شکر خانقاه و دکتر احمدیحیایی تقریباً نصف شد، از همین رو نتوانستند مطالب خود را کامل ارایه کنند. محمدرضا باهنر، نماینده مجلس که اصلاً در برنامه سخنرانی سمپوزیوم نبود، وقت سخنرانی دکتر سیدمحمد اعرابی را گرفت و دکتر اعرابی از ارایه سخنرانی به کلی انصراف داد و مراسم را ترک کرد. رویه هم رفته بی‌نظمی در برنامه سمپوزیوم بیداد می‌کرد.

نمک اعطای جوایز هم که در چند نوبت آش این بخش را حسابی شور کرد، چندان که دو تن از حاضران از جمله استاد هوشنگ عباس‌زاده از اعضای هیات داوران جشنواره و عضو شورای سیاست‌گذاری سمپوزیوم و مهندس هوشنگ چمنی مدیر پیشین روابط عمومی صنایع شیر ایران زبان به شکوه گشودند. در این سمپوزیوم هم مثل کنفرانس روابط عمومی میهمانان



آنها دارو تجویز کند. آیا این منطقی است که در پاسخ یک پزشک بگوییم شما فقط اشکالات بدن من را می بینید، یک کمی هم از اعضایی که سالم هستند و درست کار می کنند بگو! حال آنکه همه‌ی ما قبول داریم که هر جای بدن که سالم است و درست کار می کند تازه وظیفه‌ی خود را انجام داده است این هم که دیگر گفتن ندارد.

امیدوارم آقای هوشمند سفیدی و دوست عزیزم آقای حاج حسین علی به مصداق حدیث امام صادق (ع) و به اقتضای حرفه‌ی روابط عمومی انتقادهای من را ابراز دوستی به شمار آورند و پایه‌گذار اصلاح و ارتقای کیفی دوره‌ی آینده‌ی سمپوزیوم شود.

این اصل را هم باور دارم که در مسلک انتقادگری و اصلاح‌گری می‌بایست یک سوزن به خودت بزنی یک جوال دوز به دیگران، نباید کور خود بود و بینای دیگران. از همین رو بر آن شدم، بدانم چرا ساختار سایت انجمن روابط عمومی مبتنی بر تکنولوژی وب ۲ نیست تا ارتباط دوسویه برقرار کند، اینکه کاربران بتوانند زیر مطالب یادداشت بگذارند و به یادداشت‌های دیگران رای بدهند و امکاناتی از این دست اکنون در میان خیلی از سایت‌های داخلی هم رایج است، اما سایت انجمن به همان شیوه قدیمی کار می‌کند.

چندانکه در گزارش همایش روابط عمومی الکترونیک امسال (مندرج در شماره ۷۷ ماهنامه) آوردم، شناخت و درک اهمیت و ظرفیت‌های شبکه‌های اجتماعی بحث برجسته‌ی این دوره از همایش بود. آبان‌ماه امسال هم دکتر حمید ضیایی پرور در گردهمایی انجمن در این باره سخنرانی کرد، در کنفرانس روابط عمومی امسال هم دکتر علی اکبر جلالی روی آن تاکید کرد، با این اوصاف پرسش من اینست: «کدامیک از اعضای اصلی هیات مدیره انجمن عضو شبکه‌های اجتماعی هستند و در این فضا با مخاطبان ارتباط دارند؟!» من فقط دو تن را یافته‌م.

به حاشیه رفتن بخش علمی شده است. از این فراتر اینکه پتل تخصصی جای استادان و صاحب نظران برجسته است، حضور افراد بدون تخصص و البته بدون تجربه حرفه‌ای در این جایگاه اعتبار علمی این جایگاه و حریم اخلاق را مخدوش می‌کند. این موارد را به آقای تهرانی از مسؤولان برگزار می‌کنم، او هم گفت اشکالی ندارد انعکاس بده. وقت ناهار با یک روحانی حاضر در مراسم صحبت می‌کردم او هم ضمن تایید انتقادهای من گفت آیا از انعکاس اینها امیدی به بهبود و اصلاح داری؟ پاسخ دادم من رسالت حرفه‌ای و شرعی خود را انجام می‌دهم.

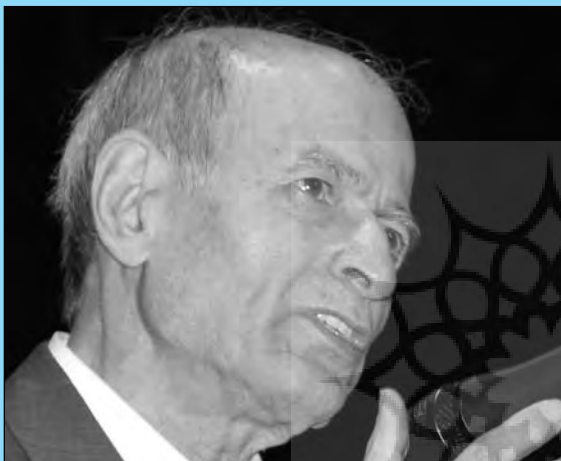
این فصل از نوشتارم را با حدیثی از امام جعفر صادق (ع) می‌آرایم که فرمود: «بهترین دوست من کسی است که عیب من را به من هدیه کند.» در این تفکر منتقد یک دوست است که بدون چشم‌داشتی، زحمت بازرسی و بازبینی عملکرد من را متحمل می‌شود. در نقطه مقابل این تفکر برخی افراد هنگامیکه انتقادی می‌شنوند، به جای اینکه به مصداق گفتار شیوای امام صادق (ع) این بازگو کردن عیب و انتقاد را به فال نیک بگیرند و آن را به سان لطف قلمداد کنند، به جای پاسخگویی و اراده بر اصلاح، تلاش می‌کنند با متهم کردن منتقد به بدبینی و سیاه‌نمایی او را تخریب کنند، که این البته با ذات حرفه‌ی روابط عمومی و شرع مقدس ما منافات دارد. «آینه چون نقش تو بنمود راست / خود شکن آئینه شکستن خطاست.»

این دسته از افراد در بهترین حالت در پاسخ به انتقادهای یک جمله معروف دارند: «شما فقط روی عیب‌ها و کاستی‌ها متمرکز شدی، یک مقدار هم خوبی‌ها را ببین و بگو!» در پاسخ به این مغالطه‌ی ظریف مثال پرفسور فرامرز رفیع‌پور استاد برجسته جامعه‌شناسی در مقدمه کتاب «توسعه و تضاد» را باید گفت که یک جامعه‌شناس برای جامعه مثل یک پزشک است که وظیفه‌اش کشف و درمان بیماری است، وقتی بیماری به پزشک مراجعه می‌کند، انتظار دارد پزشک عیوب را کشف کند و برای

آیین آغازین

روابطعمومی‌ها به هیات ریسه مجلس در آذرماه ۹۰ خبر داد و در این باره گفت: قرار است تا میز مطالعاتی مشترک در حوزه روابطعمومی درمجلس شکل گیرد. در صورت به نتیجه رسیدن مطالعات اولیه شاهد تصویب اولین قانون در حوزه روابطعمومی‌ها در کشور خواهیم بود.

تولید فرهنگ مشارکت وظیفه روابطعمومی‌ها



دکتر باقر ساروخانی، جامعه‌شناس و دبیر کمیته علمی سمپوزیوم، دیگر سخنران آیین آغازین بود. وی سرآمدی را مبحث گسترده‌ای در جامعه‌شناسی عنوان کرد و گفت: بر پایه این مبحث، انسان‌ها همواره در پی کسب مازاد سودند، پدیده تاریخی روابطعمومی به دنبال ایجاد مازاد سود است و مدیرانی موفق‌اند که که از این مازاد سود بهره ببرند.

دکتر ساروخانی، انتظام، سازمانی بودن و وسعت را سه عنصر اساسی برای موفقیت روابطعمومی برشمرد و گفت: روابطعمومی در همه حرکت‌هایش با علم و دانش در می‌آمیزد و خود را با آن تنظیم می‌کند و به باور ما روابطعمومی جز سرآمدان فرهنگی است چرا که کالایی ارزشمند به نام اطلاعات را در دست دارد و با انتقال آن، راه جامعه را روشن می‌سازد و ایجاد آگاهی می‌کند.

وی تولید هم‌دلی و فرهنگ مشارکت در درون و بیرون از سازمان را از جمله وظایف روابطعمومی سرآمد برشمرد و یادآور شد که این دو عنصر به نیروزایی (سینرژی) خواهد انجامید و به واقع نیرویی عظیم از درون خود به وجود خواهد آورد. عضو هیات علمی دانشکده علوم اجتماعی دانشگاه تهران،

لزوم توجه به زیرساخت‌ها

هوشمند سفیدی، دبیر سمپوزیوم، در آیین آغازین این دوره از سمپوزیوم با اشاره به شعار این دوره (روابطعمومی سرآمد و سرآمدی روابطعمومی)، انتخاب این عنوان را حاصل ۱۱ نشست شورای سیاست‌گذاری عنوان کرد و گفت: در این مدل جدید افزون بر ارتباط دوسویه‌ی هم‌سنگ به زیرساخت‌ها نیز توجه شده است چرا که یک روابطعمومی سرآمد باید دارای زیرساخت‌های قوی، منابع انسانی کارآمد، منابع لجستیک، ساختار و سازماندهی مناسب باشد.

وی افزود: متأسفانه بسیاری از روابطعمومی‌ها گرایش به مجری‌گری ارتباطات دارند در حالی که برای رسیدن به اهداف متعالی باید به زیر ساخت‌ها، محتوا، مسیرها همچنین روش‌ها و ابزارها توجه بیشتری داشته باشیم. به عبارتی روابطعمومی سرآمد باید برای تمامی ذی‌نفعان برنامه داشته باشد و این برنامه‌ها در راهبردهای آن تعریف شده باشد.

سفیدی گفت: کسانی که بر این باورند که ایجاد زیر ساخت در روابطعمومی هزینه‌بر است، به این نکته توجه ندارند که هزینه‌های عدم کیفیت چه‌قدر می‌شود؟ در حالی که اگر روابطعمومی را تقویت کنند دست‌آوردهای بیشتری نصیب آنها خواهد شد و روابطعمومی حداکثری است که می‌تواند رضایت حداکثری را فراهم آورد.

دبیر سمپوزیوم روابطعمومی گفت: پژوهشگران حوزه ارتباطات باید به سرآمد بودن کارکرد روابطعمومی‌ها توجه کنند و با ترکیب و استخراج محتوای ایرانی اسلامی گام موثری در پویایی روابطعمومی‌ها بردارند.

هوشمند سفیدی از ارایه بسته پیشنهادی سمپوزیوم



مناسب خود جایگاه ویژه‌ای در تاریخ ایران زمین بیابند. دکتر ساروخانی افزود: در ایران تاکنون روابط عمومی‌ها در حوزه‌های کوچکی تعریف شده است و از این پس باید در حوزه‌های مختلف تقویت شود تا سازمانی سرآمد داشته باشیم. این عضو هیات علمی دانشگاه تهران درباره ضعف عمده روابط عمومی‌ها در حوزه روابط عمومی الکترونیک گفت: سازمان‌های مختلف به بخش روابط عمومی الکترونیک به عنوان یک بخش نوگرا قوت لازم را بخشیده‌اند اما عدم بهره‌گیری از روش‌های مرتبط، یکی از ضعف‌های عمده در روابط عمومی الکترونیک است. وی افزود: استان‌های کشور نیازمند گسترش روابط عمومی الکترونیک هستند تا به سطح قابل قبولی در روابط عمومی الکترونیک دست یابند.

تاکید کرد: تعریف هزاره سوم در جهان امروز بدون روابط عمومی غیر ممکن است و به عبارتی باید گفت که روابط عمومی، نماد دقیق توسعه‌ی پایدار است و بدون داشتن آن نمی‌توان به توسعه‌ی پایدار رسید.

وی تحقیق دو رسالت تکوینی و اعتلایی را از وظایف روابط عمومی در ایران عنوان کرد و گفت: در روابط عمومی ایران باید رسالت تکوینی را به موازات رسالت اعتلایی در نظر گرفت، زیرا کشورمان تجربه تاریخی چندانی در این زمینه ندارد. بنابراین روابط عمومی در ایران ابتدا باید به دنبال رسالت تکوینی خود باشد و روابط عمومی سرآمد را تعریف کند و به تاریخ بسپارد و پس از آن به دنبال اعتلای آن باشد آن وقت است که هیچ مدیری در کشور بدون روابط عمومی هیچ تصمیمی نخواهد گرفت. از این رو، روابط عمومی‌های کنونی می‌توانند با عملکرد

بیانیه هیات داوران جشنواره برترین‌های روابط عمومی ضعف مدیریت و برنامه‌های راهبردی

در این بیانیه آمده بود: عملکرد دهه‌های اخیر روابط عمومی ایران نشان داده است که هر نوع کنشگری در این کارزار نیازمند نگاهی جامع و همراهی از سوی یکایک عناصر سازمانی به ویژه مدیران ارشد سازمان است، ولی در کنار این اصل مهم، نباید از نقش موسسه‌ها و انجمن‌های حامی روابط عمومی در ایران که با رویکردهای علمی، پژوهشی و اجرایی، زمینه انجام فعالیت‌های حرفه‌ای و تخصصی در این حوزه را برای رشد و ارتقای کیفی روابط عمومی‌ها فراهم کرده است غافل شد.

در ادامه بیانیه با آرایه آمار ۱۴۰۰ اثر رسیده به دبیرخانه جشنواره و مشارکت ۲۰۲ سازمان به شکلی اصولی مهمترین کاستی‌های آثار ارسالی را در ۱۰ بند بدین شرح اعلام شده بود: ۱- در بخش ارتباطات الکترونیک؛ روابط عمومی‌ها تلاش کرده‌اند تا به این فعالیت خود به مثابه بخشی نوگرا قدرت و قوت ببخشند، اما در این راه پاره‌ای اشکال‌ها چون عدم بهره‌گیری مناسب از تکنیک‌های مرتبط و به روزرسانی متناسب از مهمترین مسائل ارتباطات الکترونیک به شمار می‌رود. همچنین در این بخش روابط عمومی‌های فعال در استان‌ها و شهرستان‌ها نیازمند کمک و مساعدت ویژه هستند تا خود را به سطح روابط عمومی‌های برخوردار برسانند.

۲- در بخش اطلاع رسانی؛ در زمینه تولید مطالب مورد استفاده مطبوعات و سایر رسانه‌ها با توجه به دگرگونی‌های عمیقی که در این حوزه پدید آمده است، به نظر می‌رسد نیازمند



دکتر محمدرضا رسولی، دکترای علوم ارتباطات، استاد دانشگاه و دبیر هیات داوران هفتمین جشنواره برترین‌های روابط عمومی، بیانیه این هیات را بازگو کرد. این بیانیه با نام خداوند و سپاسگذاری از او بابت توفیق دادن در برگزاری هفتمین دوره از جشنواره آغاز شده بود.