

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.

ارتباطات رسانه‌ای و تعامل فعال با رسانه‌ها تاکید دارد.  
۸- در بخش مهندسی فرهنگی و فرهنگ‌سازی؛ به ویژه در پاره‌ای از روابط عمومی‌هایی که به درک درستی از این موضوع خطیر رسیده‌اند، شاهد پیشرفت هستیم. لیکن دایره محدود فعالیت تعدادی روابط عمومی مشخص در این بخش، نشان‌گر ناآشنایی تعداد بیشتری از روابط عمومی‌ها با مهارت مهندسی فرهنگی است.

۹- در بخش تکریم ارباب رجوع؛ گرچه ارزیابی‌ها وضعیت بهتری را نسبت به قبل نشان می‌دهد، اما با عنایت به آموزه‌های اسلامی ایرانی و رویکرد به مردم به عنوان ولی نعمتان و ارباب رجوع در این بخش نیازمند ایجاد جریان کیفی‌سازی هستیم.

۱۰- در بخش ویژه که به بررسی فعالیت‌های ارتباطی معطوف به سال جهاد اقتصادی بود حاکی از چیرگی عملکرد شکلی بر تاثیرگذاری محتوایی است. متأسفانه بیشتر فعالیت‌ها در این بخش به اطلاع رسانی و تبلیغات صرف تکیه دارد.

گفتنی است اعضای هیات داوران این جشنواره عبارت بودند از: دکتر مسعود امیرمظاهری، دکتر داود زارعیان، حمید شکری خانقاه، دکتر حبیب‌زاده ملکی، علی فروزفر، دکتر عطا.. ابطحی و دکتر محمدرضا رسولی

## پیام جوانا مکدوول، رییس ۲۰۱۲ انجمن بین المللی روابط عمومی

خلاصه‌ی متن پیام بدین شرح است: من بسیار خوشحالم که می‌بینم سمپوزیوم بین‌المللی روابط عمومی هر سال در تهران برگزار می‌شود و امسال نیز روی یک موضوع مهم دیگر به‌عنوان «شاخص‌های سرآمدی در روابط عمومی و روابط عمومی سرآمد» متمرکز شده است.



تلاش علمی و قدرت بیشتری هستیم. همچنین استوارسازی اطلاع رسانی برپایه نیازهای اطلاعاتی مردم و پرهیز از تکیه صرف بر انتقال اطلاعات مورد نظر سازمان ضرورتی است که باید بیشتر مورد توجه باشد.

۳- در بخش پژوهش ارتباطی؛ وضعیت نسبتاً بهتری دیده می‌شود، به گونه‌ای که پاره‌ای از روابط عمومی تلاش داشته‌اند با به کار گماردن مشاوران و کارشناسان حرفه‌ای در این بخش به موفقیت‌های درخور توجهی دست پیدا کنند، اما هنوز فعالیت‌های روابط عمومی‌ها برپایه پژوهش شکل نمی‌گیرد و پژوهش‌های ثانویه که به ارزیابی و اثربخشی فعالیت‌ها نظر دارد مورد توجه قرار نگرفته است.

به طور کلی مقایسه آثار روابط عمومی‌های این دوره با دوره‌های پیشین، حاکی از رشد کمی قابل ملاحظه‌ای است. محدود روابط عمومی‌هایی که در دوره پیش حضور داشته‌اند، باتوجه به آشنایی با روحیه رقابت در این جشنواره‌ها تلاش کرده‌اند تا آثار متفاوت‌تر و متمایزتری تولید و به جشنواره ارسال کنند.

۴- در بخش برنامه‌ریزی ارتباطی؛ هنوز در فقر علمی و ضعف بارزی به سر می‌بریم و به غیر از تعداد معدودی از روابط عمومی‌ها، اکثراً شاهد ارایه برنامه‌های عملیاتی به جای برنامه راهبردی هستیم، در حالی که تدوین برنامه راهبردی توسط روابط عمومی، امری ضروری است و باید تلاش بیشتری در این بخش انجام گیرد.

۵- مدیریت راهبردی در روابط عمومی؛ زمینه‌ی دیگری بود که در این جشنواره مورد ارزیابی قرار گرفت. در این بخش نیز ضعف‌های زیادی به چشم می‌خورد، زیرا آنچه که به این عنوان ارایه می‌شود، بیشتر مدیریت اجرایی است تا مدیریت راهبردی، این موضوع حاکی از لزوم توانمندسازی مدیران روابط عمومی و انتصاب مدیرانی با دانش کافی در این رشته و تجربه‌ی وافی برای عملکرد شایسته است.

۶- در رشته خلاقیت و نوآوری؛ اگرچه رگه‌هایی از گام‌های نوآورانه و خلاق در روابط عمومی‌ها به چشم می‌خورد ولی حجم و کیفیت آنها نمی‌تواند با تمایلات جامعه معاصر که به شدت به نوآوری تمایل دارد سازگار باشد، بنابراین تشکیل کارگروه‌های بهینه‌کاوی و خلاقیت در روابط عمومی برای عملکرد خلاقانه ضروری به نظر می‌رسد.

۷- در رشته ارتباطات رسانه‌ای؛ متأسفانه اجرا بر مدیریت غالب است. ارسال اخبار و برگزاری کنفرانس‌های خبری و پاسخ‌گویی شکلی به برخی مطالب، روش‌های غالب در این عرصه است. در حالیکه پیچیدگی ارتباطات رسانه‌ای با عنایت به تعداد رسانه‌ها و تنوع نگاه‌های آنها، به تقویت مدیریت

## توسعه فنی ارتباطات زیرمجموعه توسعه ارتباطات انسانی

رضا تقی پورانوری، وزیر ارتباطات و کارشناس ارشد مهندسی صنایع از دانشگاه علم و صنعت، آخرین سخنران آیین آغازین بود. او با بیان تاریخچه ارتباطات در جهان و ایران بر اهمیت تاثیر توسعه ارتباطات و وسایل ارتباطی بر روابط عمومی تاکید کرد.

وی توسعه فنی ارتباطات را زیرمجموعه توسعه ارتباطات انسانی دانست و گفت: انسان موجودی اجتماعی است و پیشرفت هر علمی به توسعه اجتماعی نیاز دارد بنابراین، باید ابتدا زمینه‌های اجتماعی پیشرفت فنی را فراهم کرد.

تقی پورگفت: زمینه‌های بهره‌گیری از فن آوری نوین در کشورمان وجود دارد و در مدیریت فناوری اطلاعات محدودیتی در زمینه اجتماعی نداریم.

وزیر ارتباطات گفت: مدیریت ارتباطات اجتماعی و روابط عمومی با ساختارهای گذشته ممکن نیست و سازمان‌هایی موفق هستند که بتوانند از خدمات فناوری‌های جدید نظیر ICT استفاده کنند.

وی افزود: به کمک فناوری اطلاعات و ارتباطات می‌توان ارتباط دو طرفه میان جامعه و بنگاه‌ها را در حوزه محتوا فراهم و زمینه دستیابی به اهداف مد نظر را ایجاد کرد.

اعتقاد راسخ دارم پیشرفت‌های قابل توجهی در بعد تئوری و ابعاد علمی روابط عمومی در طی دهه‌های گذشته رخ داده است. با عنایت به این موضوع انجمن بین‌المللی روابط عمومی (IPRA) اعتقاد دارد، نقش روابط عمومی پس از بلوغ تکنیکی به فرآیند مدیریت استراتژیک تبدیل شده است و بسیاری از پژوهشگران مشهور و به ویژه جیمز گرونینگ با مطرح کردن «تئوری برتری» این موضوع مهم را مورد توجه قرار داده‌اند. ما بر این باوریم که این تغییرات می‌تواند ساختارها و زیرساخت‌های روابط عمومی را مستحکم و نیرومند کند و همچنان نتایج سودمندی را برای تمام ذی‌نفعان خود رقم بزند.

«روابط عمومی سرآمد» عالی‌ترین، کامل‌ترین و پیشرفته‌ترین مدل روابط عمومی است که اینک در قالب یک گردهمایی علمی در تهران مورد بحث و تاکید قرار می‌گیرد. من اطمینان دارم با تلاش شما، نتایج سمپوزیوم به همی استادان و دست‌اندرکاران روابط عمومی در سراسر دنیا کمک خواهد کرد و روابط عمومی را به سوی بلوغ بیشتر هدایت خواهد کرد. همچنین امیدوارم نتایج سمپوزیوم در قالب یک بیانیه در دسترس جامعه بین‌المللی روابط عمومی قرار بگیرد. انجمن بین‌المللی روابط عمومی (IPRA) هم حمایت‌های لازم را برای کامل کردن این بیانیه انجام داده و سپس آن را در اختیار همه‌ی علاقه‌مندان در حوزه روابط عمومی قرار خواهد داد.

## نظریه عمومی سیستم‌ها در روابط عمومی سرآمد

دکتر حسن زورق، استاد دانشگاه و نویسنده حوزه ارتباطات نخستین سخنران روز نخست سمپوزیم بود. او درباره کاربرد نظریه سیستم‌ها و انسان‌ها در روابط عمومی سرآمد سخن گفت. سخنان او بیشتر روی ۲ جنبه متمرکز بود: یکی جایگاه روابط عمومی‌ها از دیدگاه نظریه سیستم‌ها و جهت‌گیری که روابط عمومی برای ارتقا و تکامل می‌توانند داشته باشند.

وی گفت: انسان امروز این درس را آموخته که نباید هیچ چیز را مجزا و جدا نسبت به سایر چیزهایی که در پیرامون او قرار گرفته، در نظر بگیرد. جهان سیستم، سیستم و سیستم است که از هر دو سو به بی‌نهایت می‌رسد هر سیستمی از زیر سیستم‌هایی تشکیل شده است و خودش هم زیر سیستمی برای سیستمی است. مثلاً بدن ما زیر سیستم‌هایی دارد مثل دستگاه گوارش دستگاه اعصاب دستگاه گردش خون و خود انسان زیر سیستمی از خانواده، حزبی که به آن علاقه دارد، جامعه‌ای که

