

نقش روابط عمومی در توسعه اقتصادی و اجتماعی

دکتر هادی خانیکی



همیشه فرهنگ گذشته قابلیت ارایه به زبان روز را دارد، فرهنگ یک فرهنگ کتابخانه ای و موزه ای نیست، اگر معاصر فرهنگی و مفاخر فرهنگی دارد، تنها برای این نیست که در تاریخ به آن ها بالیده شود، بلکه همه آن ها به زبان روز قابلیت ارایه دارند، در نظام و دیدگاه شاهنشاهی همیشه به داریوش و کورش افتخار می شد که در تاریخ بودند، اما دیدگاه توسعه ای همیشه، به مفاخر و معاصر و فرهنگی می اندیشد که قابلیت ارایه و حیات و پویایی و پایداری را دارد. این ها برجسته ترین شاخص هایی است که در توسعه فرهنگی می توان مطرح کرد، و علی القاعده به اینجا خواهیم رسید که این ها را محورهای برنامه ریزی قلمداد کرد.

از نظر توسعه پنج محور هستند:

۱- تحرک سیاسی:

جامعه توسعه یافته جامعه ای است که در آن تحرک سیاسی وجود دارد، در این جامعه اندیشه، بحث، گفت و گو و انتظارات و توقعات مختلف مطرح است، و این اولین اصل توسعه سیاسی است.

جامعه توسعه یافته سیاسی، جامعه پرسوالی است، جامعه ای است که به دنبال اقتناع، طرح مباحث نو است. ۲- پرورش سیاسی:

در جامعه توسعه یافته سیاسی، اطلاع رسانی به خوبی انجام می گیرد، ارزش های سیاسی به خوبی مطرح و القاء می شود. افق های فکری مطرح می شود و فرهنگ گفت و گو و مباحثه به خوبی در آن شکل می گیرد.

۳- مشارکت سیاسی: در یک جامعه توسعه یافته سیاسی ایجاد حضور جامعه چه در بحث و چه به صورت شکلی و چه عرضی زیاد است. همه قشرهای مختلف در یک جامعه توسعه یافته سیاسی حضور دارند، و تنها نخبگان و گروه های برگزیده در این مساله مشارکت ندارند، بلکه افراد مختلف زنان، جوانان، روستاییان، اقشار محروم و اقشاری که معمولاً مورد ظلم مضاعفی در طول تاریخ قرار گرفته اند و خیلی سهمی نداشتند، در یک جامعه توسعه یافته سیاسی علی القاعده می باید، مشارکت داشته باشند.

۴- رقابت گسترده تر: مشارکتی پایدار و موثر است که مبتنی بر رقابت باشد، اگر رقابت وجود نداشته باشد،

مشارکت تنها یک حالت سازماندهی شده و برنامه ریزی شده از بالا دارد اما مشارکت باید همراه با رقابت باشد. یعنی بتواند برنامه، ایده ها و راهبردهای مختلف در مقابل هم مطرح شود. و براساس این ها رقابت به وجود آید. ۵- مشروعیت سیاسی:

یک جامعه توسعه یافته سیاسی، جامعه ای قانون گر است که همبستگی و وفاق در آن بالاست و نظام سیاسی از بالاترین سطوح مقبولیت برخوردار است. بین دولت و ملت یعنی نظام و جامعه بیشترین قرابت ها و نزدیکی ها وجود دارد. یعنی شکاف بین دولت و ملت وجود ندارد و معمولاً در دولت هایی که مشروعیت کمتری داشته اند، و یا نداشته اند همیشه دیدگاه دولت در مقابل مردم و دیدگاه مردم در مقابل دولت بوده است. اما هر چه مشروعیت یک نظام سیاسی بالاتر می رود، آن جامعه، جامعه توسعه یافته تری می شود. به طور مثال هفتمین دوره انتخاب ریاست جمهوری بالاترین دستاورد آن در تثبیت نظام سیاسی ایران بود.

توسعه اقتصادی

در توسعه اقتصادی عمده ترین شاخصها عبارتند از:

۱- نوآوری: در نظام اقتصادی اساساً

پدیده های نو در صنعتی، کشاورزی و امثال این ها به وجود آمده و همیشه به دنبال راه کارهای نو است.

۲- توزیع پاداش بر اساس نقش های بدست آمده :

به این معنا که امتیازات یا انتصاب ها باعث مشروعیت و یا ایجاد امکانات از نظر اقتصادی نمی شود ، یعنی فرد، فرزند کار رنج خود می باشد. اگر خوب کار کند می تواند متوقع باشد که خوب کار کردن او منتج به بهبود وضع او هم می شود، نه این که تنها از امتیازات و از طریق باندهایی

که در دستگاه های دولتی است، وضع او بهبود یابد. به عبارت دیگر همان فرض که امروز وجود دارد : « ضابطه جای رابطه را می گیرد. » زیرا در جامعه توسعه یافته ارزش های مکتسب جای ارزش های منتصب را میگیرد. ارزش هایی که فرد کسب می کند، جای ارزش هایی که تنها تعلق به یک خانواده و ارث و میراث را دارد، می گیرد. اگر مساله ازدواج را در نظر بگیرد، ازدواج در یک جامعه توسعه نیافته همچون یک جامعه کاستی است. به طور مثال افراد نمی توانند در طبقات اجتماعی مختلف با هم ازدواج کنند و این مساله را ارزش منتصب می گویند، یعنی به دلیل انتصابی که فرد به یک گروه دارد از یک سری امکانات و امتیازات اجتماعی محروم می شود، اما ارزش مکتسب این است که فرد آن را به دست آورده و به دست آوردن آن بر اساس تلاش و کار فرد است. و این محور مهمی در توسعه اقتصادی است.

۳- برنامه ریزی، سازماندهی و دقت: از نظر اقتصادی جامعه توسعه یافته ، جامعه ای است که در آن برنامه ریزی و سازماندهی امور وجود دارد، به این معنی که هر چیز در جای خود قرار می گیرد و همچنین دقت وجود دارد، یعنی هرچه جامعه دقیق تر و هر چه ارزش وقت در آن بیشتر باشد، آن جامعه از نظر اقتصادی توسعه یافته تر است. برای

همین است که توجه به زمان و اهمیت وقت در جامعه توسعه یافته در حدی است که اگر به طور مثال هواپیمایی دچار تاخیر شود، ما به الزام، را به فرد می پردازد، زیرا وقت افراد اهمیت فراوانی دارد. ما وقتی وارد عصر اطلاعات می شویم که برایمان زمان هم اهمیت

هر نظام اجتماعی که تحمل تنوع و تحمل هم پذیری و جامعه منکثرتر (یعنی تنوع ها را در کنار یکپارچگی) را بپذیرد آن جامعه، جامعه توسعه یافته تری است

پیدا کند، وگرنه هر قدر که کامپیوتر و برنامه ریزی دقیق کامپیوتری شود، تنها برای پوشش بی نظمی های ماست. به هر صورت نظم، وقت و دقت عناصر دیگری است که در توسعه اقتصادی لازم است.

۴- پیوند دادن بین وضع موجود و وضع مطلوب:

در یک جامعه توسعه یافته از نظر اقتصادی گسیختگی چند پارگی وجود ندارد که اکنون و گذشته و آینده اش هیچ نسبتی به هم نداشته باشد، خیلی از برنامه ها، بلند پروازانه و واقعیت هم نداشته باشد.

توسعه اجتماعی

سه مقوله در توسعه اجتماعی تاثیر گذار است که به ترتیب عبارتند از:

۱ - گسترش ظرفیت نظام اجتماعی: هر نظام اجتماعی که تحمل تنوع و تحمل هم پذیری و جامعه منکثرتر (یعنی تنوع ها را در کنار یکپارچگی) را بپذیرد آن جامعه، جامعه توسعه یافته تری است.

۲- عقلانی بودن نظام دیوان سالاری یا بوروکراسی

عقلانی بودن نظام دیوان سالاری هر جامعه ای به معنای کار آمدی آن است. مثلا شما یک نامه را می توانید با امضاهای متعدد

ببینید، بدون آن که به هیچ نتیجه ای رسیده باشد، این نظام بی شک نظام عقلانی نیست.

۳- یکپارچگی اجتماعی:

در یک جامعه توسعه یافته ملت سازی به طور کامل انجام می گیرد. ملت از بخش های مختلف و ترکیب نشده تشکیل نمی شود. معمولا

"در جوامع توسعه نیافته بحران های ملی وجود دارد. به این معنی که بین اقوام و گروه های اجتماعی مختلف تداخل و هم پذیری به وجود نمی آید. به عنوان مثال جامعه ای همچون جامعه ما در این زمینه مشکل کمتری دارد، چون فرایند ملت سازی به طور

آرام و کاملی انجام گرفته و پدیده هایی مثل انقلاب اسلامی و دفاع مقدس انسجام ملت را بیشتر کرده است.

بخصوص فرهنگ اسلامی و اندیشه دینی باعث شده است که همه در کنار هم دیگر بتوانند، اختلافات و تفاوت هایشان را حل کنند. ولی در کنار کشور ما، کشورهای نظیر افغانستان و تاجیکستان جوامعی هستند که فرایند ملت سازی به طور کامل انجام نگرفته و بین اقوام، و گروه های مختلف اجتماعی یکپارچگی به طور کامل به وجود نیامده است. پس جامعه توسعه یافته از نظر اجتماعی ، جامعه ای یکپارچه نیز هست.

موانع توسعه

مهمترین موانع توسعه در سه وجه خلاصه می شود:

- ۱- نامتوازن توسعه
- ۲- نامتوازن توسعه
- ۳- نامتوازن توسعه

۱- نامتوازن توسعه: وضعی است که بین اشکال و صورت بندی های گذشته جامعه و وضع حال، حالت کشمکش و قطب بندی به وجود می آید. جوامع توسعه یافته غربی به سبب آن که فرصت و زمان برای رفتن از یک نقطه به نقطه ای دیگر داشته اند، مثلا از جامعه

کشاورزی به جامعه صنعتی، این وضع به صورت آرام و تدریجی حل شده و هیچ گاه در مقابل هم قرار نگرفته اند. اما در جوامع در حال گذار به سبب آن که تحولات سریع و شتابان انجام می گیرند، بین گذشته و حال یک حالت تقابل به وجود می آید، به طور مثال بین شهر و روستا، بین کشاورزی و صنعت، بین سنت و مدرنیسم، بین آداب و رسوم گذشته و جدید، تقابل وجود دارد. این مقابله هایی که وجود دارد، خاص جوامع توسعه نیافته است. در هر جامعه ای که بین وضعیت گذشته و حال، حالت مقابله به وجود آید، در این جامعه در روند توسعه آن توقف و رکودی پیش می آید.

۲- نا همزمانی توسعه: برنامه ریزی هایی که بخشی از توسعه را بر بخش دیگر مقدم بدانند، نا همزمانی توسعه نام دارد و باعث پس افتادگی یک بخش و پیش افتادگی

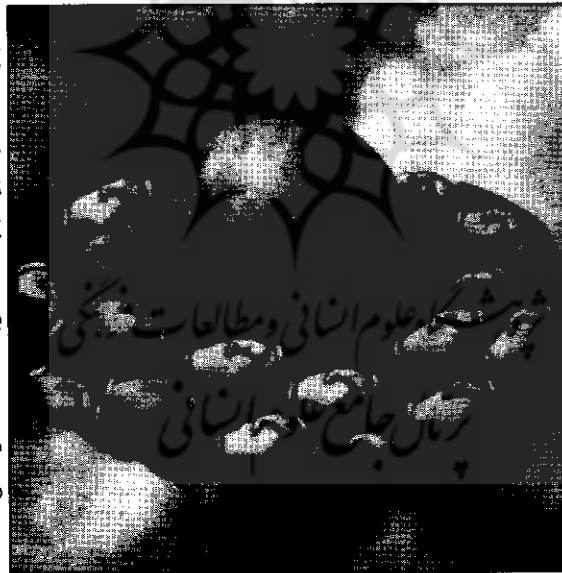
یک بخش دیگر می شود. به طور مثال توسعه اقتصادی برای ما اصل می شود و به توسعه فرهنگی و سیاسی در جامعه هیچ بهایی نمی دهیم و یا توسعه سیاسی اصل شده و به وضعیت اقتصادی توجه نکنیم. معمولاً این مساله به صورت برنامه ریزی شده انجام می شود. به این امر توسعه قطره چکانی نیز گفته می شود. هم در اشکال مارکسیستی و هم در سرمایه داری در این امر توسعه نا همزمان، به طور زیاد وجود داشته و باعث شده که یک بخش جلو یک بخش عقب افتاده شود، مثل بدنی که یک بخش آن رشد کرده و یک بخش دیگر آن رشد نکند.

۳- نا موزونی توسعه: در حقیقت ناموزونی توسعه به شکلی است که هر بخش جامعه جدا از سایر بخش ها و به صورت رها شده ای کار خود را انجام دهد. مثل ماشینی که چرخ دنده های آن هر کدام کار خودشان را انجام دهند. این ماشین چرخ دنده هایش هیچ گاه به هم گره نمی خورد تا بستر یکپارچه ای را شکل دهد. در جامعه نا موزون هم از هم

گسیختگی و هم از ریخت افتادگی وجود دارد. از هم گسیختگی بین آموزش و اشتغال، دانشگاه ها و ... و هر کدام کار خودشان را انجام می دهند، در جامعه نا موزون چند پارگی نظام مشروعیت وجود دارد، یعنی مدرسه یک نوع مشروعیت می آموزد که رسانه ها و خانواده و آداب و رسوم اجتماعی یک نوع دیگری را می آموزند و همه این ها جمع شدنی نیست.

وظایف ارتباطات در زمینه توسعه چیست؟

ارتباطات می تواند، پیوندی بین گذشته، حال و آینده برقرار کند. بین بخش های مختلف توسعه، یعنی توسعه فرهنگی، سیاسی، اجتماعی و اقتصادی یک هماهنگی و توازن بوجود آورد. همانطور که می دانید ما در معرض ورود به جامعه نرم افزاری هستیم. یعنی



جامعه ای که فکر یک فضیلت نیست، بلکه یک ضرورت و یک سرمایه می باشد. به عنوان مثال اگر ۵۰ سال پیش در ذهن یک محقق ریاضی ایده کامپیوتر به وجود آمده بود، می توانستید بگویید که محقق فلان نظر را دارد و مقاله ای را در یک نشریه علمی نوشته است، اما هم اکنون ایده او برای خیلی از کشورها سرمایه شده است. یعنی ایده یک محقق کامپیوتر

سرمایه بسیار قدرتمندی است که از نفت و گاز خیلی از کشورهای جهان سوم پیشی گرفته است. پس ما باید بدانیم که ثروت آینده در گرو همین دانش و آگاهی است که در جامعه باید به وجود آید و ارتباطات می تواند زمینه ساز پیدایش و انتقال این آگاهی ها باشد. اگر خواسته باشیم این ها را اجرایی تر کنیم، باید پنج نقش را برای ارتباطات در زمینه توسعه قابل شد.

- اول، اینکه نوآوری ها را به سنت و فرهنگ مان پیوند بزنیم. به عبارت دیگر پدیده های نو را بومی و خودی بکنیم و این پدیده ها را قابل هضم در جامعه کنیم.

- دوم، اینکه ارتباطات به تجهیز و تقویت نیروهای انسانی کمک کند. یعنی دانش ها و مهارت های تازه و اندیشه ها و فنون نو را در جامعه اشاعه دهد.

- سوم، فرهنگ و آموزش عمومی را در کنار آموزش های خاص تقویت بکند.

- چهارم، تفاهم و همبستگی را در کنار خلاقیت های بومی تحکیم ببخشد، یعنی تنوع و همبستگی را در کنار هم معنی دار کند.

- پنجم، اینکه بین ابعاد مختلف توسعه، یعنی فرهنگی سیاسی، اجتماعی و اقتصادی همسازی به وجود آورد.

در بحث توسعه و روابط عمومی، بر اساس همین ویژگی ها، روابط عمومی را باید یک شکل خاص (یعنی یک شکل اداری و اجرایی) از ارتباط دانست. یعنی بخشی از ارتباطات که متولی آن دستگاه های اداری و اجرایی کشور هستند، کار روابط عمومی ها تنها تبلیغات نیست، که بخواهد صرفاً بلند گوی تبلیغاتی دستگاه اجرایی ایشان باشند. بلکه می خواهند تفهیم و تفاهم را بین مردم و دولت شکل بدهند و رابطه بین مردم و دولت را تسهیل کنند. در نتیجه روابط عمومی ها در توسعه نقش مهمی دارند. حال بر اساس نقش « ۵ گانه ارتباطات در

توسعه» مشخص می‌شود که روابط عمومی‌ها چه وظایفی و چه اقداماتی را صورت دهند که نقش آن‌ها در توسعه پررنگ‌تر شود، باید گفت که روابط عمومی‌ها باید به مشارکت و رقابت در جامعه دامن بزنند، و این مشارکت و رقابت را شکل نظام مند و شکل نهادی شده و قانونمندی به آن بدهند، یعنی مفهوم ارتباط، مشارکت و رقابت را به صورت قاعده‌ای درآورند و بگویند که مردم چگونه با دستگاه‌های دولتی مرتبط شوند یا اینکه دستگاه‌های دولتی چگونه با مردم در ارتباط باشند. چون یکی از مشکلاتی که در جامعه‌ای نظیر جامعه ما وجود دارد، بخش سخنگو و ارتباط گر بین دولت و مردم است، یعنی کاری را که همیشه علمای دین، روشنفکران و غیره انجام می‌دادند و همیشه روابط بین دولت و مردم بودند، در دیوان سالاری جدید می‌باید روابط عمومی‌ها به عهده بگیرند، یعنی رابطه بین مردم و دولت را سهل و ساده کنند. و با دستیابی به این هدف ممکن است که بتوانند به مشارکت و رقابت دامن بزنند، وقتی که مشارکت در جامعه افزایش پیدا میکند، توقعات و انتظارات به وجود می‌آید. از نظر جامعه‌شناسانه مشارکت بالا منجر به توقعات بالا می‌شود و اگر توقعات بالا امکان پاسخگویی نداشته باشد، به تدریج یاس و سرخوردگی و بحران را به دنبال خود دارد. چه کسی این امر را می‌تواند به حداقل برساند؟ این بخش کار روابط عمومی‌هاست که این توقعات فزاینده را به توقعات عقلانی تبدیل کنند و از آن طرف دستگاه‌های اجرایی را موظف به پاسخگویی کنند. اگر این وظیفه را انجام دهند، خود به خود نقش توسعه‌ای خود را انجام می‌دهند. براساس یک تعریف مختصر و فشرده پنج راهبرد و خط مشی برای روابط عمومی‌ها پیشنهاد می‌شود:

۱- شفاف ساختن اطلاع رسانی: هر اندازه که اطلاعات ساده‌تر، قابل فهم‌تر و سریع‌تر از دستگاه‌های اداری و اجرایی در اختیار رسانه‌ها قرارگیرد روابط عمومی، نقش

مشارکتی پایدار و موثر است که مبتنی بر رقابت باشد، اگر رقابت وجود نداشته باشد، مشارکت تنها یک حالت سازماندهی شده و برنامه‌ریزی شده از بالا دارد

توسعه‌ای بهتری را ایفا کرده است. به سبب آن که ما در معرض ورود به یک جامعه مبتنی بر اطلاعات هستیم و دیگر همه در خانه‌های شیشه‌ای زندگی می‌کنند و همه در معرض دریافت اطلاعات قرار می‌گیرند، هرچه قدر که این اطلاعات را دستگاه‌های اجرایی ساده‌تر، قابل فهم‌تر و صادقانه‌تر بتوانند بیان کنند، نقش توسعه‌ای بهتری را بر عهده خواهند داشت.

۲- دومین خط‌مشی که به ویژه در دوران جدید باید اصل قرارگیرد، کارآمد کردن نظام کارشناسی دستگاه‌هاست. معمولاً اگر بدنه کارشناسی هر دستگاهی وثوق و اعتماد به این که نظر کارشناسانه‌اش مورد استفاده دستگاه قرارگیرد، نداشته باشد؛ تولید فکر در دستگاه عقیم می‌ماند و دستگاه بعد از مدتی نوزایی در برونش از بین می‌رود. برای اینکه در دستگاه‌های ما تولید فکری و نوزایی وجود داشته باشد، راه‌گزینه‌ی جز اینکه جسارت، جرات و شهامت به بدنه کارشناسی بدهیم، تا نظرات علمی و کارشناسان خود را ارایه بدهند نداریم. و این جزئی از وظایف روابط عمومی‌هاست که چگونه یا روش‌های مختلف انسانی، مدیریتی، علمی و اجرایی به کمک مسئولان دستگاه‌ها کارشناسان را به ارایه نظرات و بالابردن کارآمدی نظام کارشناسی ترغیب کنند.

۳- فرایند تصمیم‌سازی در دستگاه‌ها، عقلایی و مدبرانه شود. یعنی در حقیقت تصمیم‌گیری مبتنی بر نظریات علمی و مشارکت هرچه بیشتر شود. هرچه قدر مشارکت افراد بیشتر شود، تصمیم‌سازی و تصمیم‌گیری در آن

دستگاه هم واقع‌بینانه‌تر شده و وقتی تصمیم‌گیری واقع‌بینانه‌تر شود، توسعه فرهنگی، سیاسی و اجتماعی راحت‌تر محقق می‌شود. ۴- ارتباطات را دو سویه کند. عصر ارتباطات یک سویه گذشته است. مخاطب، مخاطب فعال و پویایی است. نباید تلقی یک روابط عمومی یا یک ارتباط‌گر این باشد که باید در جای خود نشست و فرد را قانع کند، باید فکر کند که این ارتباط باید دوطرفه برقرار شود و نظر او هم گرفته و از مجموعه نظر بیرون و داخل دستگاه، تصمیم‌گیری شود و نه این که فقط و فقط اقتاعی، القایی و ترغیبی بیان‌دیشیم. وظیفه ما این نیست که تنها و تنها تبلیغ کنیم، بلکه وظیفه ما این است که نظریات را هم دریافت کنیم و برای دریافت نظریات مکانیزم‌ها و ساز و کارهای درستی بیان‌دیشیم. دستگاه‌های اجرایی را پاسخگو کند.

هر دستگاهی و هر رده‌ای از مسئولیت که در معرض سوالات و در معرض نظارت بیشتری قرارگیرد و خودش را موظف به پاسخگویی بیشتر بداند مطمئناً باعث ارتقای بیشتر دستگاه می‌شود. توقعات هرچه قدر بیشتر باشد از یک طرف به یاس می‌رسد، ولی از طرف دیگر می‌تواند در دستگاه‌های اجرایی تحریک بیشتری ایجاد کند و همین تحریک بیشتر باعث نیل به پیچیدگی و نوآوری که در توسعه می‌شود در نتیجه کار روابط عمومی این است که دستگاه اجرایی را در مقابل وسایل ارتباطی جمعی، نهادهای صنفی، سیاسی و اجتماعی و به طور کلی در مقابل جامعه و جامعه مدنی پاسخگو بداند، به طور کلی درهای بسته را باز کند. به عبارت دیگر کار روابط عمومی این است که رابطه بین بیرون و داخل دستگاه را سهل و ساده کند و اگر این وظیفه را انجام دهد، نقش توسعه‌ای خود را انجام داده است. وگرنه تنها و تنها تبلیغاتچی دستگاه اجرایی بودن، حتی نهایتاً ممکن است، تبلیغات را به ضد خود تبدیل کند و نتواند نقش و مسئولیت اصلی خود را ایفا کند. ■