

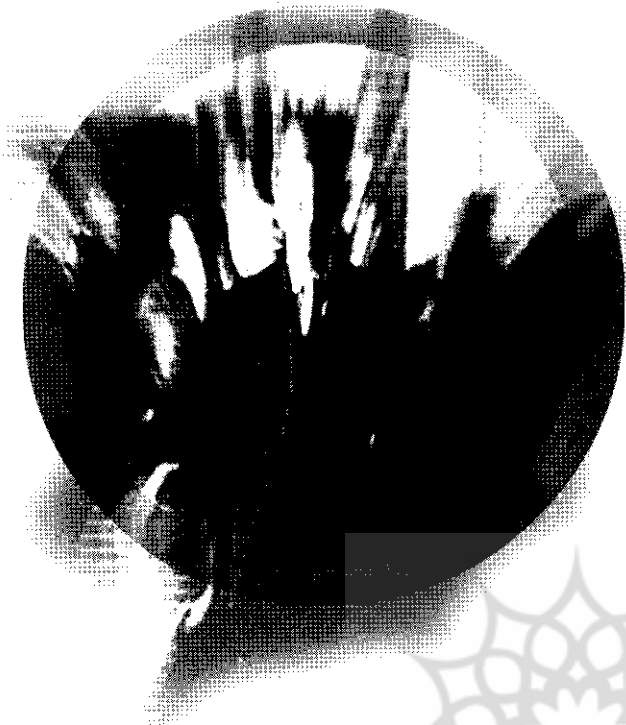


پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی
پرتال جامع علوم انسانی

مقالات



جشنواره روابط عمومی های برتر
نقد و بررسی یازدهمین جشنواره برترین های روابط عمومی



جشنواره روابط عمومی های برتر

حرکتی اداری محصور در یک سالن و یک ویژه نامه

ژوئیه نگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی

عمومی های مرکز" در سال ۱۳۶۳ و شکل دادن نشست های ماهانه با عنوان "نشست مدیران روابط عمومی" در دولت اول هاشمی رفسنجانی آن را به محمد ملازم سپرد و خود به عنوان معاون بین المللی وزیر ارشاد فعالیت خود را آغاز کرد. مرحوم محمد ملازم در سال های ۱۳۶۸ و ۱۳۶۹ یک برنامه ده ماده ای برای این دبیرخانه به وزیر ارشاد وقت (محمد خاتمی) ارایه کرده بود که یکی از بندها آن انتخاب سالانه روابط عمومی های برتر در سازمان های دولتی و یکی دیگر از بندهای آن تشکیل انجمن روابط عمومی به عنوان یک نهاد مدنی در این زمینه، با هدف سپردن امور روابط عمومی ها به این نهاد بود. انتشار کتاب عملکرد دولت و پی گیری وعده های مسوولان و برگزاری نمایشگاه ها و پی گیری آموزش و غیره نیز از دیگر بندهای این برنامه بود. مرحوم ملازم با وسواسی خاص و با جمع کردن صاحب نظران

نمی توان به جشنواره روابط عمومی های برتر پرداخت و از زنده یاد مرحوم محمد ملازم بنیانگذار این حرکت یاد نکرد. در سال ۱۳۷۰ زمانی که محمد خاتمی در وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی آخرین سال های صدارت خود را می گذراند، اداره ای به نام "اداره کل تبلیغات" زیر مجموعه معاونت مطبوعاتی وجود نداشت، بلکه اداره کلی به نام "دبیرخانه شورای هماهنگی تبلیغات دولت" زیر نظر وزیر فرهنگ و ارشاد اسلامی، و رییس شورای هماهنگی تبلیغات دولت وجود داشت. این اداره کل در ساختمان مرکزی وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی در خیابان کمال الملک تهران کار هماهنگی فعالیت های ادارات روابط عمومی ها را در سازمان های دولتی را عهده دار بود. مصطفی تاج زاده مدیر وقت این اداره کل پس از تاسیس دبیرخانه و برگزاری نخستین سمینار با عنوان "اولین سمینار مسوولان روابط



روابط عمومی به همراه داشت و منتخب اول این جشنواره به عنوان آقای روابط عمومی ایران تیتراژ اول روزنامه‌ها شد. دومین دور این انتخاب را نیز مرحوم محمد ملازم برگزار کرد و اعلام نتیجه و اهدا جوایز آن در شهریور ۱۳۷۱ زمانی بود که محمد خاتمی از وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی استعفا و علی لاریجانی اولین ماه‌های صدارت خود را در این وزارتخانه می‌گذراند.

دومین دوره انتخاب برترین‌های روابط عمومی در چند رشته برترین‌ها برگزیده شد. در این دوره جوایز نسبت به اولین دوره تا حدودی کاهش یافته بود، اما همچنان قابل مقایسه با سایر انتخاب‌های فعالیت‌های فرهنگی، اجتماعی بود. سومین دوره این جشنواره با تاخیری یک ساله در زمان وزارت مصطفی میرسلیم برگزار شد. در این زمان دبیرخانه جای خود را به اداره کل تبلیغات زیر مجموعه معاونت مطبوعاتی وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی داده بود و توجه به کیفیت جای خود را به کمیت‌ها داد. روابط عمومی وزارتخانه‌هایی که از قدرت مالی بیشتری برخوردار و قادر به تولید بیشتر بودند جوایز را درو می‌کردند. اجازه می‌خواهم فعلاً در این نوشتار از تغییرات ایجاد شده در هیات داوران و شکل‌های داوری خودداری کنم، اما این موضوع مطلبی قابل تحلیل و توجه و از جمله عوامل اصلی سیر نزولی جشنواره‌های روابط عمومی برتر است که باید در جای خود به آن پرداخت.

در سال ۱۳۷۵ هنگامی که پنجمین دوره این جشنواره توسط اداره کل تبلیغات در معاونت مطبوعاتی و تبلیغاتی وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی برگزار می‌شد، دبیری جشنواره را مدیر کل این اداره بر عهده داشت. مسوولیت گردآوری، تقسیم‌بندی و ارزیابی و کارشناسی نیز بر عهده اینجانب بود که در نهایت نتایج حاصله در هیات اصلی داوران طرح و گزینش نهایی انجام می‌شد. در این دوره، تغییرات گسترده‌ای در فرم‌های ارزیابی ایجاد و ارزیابی کمی و کیفی تفکیک و کار ارزیابی دو مرحله‌ای شد که پس از طی مراحل کارشناسی و تنظیم جداول دوبردی به هیات داوران ارایه و هیات داوران اصلی طی پنج نشست، نتایج را استماع و برگزیدگان را مشخص کردند. دکتر محمد مهدی فرقانی، دکتر هادی خانیکی و جمعی دیگر از استادان و کارشناسان و خبرگان روابط عمومی در هیات داوران شرکت داشتند. جشنواره‌های ششم تا نهم باروندی نسبتاً ثابت و نه چندان پررونق با همان الگوی سال ۱۳۷۵ برگزار شد و برگزیدگان نسبتاً ثابتی را به همراه داشت. به همین جهت چندان با استقبال روابط عمومی‌ها مواجه نمی‌شد. این ارزیابی‌ها یک نوع تحریک گسترده در روابط عمومی‌ها را نشان می‌داد. مثل گسترش فعالیت‌ها به نام تحقیق و پژوهش یا افکار سنجی و نظرسنجی در روابط عمومی‌ها و همچنین حضور وسیع‌تر روابط عمومی‌های زیر

ارتباطات و کارشناسان برنامه‌ریز، انتخاب روابط عمومی برتر را طراحی و در سال ۱۳۷۰ اولین جشنواره را برگزار کرد. دکتر مهدی محسنیان راد، دکتر کاظم معتمدنژاد، مهندس رمضانیان (نماینده مجلس ششم شهرضا) و تعدادی از اساتید و روزنامه‌نگاران صاحب نام در کمیته‌های کارشناسی و داوری حضور یافتند و جوایز برترین‌های روابط عمومی در بین جشنواره‌هایی که آن سال‌ها برگزار می‌شد از جمله بهترین و کاملترین جوایز بود. به عنوان مثال در سال ۱۳۷۰ که نگارنده به عنوان مدیر کل روابط عمومی وزارت پست و تلگراف و تلفن رتبه اول را کسب کرد، علاوه بر لوح تقدیر، شش سکه بهار آزادی از طرف وزارت ارشاد و شش میلیون ریال وجه نقد به علاوه یک

بورس تحصیلی فوق لیسانس از طرف ریاست جمهوری دریافت نمود. شایان ذکر است چنین جایزه‌ای در آن سال حتی به نفر اول جشنواره‌هایی همچون سینما و تاتر نیز تعلق نمی‌گرفت. نخستین جشنواره انتخاب روابط عمومی برتر در سال ۱۳۷۰ که مراسم آن با حضور وزیر ارشاد برگزار شد، آنچنان طوفانی در رسانه‌ها و روابط عمومی‌ها به وجود آورد که توجه همگان را به خود جلب کرد و روابط عمومی را به عنوان یک بخش مهم و تاثیرگذار در سازمان‌ها مطرح و اصلاحاتی جدی را در انتصابات و سازماندهی و فعالیت‌های

مجموعه وزارتخانه‌ها، اما همچنان بی‌توجهی یا کم‌توجهی رسانه‌ها به این رویداد مساله بود. انتخاب شونده‌گان برتر ناگزیر بودند در نشریه درون سازمانی خود به تعریف و تمجید از خود بپردازند و کمیت و کیفیت جوایز هم چنگی به دل نمی‌زد. به عبارتی دقیق‌تر به یک روند و یک رویداد زودگذر بدون دستیابی به تغییر و تحولی قابل‌ذکر، این ادوار نیز گذشت.

نقش دیگری که این طرح از خود بر جای گذاشت، انتخاب روابط عمومی‌های برتر و برگزاری جشنواره‌های روابط عمومی‌های برتر در سازمان‌ها و روابط عمومی‌های تابعه آنها بود. نخستین بار وزارت جهاد جشنواره روابط عمومی‌های برتر سازمان‌های تابعه خود را برگزار کرد و بعد از آن وزارتخانه‌های پست و تلگراف، توانیر، نیرو، نفت و در حال حاضر تقریباً همه وزارتخانه‌ها و حتی سازمان‌های بزرگ به این ارزیابی روی آورده‌اند، اما باید توجه داشت بدون پیروی از الگویی استاندارد و بدون نظارت یک ناظر بی‌طرف بیرونی اعم از دولتی یا نهادی مدنی و علمی (که در جای دیگر اشاره‌ای آسیب‌شناسانه به این پدیده باید داشت.) این حرکت کم‌تاثیر باقی خواهد ماند.

دهمین جشنواره انتخاب روابط عمومی‌های برتر سال ۱۳۸۱ در اسفندماه در فضایی تقریباً متفاوت از گذشته برگزار شد. این جشنواره با حضور دکتر سید محمد صفی در معاونت مطبوعاتی تغییراتی در شکل برگزاری ایجاد کرد. برای نخستین بار بخشی از کارها به نهادهای مدنی روابط عمومی واگذار شد. جشنواره به جای انتخاب روابط عمومی برتر به انتخاب کار برتر گرایش پیدا کرد و نهادهای مدنی روابط عمومی هم فرصت یافتند مستقل از اداره کل تبلیغات اما با حمایت آن، فعالیت‌هایی را ارزیابی کنند.

انجمن روابط عمومی ایران با رویکردی به روابط عمومی مدرن کار ارزیابی سایت‌های اطلاع‌رسانی و سایت‌های اینترنتی روابط عمومی‌ها را اعلام و فرم‌های گردآوری اطلاعات در این زمینه را طراحی و اعلام کرد و با تشکیل کمیته کارشناسی و شورای داورى بیش از ۶۰ روابط عمومی که در زمینه تشکیل یا اداره سایت فعالیت داشتند را ارزیابی کرد. نهاد دیگری نیز ارزیابی نشریات داخلی روابط عمومی‌ها را بر عهده گرفت و جشنواره برای نخستین بار در سه روز با ارایه مقالات و سخنرانی‌ها همراه بود، افتتاحیه و اختتامیه با حضور معاون مطبوعاتی برگزار شد.

با چنین پیشینه‌ای یازدهمین جشنواره روابط عمومی‌های برتر در اول بهمن ماه ۱۳۸۲ تنها در یک بعدازظهر در سالن حج و زیارت با حضور وزیر فرهنگ و ارشاد اسلامی و معاون مطبوعاتی وی برگزار و پس از ایراد چند سخنرانی، برترین‌ها اعلام و جوایزی به آنها اهدا شد که همچنان با جوایز نخستین

جشنواره و جوایز جشنواره‌های مشابه فاصله داشت به هیچ عنوان کافی و در خور جایگاه روابط عمومی نبود. شایسته این جایگاه است که در شکل، محتوا، جوایز و ترکیب داوران و وابستگی‌های برگزارکنندگان تجدیدنظری جدی به عمل آید و نهادهای مدنی، به ویژه انجمن روابط عمومی ایران نقش بارزتری در این امر پیدا کنند، چرا که حضور این انجمن با توجه به اعتماد گسترده خانواده روابط عمومی به آن و آگاهی و آشنایی انجمن با پیدایش و تکوین این انتخاب می‌تواند نسیم‌های محدود را به طوفانی حمایت برانگیز تبدیل کند.

گزارش این جشنواره را در شماره ۲۹ ماهنامه روابط عمومی از نظر شمار خوانندگان عزیز گذرانده‌ایم و در این فرصت صرفاً به چند نکته در این رابطه اشاره می‌کنیم:

۱- در جشنواره یازدهم قرار بود عملکرد روابط عمومی‌ها در سه بخش کار برنامه‌ای، کارویژه و فنون روابط عمومی مورد ارزیابی قرار گیرد، اما آنچه به آن پرداخته شد، فنون بود آن هم با نگاهی کمی. اعلام شد که در کار برنامه‌ای هیچ روابط عمومی واجد شرایط نبود، شاید بهتر بود اعلام می‌شد روابط عمومی‌هایی که کار برنامه‌ای داشتند، به هر علت به این فراخوان پاسخ نداده‌اند که در این صورت باید علت‌یابی شود.

۲- قرار بود عملکردها مورد ارزیابی قرار گیرد، اما عملاً آنچه که روابط عمومی‌ها به عنوان عملکرد خود تبیین کرده بودند مورد ارزیابی قرار گرفت. به همین علت روابط عمومی که با بیشترین سوالات پاسخ در افکار عمومی مواجه بودند به عنوان برتر معرفی شدند، یعنی بدترین عملکرد و بهترین ارایه!

۳- فاصله بین اطلاعیه جشنواره و آنچه که برگزار شد، آنقدر وسیع و عظیم است که در یک تحلیل علمی می‌توان گفت، آنچه که برگزار شد هیچ نسبتی با آنچه که قرار بود برگزار شود ندارد.

۴- داوران جشنواره مصداق "مردانی برای همه فصول" تبدیل شده‌اند، آیا هر فردی می‌تواند برای هر شاخصی ترازو باشد!

۵- با وجوبی که انتظار بود با حضور دکتر صدقی جشنواره از شکل دولتی به درآید و نهادینه شود و نهادهای مدنی ایفای نقش کنند، این جشنواره دولتی‌تر از همیشه برگزار شد؟ چرا؟