

فصلی ناخوانده از روابط عمومی ایران

میرزاابا مطهری نژاد



ماهنامه علمی / تخصصی انجمن روابط عمومی ایران

شماره ۷۴ / دی ۱۳۸۹

۴۸

روابط عمومی

و شاید هم این زمان که هر فرد یافته‌ها و تجارب عملی خود را از دیگران پنهان می‌دارد تا بی رقیب بنمایاند، او بعد از ۲۵ سال تجربه کار ارتباطی و روابط عمومی و ترجمه و تالیف و نویسندگی، مجموعه روش‌های کاری خود در روابط عمومی را در کتابی به نام «چگونه روابط عمومی کنیم؟» در سال ۱۳۵۵ شمسی منتشر کرد. این کتاب به معنای واقعی کلمه روابط عمومی عملی است و از روش‌ها و ریزه کاری‌های فعالیت‌های مختلف روابط عمومی سخن می‌گوید و می‌تواند یک راهنمای عملی و کاربردی کاملی باشد در فنون و امور روزمره روابط عمومی و تا آنجا که نگارنده مطلع است، تنها کتاب از این نوع در ایران به حساب می‌آید. البته کتاب‌های مختلفی با عنوان روابط عمومی عملی یا مشابه آن منتشر شده است، اما همه آنها مملو از ذهنیت‌گرایی‌های شعاری است که در عالم واقع و عینیت فعالیت‌ها قابل پیاده کردن نیست. اما کتاب برزین دستور العملی است که می‌توانی مقابل خود بگشایی و بند به بند اجرا کنی؛ دستورالعملی که بارها و بارها خود آن را به کار بسته و ضعف و قوت‌های آن را مشاهده و اصلاح کرده است. بدیهی است تجربه برزین مربوط به دهه‌های ۳۰ و ۴۰ و نیمه اول دهه ۵۰ است و بسیاری از فنون امروزی روابط عمومی را شامل نمی‌شود، اما فونونی مثل مصاحبه، مراسم، نمایشگاه، ارتباطات رسانه‌ای سنتی و... که حداقل در کشور ما، امروز هم عرصه فعالیت بیش از ۷۰ درصد روابط عمومی هاست را شامل است. مهم‌تر از همه نوع نگاه برزین به فعالیت روابط عمومی است، در صفحات نخستین همین کتاب خطاب به فعالان عرصه روابط عمومی می‌نویسد: «... هیچ‌یک از کارها و خدمات اداری، چون روابط عمومی، همیشگی نیست، بیست و چهارساعتی نیست، با مردم از طبقات و گروه‌های مختلف در تماس نیست، با نمایندگان وسایل ارتباط جمعی سر و کار ندارد. اینها چیزی از نکاتی است که در کار روابط عمومی در ایران با آن یا دست به گریبانید یا اگر می‌خواهید روابط عمومی را شروع کنید مواجه خواهید شد. هیچ عاملی جز حسن نیت، فروتنی محض، خونسردی، کار، و مردم را دوست داشتن شما را موفق نمی‌سازد.» من در سال ۱۳۶۳ زمانی که سال‌های نخستین فعالیت خود را در روابط عمومی می‌گذراندم با این کتاب و شخصیت برزین آشنا شدم و سپس در یک دوره آموزشی او شرکت کردم و چند سخنرانی او را تجربه کردم؛ بسیار ارتباطی، بسیار صادق و عاشق روابط عمومی و دوستدار مردم بود و کم توقع، نسبت به دوستان و همکارانش و کسانی که او را می‌شناختند. به دلیل فعالیت او در یکی از سازمان‌های وابسته به دربار از او فاصله می‌گرفتند که مبادا برایشان نقطه منفی تلقی شود، بسیار محترمانه و با اغماض می‌نگریست و متواضعانه به آنها حق می‌داد، اما لغزش‌های حرفه‌ای کارگزاران روابط عمومی او را آزرده می‌کرد و با حساسیت خواستار تصحیح آنها بود. برزین کلی گویی نمی‌کرد، فلسفه بافی نمی‌کرد. او سخاوتمندانه تجارب عملی خود را در حوزه روابط عمومی در اختیار قرار می‌داد. یادش گرامی و روش‌اش یادگار و ماندگار و روانش شادباد.

جامعه ایران، هزینه‌های زیادی را برای پیشبرد اهداف متحمل شده است و همچنان بسته به اهدافی که تعقیب می‌شوند بر تعداد و حجم این هزینه‌ها افزوده می‌شود. در این میان یکی از راه‌های کاستن هزینه‌ها، ارتباط منطقی میان نخبگان، کارشناسان و تصمیم‌گیران فرهنگی، اجتماعی جامعه است. مهم‌ترین پیامدهای عدم توجه به این ارتباط، علاوه بر پدیده فرار مغزها یا مهاجرت نخبگان مساله‌ای به نام انزوا و ناشناخته ماندن آنهاست. فرار مغزها پدیده‌کهنی است که از دیرباز تا کنون به گونه‌های وسیع و چشمگیری در کشورهای جهان سوم و در حال توسعه پدید آمده و تا حدودی شناخته شده است و فراوان از صدمات جبران‌ناپذیری که در بخش‌های اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی و دیگر ابعاد جامعه از این بابت تحمیل می‌شود، گفته‌اند و نوشته‌اند. ولی انزوای علمی و اجتماعی نخبگان و کارشناسان و صاحبان تجربه تاکنون مورد توجه قرار نگرفته است.

مسعود برزین که در سال‌های اخیر در شرایط جسمی و روحی متاثرکننده‌ای آخرین سال‌های زندگی پرتلاش خود را سپری کرد، از جمله نخبگان پر تجربه در حوزه فرهنگ و ارتباطات بود که به مصیبت انزوا گرفتار آمد. او یک روزنامه‌نگار، یک نویسنده و مترجم و یک کارگزار روابط عمومی بود که عقل روشی و به اصطلاح امروز «روابط عمومی عملی» را در ایران بنیان نهاد. او بعد از یک تجربه عملی طولانی در روزنامه‌نگاری، دانش و فن روابط عمومی را در لندن و لاهه به صورت نظری فراگرفت و در سازمان‌ها و نهادهای مختلف آن را به کار بست و با زوایای پیدا و پنهان آن آشنا شد و برخلاف روش معمول آن زمان