

## سخن مدیر مسؤؤل

فصل نامه "جامعه‌شناسی روابط‌عمومی" بر آن است که فصلی نوین را در بازخوانی و بازتعریف چیستی روابط‌عمومی از منظر جامعه‌شناسی آغاز نماید. غرض از کند و کاو و پوییش علمی، کشف علل و عوامل مؤثر در ضعف عملکرد سازمانی و پرده برداشتن از رازهای نهفته‌ای است که غالباً به ناکارآمدی بسیاری از روابط‌عمومی‌ها در تحقق هدف‌های راهبردی و ارزشمندی که پیش روی داشته‌اند، انجامیده است.

بی شک هر چند تا کنون تحقیقات و ژرفکاو‌های اندیشمندان بزرگ و بلندآوازه در حوزه دانش ارتباطات، دریچه‌های نو و افق‌های روشنی را به روی جوامع توسعه یافته امروزی گشوده است، لیک این حقیقت تلخ و جانکاهی است که پس از گذشت چند دهه از پیدایش روابط‌عمومی‌ها در کشور، هنوز در تطبیق اصول و مبانی این دانش با شرایط خود ویژه جامعه، بافتار فکری مردمان و ساختار جامعه‌ای که به آن تعلق داریم، وامانده‌ایم تا بدین‌سان شوربختانه به رغم جار و جنجال‌های رسانه‌ای، شاهد گسست و شکاف عمیق بین مردم در مقام مخدمین جامعه از یک سو و سازمان‌ها و نهادهای مدنی از دیگر سو باشیم و بر این نَمَط در دریای موج خیز و ناآرام ارتباطات که جهان امروز را از هر کران در بر گرفته است، کشتی به خشکی برانیم!

به راستی چرا؟! آیا این راه بی نشان ما را به پرسه زدن در کویر نامرادی نخواهد کشاند؟!

طی شماره های آتی در این باب بیشتر سخن خواهیم گفت و بخشی از جستارها و نوشتارها را به تولید فکری برای برون رفت از این بیراهه ها اختصاص خواهیم داد. اما تا طبع و نشر دومین شماره فصلنامه به ذکر چند نکته در خور تأمل و تعمق بسنده می شود:

۱- روابط عمومی‌ها به عنوان پل‌های ارتباطی، از همان پگاه پیدایش خویش استوار، تزلزل ناپذیر و مبتنی بر اراده و مشارکت مردمی پی‌ریزی نشده‌اند و مسیر عبور از آنها دوسویه نیست.

تأسف انگیزتر اینکه غالباً افراد خاص بدون احراز شرایط و قابلیت‌های لازم در حوزه دانش و تجربه روابط عمومی، از سوی مسؤولان تراز اول سازمان‌ها و دستگاه‌های اجرایی و نظارتی به عنوان مدیر روابط عمومی منصوب می‌شوند تا نه تنها آینه‌دار خود شیفتگی مدیران متبوع شده، بلکه به سبب بیگانگی با آرزوها و آلام مشترک مردم و نیز گسست ارتباطی از فرودست‌ترین لایه‌های جامعه، موجب ایجاد تنش و تشدید بحران‌های اجتماعی شوند.

البته ناگفته نماند که تعداد اندکی از روابط عمومی‌ها با سر انگشت تدبیر مدیران خلاق، کارآموده و مجرب، بر این سپهر تیره و تاریک، خوش درخشیده‌اند و موجبات عزت و سربلندی خود و سازمان متبوع خویش را فراهم آورده‌اند.

۲- ایمان بیاوریم که بهره‌گیری از فن‌آوری‌های نوین ارتباطی، نظرسنجی‌های جامع، حتی اتخاذ روش‌های علمی بنا نهاده شده بر آینده پژوهی، به ویژه برگزاری همایش‌های باشکوه و نمایشی برای توصیف و تمجید عملکردها و پاسداشت افتخارآفرینان روابط عمومی‌ها و....، هرگز دلالت بر اقتدار و اعتبار حقیقی آنها و توانمندی در انجام رسالت‌های تاریخی ندارد! بلکه روابط عمومی‌ها افزون بر وجوب و لزوم بهره‌گیری از فن‌آوری‌های ارتباطی، آشنایی با دانش ارتباطات و مؤلفه‌های دیگر، باید سه خصیصه ممتاز انسانی را در سرشت بی‌قرار و اخلاق سازمانی خویش پرورش دهند....

ادامه سخن باشد تا طلوع دومین شماره از این فصل‌نامه.

با تقدیم احترام

عباس زمانی