

سخن مدیر مسؤول

در مؤخره و بخش پایانی سرمقاله پیشین (فصل نخست)، اینچنین آمد که روابط عمومی‌ها افزون بر وجوب و لزوم گریزناپذیر بهره‌گیری از فن‌آوری‌های ارتباطی و آشنایی با مبانی و اصول دانش ارتباطات، باید سه ویژگی ممتاز انسانی را در نهاد و سرشت خود و اخلاق سازمانی خویش اعتلاء و ارتقا بخشند. این سه خصیصه و مؤلفه عبارتند از:

الف: عشق و مهرورزی

ب: عقل و خردورزی

ج: عدل و دادورزی

اینک به واکاوری مؤلفه‌های مزبور و نقش اساسی هر یک از آنها در تحکیم مبانی و زیرساخت‌های روابط عمومی‌ها و تکمیل فرآیندی که به توانمندی و پویایی آنها خواهد انجامید، خواهیم پرداخت:

*عشق و مهرورزی

عشق، خمیرمایه خلقت و راز آفرینش است و پایداری جهان آفرینش بر عشق بنا نهاده شده است. به دیگر سخن، آفرینش تجلی عشق است.

در دنیای توسعه یافته امروز، هر چند روابط عمومی‌ها در فرآیند رشد و تکامل و در پی یک سلسله تجارب ارزشمند از عهده تلفیق و در هم آمیختن عنصر هنر ارتباطی که در ماهیت امر، مقوله‌ای نسبتاً سرشتی و ذاتی است، با دانش پیشرفته ارتباطات که امری اکتسابی و آموختنی است، بر آمده‌اند و افق‌های روشنی را به روی آینده گشوده‌اند تا بدین منوال تحقق بخش هدف‌های راهبردی خویش باشند، لیک باید بر این نکته مهم و اساسی تأکید ورزید که بدون «عشق» این اکسیر هستی بخش، هرگز نمی‌توان به کمال مقصود رسید و تحقق بخش هدف‌های متعالی روابط عمومی‌ها در ابعاد کلان ملی و فراملی بود، زیرا اساساً عقل مصلحت‌اندیش است و عشق هستی شمول.

عشق به ارزش‌های ماندگار بشری، عشق به انسان‌های این گوی خاکی و همه مظاهر هستی و مهرورزی به هم‌نوعان با این رویکرد و خوانش که مهربانی وظیفه است نه فضیلت!

آری! اصرار بر وجوب عنصر عشق در مؤلفه‌های هویت‌بخش روابط عمومی‌های خلاق، دلالت بر این حقیقت ژرف دارد که کنشگران نه تنها باید متخلق به اخلاق پسندیده انسانی باشند، بلکه با این نگره که نقش‌اندازان و هدایتگران اصلی جامعه به سوی منزلگاه‌های توسعه پایدار

و متوازن هستند و آرزوهای فردی خود را همواره مستحیل و مستتر در آرمان‌های بزرگ جامعه متصور می‌دانند، از هیچ تلاشی برای انجام رسالتی که به عهده دارند دریغ نورزند. بدیهی است که این خصیصه، بر خلاف آموزه‌ها و فن‌آوری‌های مشرف و ناظر بر مهارت‌های ارتباطی، آموختنی نیست.

«ای سوخته سوخته سوختنی عشق آمدنی بود نه آموختنی»

بنابراین یکی از شروط اصلی درخشش و طلوع راستین روابط عمومی‌ها، عشق است و این کنشگران دلشیفته اگر بخواهند در این عرصه نقشی مانا و خلاق بیافرینند و خدمات ماندگاری از خود بر جای گذارند، باید با مردم رابطه‌ای گسست‌ناپذیر داشته باشند، دردها و آرزوهای مشترک مردمان را دقیق بشناسند و چه نیکوتر که سرگذشت‌شان، حدیث تلخ و شیرین رنج و سرمستی باشد و هرگز برای احراز موقعیت برتر در سلسله مراتب اداری، رسالت خود را به وادی فراموشی نسپارند.

بی‌شک پرسشی در این جای مطلب قابل طرح است با این مضمون که آیا مدیران سازمان‌ها و نهادها و ادارات، اساساً چنین رویکردی مردم‌محور و مخاطب‌گرایانه را بر می‌تابند و آیا این اختیار را به روابط عمومی‌ها خواهند داد که چنین نقشی را در حمایت از مخدومین ایفا کنند؟!

در پاسخ به این پرسش، آشکارا می‌توان گفت که برای اعتمادسازی راهی جز این متصور نیست، زیرا اگر حس اعتماد حلقه مفقوده ارتباطات و تعامل با مردم باشد، هرگز برنامه‌ها و هدف‌های راهبردی مؤسسات و نهادها تحقق‌پذیر نخواهد بود و سرنوشتی جز گسست ارتباطی و انزوای روابط عمومی‌ها رقم نخواهد خورد.

*عقل و خرد ورزی

«به نام خداوند جان و خرد کز این برتر اندیشه بر نگذرد»

حکیم ابوالقاسم فردوسی شاعر بلندآوازه و خالق شاهنامه این اثر ماندگار حماسی، سخن منظوم خویش را با نام خداوند جان و خرد می‌آغازد.

تحقیقاً، عقلانیت و فانوس‌دانایی بر افروختن در مسیری که به سوی آینده می‌پوئیم، طریق صوابی است که ما را به مقصد می‌رساند و در آموزه‌های دینی، باورهای فرهنگی و آثار ارزنده ادبی ایران زمین از دیرباز برخوردار است و اهمیت آن در رستگاری بشر تأکید ویژه شده است و آنقدر در این باب سخن‌پردازان و اندیشمندان داد سخن داده‌اند که نیازی به تبیین و توصیف مبسوط و حتی مجمل آن نیست و ذهن مخاطبان گرامی انباشته از ستایشگری خرد

است. اما آنچه در این جستار، با ظرافت و نکته‌سنجی باید در کانون توجه قرار گیرد، این است که عقل مصلحت‌اندیش هرگز نمی‌تواند ما را به مقصود رهنمون گردد، زیرا اگر خردمندی با عدالت اجتماعی و ملحوظ داشتن منافع و مصالح عامه مردم به ویژه فرودستان جامعه ملازم نداشتن باشد، متضمن نیک فرجامی برای عموم آحاد جامعه نخواهد بود.

یکی از چالش‌های موجود و شماری از روابط عمومی‌ها از اینجا آغاز می‌شود که عقل مصلحت‌اندیش را بر خرد جمعی ارجح دانسته و بر بستر این نقصان آشکار، به وادی وادادگی و واگرایی کشیده شده‌اند تا متأسفانه در فقدان عقلانیت تعالی محور، در تعارض و تنافی با اهداف سازمانی خویش قرار گیرند. زیرا اساساً تعالی سازمانی را با تعالی جامعه متلازم ندانسته‌اند و یا به سبب برقراری رابطه تابع و متبوع با سازمان مرجع و تسلیم محض در برابر توقعات سازمانی مدیران مافوق، از عهده تأمین هدف برنیامده‌اند.

البته این رشته سر دراز دارد و تشریح جهات و ابعاد گوناگون این مبحث مهم و پردامنه، فراتر و بیش از ظرفیت و گنجایش محدود این سطور است و لاجرم بررسی جامع و فراتر مؤلفه خردورزی در حوزه‌های روابط عمومی و رسانه را در سلسله مقالات آتی اجتناب ناپذیر می‌کند.

لذا، اجمالاً یادآور می‌شود که نظرسنجی میدانی، دقیق و برگرفته از آراء و مشارکت فکری قاطبه مردم، تحقیق و واریسی دانش بنیان رویدادهای معطوف به حوزه فعالیت سازمانی، نقد و نقادی با رویکردی علمی و خردمندانه به نقد معیار و معیار نقد با هدف شناخت دقیق و عمیق پدیده‌های مرتبط و نیز مرزبندی صحیح میان انعطاف‌پذیری و واگرایی در اصلاح رفتارها و تصمیم‌سازی‌ها، به ویژه خودانتقادی در حوزه فعالیت‌ها و عملکردهای سازمانی که از میل انسان به تعالی و زدودن عیب نشأت می‌گیرد و نقش بسزای آن در رشد و توسعه همه جانبه، از مقولات بسیار حساس و سرنوشت‌سازی است که ذیل مؤلفه خردورزی قرار می‌گیرد و تتبع و تحقیق پیرامون هر یک از آنها، می‌تواند یاری‌رسان روابط عمومی‌ها در بهبود روش‌ها و شکوفایی برنامه‌ها باشد.

*عدل و دادورزی

دادخواهی و دادورزی در نهاد بشر نهفته و سرشته شده است. معدلت پروری، عدالت‌گستری و دادورزی از گزاره‌ها و واژگانی است که از دیرباز تاریخ، مطلوب و آرزوی بزرگ انسان بوده و بشریت برای دستیابی به آن، زخم‌های جانکاه و دردناکی را بر قامت سترگ خویش تحمل کرده است.

در سلسله تحقیقات جامعه‌شناسی روابط عمومی، باید آسیب‌های مخاطره‌انگیزی که از فقدان یا ضعف این رکن اساسی و آرمانی در جامعه پدید آمده است، بازشناسی و تدابیر هوشمندانه و منصفانه برای اصلاح اوضاع و برون رفت از این چالش بحران‌زا و تهدیدآمیز اندیشیده شود.

شایان ذکر است که شرط رسیدن به این هدف راهبردی، تحقق بخشی مؤلفه‌های پیشین یعنی عشق و عقل است. برای مثال شهروندانی که در مقام مقایسه با اکثریت مردم، به طور مستمر و مداوم درآمد بیشتری در داد و ستدهای اقتصادی کسب می‌کنند و در زمره فرادستان جامعه شهری به شمار می‌آیند، به موجب قوانین باید بابت مالیات، عوارض و نظایر آن هزینه‌های بیشتری را پرداخت کنند تا فشار مضاعف بر طبقات فرودست و لایه‌های زیرین جامعه کاهش یابد.

حال اگر در یک جامعه شهری و فراتر از آن در مقیاس کشوری این آسیب همچنان پایدار و لاینحل مانده است، وظیفه روابط عمومی‌های ذیربط و رسانه‌هاست که در چارچوب قوانین موضوعه کشوری و به تبع آن آرمان‌های انقلاب و دولت در صدد حل اصولی مشکل برآیند و به پشتوانه مهرورزی و عقلانیت مدنی به هدف غایی که همانا اصلاح امور جامعه و توسعه پایدار که خوشبختی و رفاه همه مردم در آن لحاظ شده است، نایل آیند.

در پایان این مقال، ضمن عرض تهنیت فرارسیدن سال نو و نوروز باستانی، مراتب امتنان و سپاس بی‌شائبه خود را نسبت به تمامی اساتید محترم، پژوهشگران گرانسنگ و دانش‌پژوهان گرامی طریق علم و معرفت که در این دو شماره، خالصانه یاور و همراه ما بودند ابراز نموده، امید داریم تا در شماره‌های آتی نیز با بهره‌گیری از نظرات تمامی فعالان و دلسوختگان این عرصه، مسیر رشد و تعالی حوزه ارتباطات پایتخت فرهنگ و تمدن ایران اسلامی و نیز میهن عزیزمان ایران، بیش از پیش فراهم شود.

باتقدیم احترام

عباس زمانی