

ژرف‌نگری و باریک‌اندیشی

در باب علل کجراهی و کژتابی برخی از روابط عمومی‌ها

سرمقاله

گریز ناپذیری کندوکاو در چرایی و چگونگی ناکارآمدی و تنگمائی شماری از روابط عمومی‌ها، به ویژه روابط عمومی‌های سازمان‌ها و نهادها، همچنین بایستگی ژرف‌نگری و باریک‌اندیشی در باب علل و عوامل پیدایش آسیب‌ها و چالش‌های فراگیر و فزاینده کژری و کجراهی در رفتارهای سازمانی و رویکردهای مردم‌گريزانه، نگارنده را بر آن می‌دارد که در این سرمقاله، پرتو خرد و روشنگری بر زوایای تاریک و پنهان بنای سست بنیان و متزلزل ناخدمتی بتاباند تا شاید برخی مدیران سرمست از باده غرور و ره به عبث پیموده در این نهادها به خود آیند و به مقتضای عقل و عدل، راه صواب در پیش گیرند. هرچند بیان پاره‌ای از حقایق، تلخناک و دردآلود است لیک به حکم خرد و داد، باید به جای اختفاء و انکار، آنها را بی‌پرده برشمرد و با سرانگشت تدبیر و کیاست، گره از مشکلات گشود.

بی‌شک در موقعیت حاد، حساس و سرنوشت‌ساز روزگار ما که به عصر شتاب، دنیای ارتباطات، جهان نوآوری و... موسوم و موصوف شده است، روابط عمومی‌های خلاق، کنشگر و پیشرو در آوردگاه رویارویی و ستیز با چالش‌های نوپدید، به پشتوانه پویایی درون سازمانی، اصلاح روابط و مناسبات برون سازمانی، دوری جستن از سطحی‌نگری، بهره‌گیری از آموزه‌های روز و ایجاد ساختارهای نوین و استوار سازمانی که به چابک‌سازی فرآیندهای سازمانی می‌انجامد، توانسته اند نقش‌های مانا و برجسته‌ای را در پیشبرد اهداف کلان ملی ایفا نمایند و این درحالی است که شوربختانه برخی از روابط عمومی‌های ناکارآمد، فاصله گرفته از اهداف راهبردی و جدا افتاده از شرایط آرمانی، برای احراز امتیازها و مصالح فردی و صرفاً به نیت تقرب و محبوبیت در نزد مافوق، چشم برحقایق جامعه فرو دوخته، وظایف اصلی و نیز وجدان اخلاقی و اجتماعی را در انجام رسالتی که باید به دوش بکشند، فراموش کرده و آینه دار خودکامگی، خود فریفتگی و رفتارهای نمایشی مدیران شده اند تا به یمن این خوش خدمتی‌های سیاست زده و شائبه آلود، مورد عنایت و بنده‌نوازی ارباب حشمت و اصحاب قدرت و ثروت قرار گیرند و با خون دل مردمان آرزومندی که چشم امید به بهبود اوضاع دوخته اند، سفره معیشت خویش را رنگین سازند!

و چه اسف انگیز و تلخناک است که اینان نه در مقیاس کلان رسالتی که به عهده گرفته‌اند، بلکه در حداطلاع رسانی ساده و متعارف به طور یک سوپیه و یک جانبه، صدای رسای مدیران و بازتاباننده توقعات آنها می شوند؛ چراکه در این مسیر یک طرفه راه مروده، هم‌اندیشی، همگرایی و همکاری با مردم را در مقام مخدومین جامعه بسته اند و رسانه های مجازی و غیرمجازی تحت اختیار را صرفاً و منحصرأ برای رساندن پیام‌ها و راهبردهای دستگاه‌های متبوع و مدیریت‌های مافوق به کار گرفته اند تا بدین سان خواسته یا ناخواسته پیوند خویش را با مردم بگسلند و از اهداف آرمانی خود فاصله گیرند.

در شماره‌های آتی فصل نامه جامعه شناسی روابط عمومی، به ابعاد و زوایای گوناگون موضوع مورد بحث و فحص در این جستار بیشتر خواهیم پرداخت. امید آن که با محک‌زدن عملکردها در قلمرو نقد، گام‌های بلند و استواری در راستای بهبود روش‌ها و فرآیندها برداشته و افق‌های روشن به روی آینده بهتر گشوده شود.

محمدرضا مهرابی