

گفت‌وگو

خودنمایی...

ادامه از صفحه ۲

البته دغدغه داشتن درباره حرف و سخن‌هایی که در رسانه‌های خارج از ایران مطرح می‌شود، دلیلی شده تا مسئولان در عمل به آن رسانه‌ها رسمیت دهند و در نتیجه محتوای تولیدشده در آن رسانه‌ها در اصطلاح جنجالی‌تر و مخاطب‌پسندتر باشد. رسانه‌ای هم که محتوای جنجالی تولید می‌کند و مخاطبانی از طیف‌های گسترده جامعه دارد، می‌تواند فضای مناسبی باشد تا سوژه‌ای را تبلیغ کند. در این اوضاع و احوال و در شرایطی که برای تبلیغ بسیاری از محصولات در صداوسیما، ما ممنوعیت وجود دارد که خیلی وقت‌ها دلیل اصلی آن را نمی‌توان فهمید و در مقابل برای تبلیغ محصولاتی که از نظر بهداشتی می‌تواند به سلامت خانواده‌ها آسیب وارد شود، هیچ محدودیتی وجود ندارد، فضای مجازی به عنوان یک رقیب قدرتمند و البته به‌صرفه برای بسیاری از افراد وارد میدان می‌شود و به‌نظر می‌رسد تا چند سال آینده گوی سبقت را نه تنها از صدا و سیما، خودمان که از شبکه‌های ماهواره‌ای هم بر باید و تبدیل به قدرتمندترین فضا برای معرفی و پرزنت محصولات مختلف شود. با توجه به سخنان دکتر مصطفی اقلیما و البته کنار هم قرار دادن پازل رسانه‌های داخلی و خارجی شاید این موضوع کم‌کم دارد دیر نیز می‌شود. اما خوب است همین الان مدیران فرهنگی در سطح کلان در کشور ما این تحذیرها را در نظر گیرند و تا فرصت هست، کاری کنند. خوب است تا هنوز امیدی وجود دارد، گامی در جهت بازگرداندن اعتماد عمومی بردارند و بیش از این با جامعه لجبازی نکنند.

گفت‌وگو

رسانه، سبک زندگی...

ادامه از صفحه ۲

به عبارت دیگر نوع پرداختن و مواجهه رسانه‌های جمعی به مباحث و مسائل سیاسی با موضوعات اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی باید تفاوت‌هایی به همراه داشته باشد. در این میان عرصه فرهنگ به سبب حساسیت زیاد و اهمیت فراوانی که برای ما دارد، شاید لازم است موقعیتی متمایزتر برای آن در نظر بگیریم؛ چراکه مزیت اصلی و سرمایه غنی کشور ما، همانا فرهنگ بوده و از رهگذر توجه ویژه به آن است که می‌توان در عرصه‌هایی چون سیاست، اقتصاد و اجتماع به پیشرفت و توسعه دست پیدا کرد. از منظر دیگر کشورها نیز ایران فرهنگی و مصادیق و جاذبه‌های آن، مورد توجه بوده و بر این اساس جایگاه خاصی برای ایران قائل هستند. عرصه فرهنگ نه تنها به سبب اهمیت تاریخی و قدمت آن برای ما، بلکه از نظر تأثیرات و موقعیت ویژه آن برای استمرار حیات اجتماعی و انسجام درونی جامعه از اهمیت بالایی برخوردار است. از این رو پرداختن به موضوعات فرهنگی و کلیت فرهنگ در رسانه‌های جمعی از حساسیت بالایی برخوردار است. در این بین به نظر می‌رسد فعالان عرصه رسانه که خود به نوعی فعالان فرهنگی هم به حساب می‌آیند، در بررسی، تحلیل و نقد حوزه فرهنگ با آگاهی به حساسیت حوزه فرهنگ اقدام کنند تا این گنجینه کهن و ارزشمند این مرزوبوم در دستان بی‌دای امروز متحمل خسران یا آسیب نگردد.



کوروش شیرازیان
روزنامه‌نگار



فکر می‌کنید مجلس شورای اسلامی در زمینه قانونگذاری می‌تواند کاری کند تا ارتباط میان مردم و رسانه‌ها و روابط عمومی‌ها در اندازه و کیفیتی بیش از پیش برقرار شود؟

به نظر من این موضوع راهکار قانونی ندارد. البته معنای این جمله به هیچ عنوان این نیست که مجلس شورای اسلامی علاقه‌ای به ایجاد این هماهنگی و برقراری رابطه بین مردم و رسانه‌ها و روابط عمومی‌ها ندارد. ما قوانین غیر ضروری زیادی داریم، اما به عقیده من این مشکل قانون نیست و اگر در این حوزه نیازمند به تصویب قوانین زودبازده فرهنگی هم باشیم، باید این قوانین، قوانین سلبی باشند. به عبارت دیگر، قوانینی که ویژگی برخوردی داشته باشند. تجربه نیز نشان داده، این موضوع به لحاظ روانشناسی پاسخ خوبی را به دنبال نخواهد داشت. بگذارید منظورم را با یک مثال بیشتر توضیح دهم. سال‌های سال است که همه جا می‌شنویم ما در کشورمان با مشکل کمبود آب روبه‌رو هستیم، بنابراین همیشه می‌شنویم که می‌گویند باید آب را کم مصرف کنیم. در حالی که از نگاه علم روابط عمومی و البته در دانش رسانه باید مردم را به شکلی هدایت کرد تا در ابتدا معنای مصرف را به خوبی دریابند و در ادامه مشکل کمبود را دقیقاً درک کنند. البته این موضوع به قانون هم احتیاج دارد تا به عنوان مثال با شخصی که روش صحیح را در مصارف خود اعمال نمی‌کند، برخورد شود. در نهایت من معتقدم قانون ظرفیتی اضافه است که می‌تواند در دستیابی به اهداف فرهنگی، استفاده شود. در این میان، نقش اساسی را سیاستگذاری، تربیت، تبلیغات و ارشاد در فرهنگ و بلوغ فرهنگی جامعه‌سازی می‌کند. اگر قوانین موجود در کشور را بررسی کنید در خواهید یافت که تعدادشان کم نیست، اما ما اینجا در مرحله اجرای قوانین با مشکل روبه‌رو هستیم.

با این توضیح، علت اجرا نشدن دقیق قوانین در کشور ما چیست؟

از نگاه من دلیل آن، عدم نظارت صحیح در اجرای قانون است. اگر مثلاً در بخش پیوست فرهنگی که مصوبه مجلس است و دولت دهم در آخرین روزهای تصدی خود آن را ابلاغ کرد، با جدیت رفتار کنیم، یعنی هر طرحی که قرار است در کشور اجرا شود، نگاه عمیق فرهنگی درباره آن مورد نظر قرار گیرد، حتی در طرح‌های اقتصادی، اجتماعی و سایر موارد می‌توانیم به نقطه‌ای برسیم که در نهایت مشخص شود بر اساس نیازمان حرکت کرده‌ایم و بر اساس شرایط موجود گام برداشته‌ایم. در پایان من معتقدم اگر امروز با همدلی و نظارتی منسجم حرکت کنیم، اصلاً در این زمینه، احتیاجی به قانون اضافی نداریم.

متخصص هستیم و در بسیاری از نهادها و اداره‌ها وقتی نیروهایی وجود دارند که از مدرک دانشگاهی برخوردار نیستند یا برای انجام خدمات اداری مورد استفاده قرار می‌گیرند یا آنها را راهی روابط عمومی می‌کنند. در حالی که من معتقدم باسوادترین انسان‌ها باید در بخش روابط عمومی هر نهاد و اداره‌ای مشغول فعالیت باشند. به نظر من، آنچه هم‌اکنون در پیش رو داریم، توجه به تخصص شخصی خودمان و نیاز جامعه نسبت به این تخصص و آنچه تولید می‌کنیم، خواهد بود. برای مثال در رشته مدیریت یکی از مهمترین بخش‌ها، توسعه روابط انسانی است. در واقع مدیر موفق کسی است که بتواند از ارتباط با سایر انسان‌ها به بهترین شکل استفاده کند و اساساً در برقراری ارتباط خوب با افراد گوناگون توانایی بالایی داشته باشد.

شاید خوب باشد که در این بخش از گفت‌وگو یک سوال بنیادین را مطرح کنیم. از نگاه شما اصلاً معنای دقیق روابط عمومی چیست؟

در ابتدا باید بگویم که اغلب ما معنای ظاهری روابط عمومی را می‌دانیم اما در اصل معنای روابط عمومی دانش برقراری ارتباطاتی خاص در رشته‌های خاص است. اگر بخواهم به عنوان کسی که سال‌ها در زمینه خبرنگاری فعالیت کرده به این پرسش پاسخ بدهم باید بگویم مهمترین ویژگی یک خبرنگار این است که بتواند با مردم به خوبی ارتباط برقرار کند. من می‌توانم با انسان‌های پیرامونم با یک جمله ارتباط بگیرم و از برقراری این ارتباط بهره بگیرم. در مقابل انسان‌هایی هم هستند که باید مدام خودشان را تشریح کنند، توضیح دهند و البته از دیگران به شکل بی‌دری عذرخواهی کنند. چرا؟ به این خاطر که توانایی اندکی در زمینه روابط عمومی دارند و شاید بهتر باشد بگویم در این حوزه دچار ضعف هستند.

با در نظر گرفتن توضیحاتی که تا این جای بحث مطرح شد، از نظر شما روابط عمومی خوب حاصل چیست؟

روابط عمومی صحیح حاصل یک روانشناسی عمیق و دقیق است. برای مثال یک خبرنگار باید بتواند با یک جمله با هر انسانی اعم از زن و مرد ارتباط برقرار کند. ممکن است یک نفر بپرسد خوب این جمله چیست؟ باید به ظرفیت طرف مقابل خود با ریزبینی نگاه کنید. این دقت عمل باعث تسهیل در ایجاد ارتباط عمومی می‌شود. یعنی یک روانشناسی کامل که به انسان‌ها کمک می‌کند تا با افراد پیرامون ارتباط خوبی برقرار کنند.

با توجه به اینکه شما در دوره پیش روی مجلس هم به خانه ملت راه پیدا کرده‌اید، آیا

دیگر چه مسیری طی شده که امروز ما در زمینه دانش روابط عمومی در این نقطه قرار گرفته‌ایم؟

به نظر می‌رسد علت این مساله را باید در علاقه شدید ما به خودنمایی و خوداظهاری جست‌وجو کرد. با بررسی این وضع می‌توان فهمید که ما در حوزه روابط جمعی با مشکلات جدی مواجه هستیم. در این مجال باید بپذیریم و البته اعتراف کنیم که غیبت‌ها، تهمت‌ها و اعمالی از این دست که در کشور ما به‌شدت مرسوم است، در کشورهای غربی اصلاً جایگاه تعریف‌شده‌ای ندارد و متداول نیست.

این شرایط بیشتر مربوط به وضعیت اجتماعی و فرهنگی کشور است یا می‌توان از نظر جغرافیایی هم آن را تحلیل و بررسی کرد؟

متأسفانه این مساله نه تنها در کشور ما بلکه در کل کشورهای منطقه به چشم می‌خورد و چنین شرایطی خود می‌تواند باعث کاهش ارتباطات جمعی شود. برای مثال رواج دروغ‌گویی، برابر با عدم توفیق در روابط عمومی است؛ چراکه تعریف بنیادین روابط عمومی، برگرفته از نگاه صحیح، راستگویی و دوری از جهت‌گیری‌های شخصی است. با این توضیح، از نظر من روابط عمومی علمی است که باعث پیشرفت و توسعه جدی جوامع انسانی می‌شود.

فعالان در حوزه رسانه و روابط عمومی باید چه شیوه‌ای را در پیش بگیرند که از طریق آن بتوانند گام‌های صحیح‌تری بردارند و به هدف و غایت فعالیت در این زمینه دست پیدا کنند؟

مساله روابط عمومی سال‌هاست که مورد بحث قرار گرفته و به نظر من علت اصلی عدم توفیق در این حوزه کمبود دانش مربوط به حوزه علوم ارتباطات است. روابط عمومی معنای گسترده‌ای دارد و در هر بخش در معنای مربوط به همان حوزه به کار برده می‌شود؛ در زمینه تجارت معنای خاص خودش را دارد و در عرصه تحصیل علم دارای مفهوم دیگری است. مثلاً رابطه بین استاد و دانشجوی معلم و دانش‌آموز. از سوی دیگر، تفاوت‌های زیادی بین مفاهیم مختلف روابط عمومی وجود دارد که باید به آن اشراف پیدا کرد و هر یک را در جای خود مورد استفاده قرار داد. امروزه شاخه‌های مربوط به این علم بسیار تخصصی است. بنابراین اگر بخواهید در رشته تجارت تحصیل کنید یکی از درس‌های مهم در این رشته دانشگاهی روابط عمومی مربوط به حوزه تجارت خواهد بود که باید با آن آشنایی کامل پیدا کنید و در نهایت بتوانید از آن برای پیشبرد اهداف کاری‌تان استفاده کنید. مایه تأسف است که امروز در کشور ما در این حوزه شاهد حضور افراد کمتر

از نگاه شما جایگاه روابط عمومی در دنیای امروز چگونه است؟

باور من این است که تفاوت بنیادین و اساسی انسان با سایر موجودات همین مساله روابط عمومی است. در حقیقت روابط عمومی همان رابطه روانشناسانه انسان با انسان است. در واقع علم روابط عمومی مهمترین عامل در پیشرفت و توسعه جامعه است. به همین دلیل هم می‌توان دید افرادی که در روابط عمومی دچار نقص‌هایی هستند معمولاً پایین‌ترین درصد موفقیت را در کارهای‌شان دارند. در مقابل، انسان‌های موفق همان‌هایی هستند که تلاش کرده‌اند با تمرکز روی مقوله روابط عمومی ارتباط عمیق‌تری با جامعه هدف‌شان برقرار کنند. البته روابط عمومی صرفاً محدود به اخلاق و رفتار نمی‌شود بلکه شامل این موضوع نیز می‌شود که شما بدانید چه زمانی با چه کسی و در چه شرایطی ارتباط بگیرید و توانایی‌های آن انسان را مورد استفاده خود قرار دهید. بنابراین علم روابط عمومی را شاید بتوان در این عبارت خلاصه کرد: توانایی برقراری ارتباط در زمان مناسب، با شخص مناسب و به شیوه مناسب.

با توجه به توضیحات شما، کارکرد روابط عمومی در عصر حاضر را چطور می‌شود توصیف کرد؟

در علوم ارتباطات در دنیای امروز علم روابط عمومی از اهمیت بالایی برخوردار است و حتی در کشورهای صنعتی برای فروش کالا‌های خود نیاز به روابط عمومی پیشرفته و گسترده به عنوان مهمترین دغدغه در جهت معرفی و فروش یک محصول خاص در نظر گرفته می‌شود. البته چند سالی است که در کشور ما هم دارد توجهاتی به این دانش می‌شود اما راه بسیار طولانی است و باید در این باره کارها به شکل مستمر و دقیق پیش برود تا بتوانیم به نتایجی که انتظارش را داریم، دست پیدا کنیم. در این ایام یکی از اساسی‌ترین مشکلات موجود در کشور ما در حوزه‌های مختلف از جمله در عرصه تولید، عدم توجه کافی به دانش روابط عمومی است تا جایی که برخی بر این باور هستند که ما ایرانیان به علت عدم توجه و فقدان آموزش صحیح در حوزه روابط عمومی به قدری دچار مشکل شده‌ایم که حتی در ورزش‌های جمعی توفیق چندانی نداریم و بیشترین به سمت فعالیت‌های انفرادی گرایش پیدا می‌کنیم. اگر به سخنان افراد مختلف در زمین ورزش در سال‌های گذشته دقت کنید این گزاره را بارها و بارها می‌توانید در میان کلام افراد سراغ بگیرید.

وضعی که برای خوانندگان این نوشته تصویر کردید، متأسر از چه دلایلی است؟ به بیان