

## ارتباطات اجتماعی

### به قلم: هادی زمانی

ارتباط بدون واسطه بین انسان‌ها همیشه به عنوان ساده‌ترین مدل فرایند ارتباطی مدنظر اندیشمندان این عرصه قرار داشته است. این نوع ارتباط هر چند بسیار ساده به نظر می‌رسد اما از مؤثرترین و کارآمدترین مدل‌های ارتباطی محسوب می‌شود. در این مدل که به ارتباط میان فردی نیز معروف است، پیام‌دهنده بدون هیچ واسطه‌ای پیام خود را به پیام‌گیرنده منتقل می‌نماید. هر چند از نقطه نظر دکتر ساروخانی در جامعه‌شناسی ارتباطات «ارتباط انسان‌ها هرگز به طور مطلق بی‌واسطه نیست» بایستی توجه داشت در فرایند ارتباط «میزان کارایی ارتباطات به درک دوجانبه ارتباط برقرارکنندگان از علائم موجود بستگی دارد» (بورکو و همکاران، ۱۳۸۰: ۱۱)

اهمیت این مدل ارتباطی در شکل‌گیری وظایف روابط عمومی تا بدان جا اهمیت یافته است که یکی از مهم‌ترین وظایف روابط عمومی برقراری ارتباط مستقیم با مخاطبین و جامعه هدف مربوطه عنوان شده است. «اهمیت روابط اجتماعی به عنوان مسئولیت خاص روابط عمومی بر مدیریت شبکه‌های بالقوه و موجود، تعامل ارتباطی سازمان‌ها و جامعه که به نفع هر دو طرف باشد، متمرکز است. این امر مقرر می‌دارد که روابط عمومی از کارکردهای ارتباطی برای داشتن تعاملی هدفمند و تعهد برای انجام مذاکرات استفاده نماید. چهارچوب‌های این فرایند در مفهوم حقوق و مسئولیت‌های شرکت‌کنندگان نهفته است و با قدرت نظر جمعیت مشخص می‌شود.» (هیث، ۱۳۸۴: ۲۵۷)

پس به واقع می‌توان ارتباطات اجتماعی را که به طور ناصحیح توسط بعضی دست‌اندرکاران این حرفه ارتباطات مردمی نیز نامیده می‌شود، برقراری ارتباط بی‌واسطه با جامعه خصوصاً جامعه هدف و مخاطبین سازمان ذیربط در راستای جلب نظرات، آگاه‌سازی و مشارکت ایشان در جهت تحقق اهداف سازمان بر اساس اصل «قدرت نظر جمع» تعریف نمود. بر این اساس کارشناسان روابط عمومی موظف‌اند در سطوح مختلف سازمان و با شناسایی مخاطبین ذیربط در سطوح تعریف شده ذیل، ارتباطات مؤثر، کارآمد، دوجانبه و پایدار برقرار نمایند.

الف) ارتباط محلی

ب) ارتباط جهانی

ج) ارتباط احساس برانگیز

د) ارتباط برنامه ریزی شده (معطوف به هدف)

ه) ارتباط بازتابی

اما بایستی توجه داشت هنر یک کارشناس روابط عمومی در استفاده از فرایند ارتباطات اجتماعی فراتر از برقراری ارتباط برنامه ریزی شده و احساسی در سطح شهرستان، استان و سطح بین‌المللی است. یک کارشناس روابط عمومی زیرکانه به مفهوم فرا ارتباط دست می‌یازد. او از هر نشانه، اشاره، حرکت و در هر موقعیت زمانی و مکانی که قرار دارد در جهت برقراری ارتباط استفاده می‌نماید. هر چند در ابتدا امر، هدف از پیش تعیین

شده‌ای وجود ندارد و افراد بدون هیچ اطلاعی در جریان فرایند ارتباط قرار می‌گیرند اما پس از برقراری ارتباط، میزان کارآمدی ارتباط در راستای همسویی با اهداف تعیین شده سازمان مشخص می‌شود.

در سال ۲۰۱۱ میلادی «کیاران کانولی» و «مارتین کلی» ضمن بررسی سرمایه اجتماعی در سازمان به مفهوم «سازمان‌های سرمایه‌گذاری اجتماعی» دست یافتند. یافته‌های آن‌ها حاکی از آن است «درک بهتر چگونگی محاسبه مشارکت اجتماعی می‌تواند با توسعه سازمان‌های سرمایه‌گذاری اجتماعی» ایجاد شود.

عمدتاً مؤثرترین ارتباطات اجتماعی بدون هیچ هدف و برنامه مشخصی شکل می‌گیرند که به دلیل برخورداری از جنبه احساسی، عاطفی و قرار داشتن بر حسن اعتماد متقابل و تفاهم، در زمینه فعالیت‌های برنامه‌ریزی شده جاری نیز، اثرات بالقوه‌ای از خود برجای گذاشته‌اند.

شاید از مهم‌ترین کارکردهایی که بر عهده کارشناس روابط عمومی در این حوزه قرار دارد عبارت‌اند از: شناسایی مخاطبین و برنامه‌ریزی در جهت کاربرد تکنیک‌ها و ابزارهای لازم در راستای برقراری ارتباط مؤثر، کارآمد، دو جانبه و پایدار با مخاطبین و جلب نظرات و دیدگاه‌های آن‌ها بر اساس روش اجرایی استاندارد و طبقه‌بندی اطلاعات به دست آمده در جهت استفاده بهینه

**منبع: کتاب روابط عمومی اثربخش و فراگیر**