

نقش هنر هشتم در عصر فناوری اطلاعات و ارتباطات

نویسنده: محمدرضا مهرابی

نظریه پردازی و اندیشه ورزی در حوزه علوم ارتباطات و باریک‌اندیشی و ژرفش در امر تمشیت امور و خلق روابط و مناسبات پویا سرشت، دانش‌بنیان و برگرفته از علوم جامعه‌شناختی و روانشناسی جامعه شهری، طی سال‌های اخیر از رویکردهای نوین علمی و نیز از رخدادهای بزرگ و سترگ در قلمرو کارکردهای روابط عمومی‌ها بوده است، به نحوی که نتایج درخشان این جریان نوپدید را می‌توان در کنشگری و پویشگری، انتظام، انسجام و توسعه درون‌زا و روزافزون این نهاد شاهد بود.

انگیزه حقیقت‌یابی و حس واکاوی‌های علمی در پدیده‌های اجتماعی، دریچه‌های نوینی را به روی ما می‌گشاید تا نظارت دقیق‌تر و شناخت عمیق‌تری بر اوضاع و احوال جامعه و چالش‌های گوناگونی که خاستگاه و زمینه‌های ظهور و بروز آن‌ها، نیازها و ضرورت‌های اجتماعی است، به وجود آید.

روابط عمومی‌ها بر پایه‌ی این رویکرد نوین که در ماهیت امر، متکی به یک سلسله تحقیقات و پژوهش‌های دامنه‌دار علمی می‌باشد، توانسته‌اند با افت‌وخیزهای فراوان، نقش تاریخی خود را در پیشبرد سیاست‌ها و هدف‌های کلان و راهبردی خود ایفا کنند و از عهده برقراری ارتباطی دوسویه بین مردم و مسئولان، کارگزاران و کنشگران خلاق در نهادهای مدنی و خدمت‌رسان برآیند.

بنابراین امروزه، روابط عمومی‌ها خود را از حصارهای تنگ و قالب‌های خشک و ناکارآمد سنتی که مهم‌ترین خصلت ذاتی و کارکرد ماهوی آن اعمال و تحمیل ارتباط یک‌جانبه از بالا بود، رها ساخته و با این باور که ارزشمندترین سرمایه نهادهای شهری همانا اعتماد مردم است، توانسته‌اند به پشتوانه بهره‌گیری از فن‌آوری‌های پیشرفته علوم ارتباطات و استفاده بهینه از سامانه‌های هوشمند و الکترونیک، ضمن تبیین سیاست‌ها، هدف‌ها و برنامه‌هایی که بر مبنای نیازسنجی تدوین می‌گردد، روابط دوسویه و تنگاتنگی بین سازمان‌های خدمت‌رسان و مردم برقرار سازند و بدین منوال منشاء خدمات ارزنده و ماندگار گردند.

البته ناگفته پیداست که در گذرگاه توسعه و پیچیده شدن ارتباطات اجتماعی، روابط عمومی‌های خلاق نه تنها هدف‌ها، برنامه‌ها و سیاست‌های کلان و راهبردی سازمان‌های متبوع را به نیکی تبیین و سیمای واقعی دستگاه‌های خدمت‌رسان را به نحوی شایسته و درخور آیینی‌داری می‌کنند، بلکه به عنوان صدای رسای مردم، توقعات و انتظارات آنان را به شیوه‌های گوناگون بازمی‌تابانند تا هیچ خلل و گسستی در سلسله روابط و مناسبات مطلوبی که از ملزومات اعتمادسازی به مثابه ارزشمندترین سرمایه اجتماعی است، ایجاد نگردد.

گفتنی است که در عصر شتاب و دوران حساس و سرنوشت‌سازی که علوم ارتباطات به عنوان یک ضرورت تاریخی و رویکرد جهان‌شمول، نقش‌های بدیع و نوین بر روابط و مناسبات جوامع انسانی انداخته است، مدیریت راهبردی و فرارویدیه از پژوهش‌های علمی در حوزه فعالیت روابط عمومی‌ها، بیش از پیش اهمیت یافته و حس کاوشگری و باریک‌بینی جامعه‌شناسان، اندیشمندان و محققان را در قلمروهای مختلف برانگیخته است.

به هر تقدیر، روابط عمومی‌های مبتنی بر دانش ارتباطات، نقش بسیار تعیین‌کننده‌ای در تسهیل امور اجتماعی، انسجام‌بخشی برنامه‌های سازمانی، تسریع امور روزمره و در غایت امر، تحقق آرمان‌های جامعه بر عهده دارند.

روابط عمومی را از روی حکمت و عقلانیت، «هنر هشتم» نامیده‌اند، زیرا حقیقت ایجاد وفاق و همدلی، همگرایی و هماهنگی بین مردم در مقام مخدومان جامعه و سازمان‌ها به عنوان نهادهای خدمتگزار، مستلزم خلاقیت و نوآوری، هوشمندی، شکیبایی، مردم‌شناسی، برنامه‌ریزی جامع علمی، هدف‌گذاری و سازوکارهای دیگری است که ترکیب و تلفیق به هنگام و دقیق این عوامل و عناصر به نحوی که منجر به خروج از شرایط بحران و بهبود اوضاع شود، خود هنری است والا از جنس عشق و عقل که همانند سایر هنرهای وجوه مشترک و مشابهی دارد.

در نقد و تحلیل هر هنری، سه ویژگی و شاخصه ملاک ارزیابی قرار می‌گیرد که عبارت‌اند از: «خلاقیت»، «بهره‌وری» و «التذاذ»

این سه خصیصه را در یک روابط عمومی پویا، خلاق و کارا می‌توان متبلور دید، زیرا نخست اینکه تا خلاقیتی در آن نهفته و سرشته نشده باشد، هیچ‌گاه توفیقی در تحقق اهداف و منویات سازمانی حاصل نخواهد آمد و با عدم بهره‌گیری از دانش روز، فرجامی نیکو عاید نخواهد شد. دوم اینکه تا مؤلفه‌ی بهره‌وری که رکن اصلی موضوع و معیار شناخت کارایی و توانمندی سازمان در تحقق هدف‌ها است، فاقد تأثیر باشد ثمره‌ای در این باغ بی‌برگی به بار نخواهد نشست و سوم این که تا احراز آن دو ویژگی که برشمردیم میسر نگردد، نیروی التذاذ و حظ وافر بردن از خدمات در مردمان برانگیخته نمی‌شود.

پس بدین منظور، روابط عمومی‌ها باید به مقتضای عدل و عقل اصول ذیل را در کانون توجه خویش قرار دهند:

- در امر اطلاع‌رسانی باید تفهیم و تبیین را جایگزین تبلیغ‌های زائد و سفارشی سازند تا شائبه‌ای در بزرگ‌نمایی خدمات و محصولات قابل عرضه در اذهان عمومی و مخاطبان حادث نگردد.
- خود را از بند یک جهت بینی و التزام محض نسبت به سازمان‌های متبوع برهاند زیرا اگر از عهده ایجاد ارتباط دو سویه بین مردم و مدیریت سازمان عاجز باشند، نه تنها در ایفای وظیفه و انجام رسالت توفیقی نخواهند داشت، بلکه ناخواسته ناقض اصول و اهداف سازمانی خواهند شد.
- روابط عمومی‌ها در بهره‌گیری از فن‌آوری‌های نوین ارتباطی و تحقق دولت الکترونیک، وظایف سنگین و حساسی دارند. از این رو باید آن را یک ابزار کارساز جهت تسهیل امور بدانند نه هدف. باید ایمان بیاورند که در ورای همه این ساز و کارها، هدف‌های متعالی‌تر و بزرگ‌تری وجود دارد که در جلب رضایت مردم و مخاطبان خلاصه می‌شود.
- روابط عمومی در فرایند تکامل زیستی خود به تخصص‌گرایی کشیده شده است. تخصص در این قلمرو گشاینده بسیاری از مشکلات است و ما را از عمل‌گرایی و اتلاف سرمایه‌ها باز می‌دارد. لیک نباید فراموش کرد که به صرف اندیشه پردازی و تأکید بر نظریه‌های علمی در این حوزه نمی‌توان به مقصود رسید. تطبیق خلاقانه نظریه‌ها با شرایط خود ویژه جامعه و ملحوظ داشتن دقایق و ظرایف جامعه‌شناختی شهری از اهمیت بیشتری برخوردار است که باید در مرکز توجه قرار گیرد.

- روابط عمومی‌ها نماد هویتی، معرف ماهیت و نیز بازتاباننده صورت و سیرت یک سازمان می‌باشند؛ بنابراین ضعف و قوت عملکردی آن‌ها در شکست و موفقیت اهداف سازمانی دخالت تام دارد.

بیاید در این راه، فانوس دانایی برافروزیم و آمال و آلام خویش را با آرزوها و دردهای مردم مشترک سازیم تا بدین سان، راه رسیدن به ساحل صحیح سعادت هموار شود.

بیاموزیم که نظریه‌های علمی در این حوزه، هنگامی می‌تواند حقانیت و اصالت خود را به اثبات برساند و ما را به مقصد رهنمون شوند که مهتاب عشق بر جان راهیان آن بتابد، و گرنه نظریه‌هایی که در قالب‌های تنگ روش‌شناختی محصور و محدود است، بدون داشتن جان‌های شیفته، ناکارآمد، سترون و عبث خواهد بود و موجب ناکامی مان در آینه داری حقایق و اصلاح امور جامعه می‌گردد.

آری باید دانش و فن‌آوری‌های نوین و پیشرفته‌ی روز در حوزه دانش ارتباطات را با خمیرمایه عشق، ابداع و ابتکار و اعتقاد به ارزش‌های ماندگار بشری در هم آمیخت تا روابط عمومی‌ها در انجام رسالتی که بر عهده دارند، کامیاب و پیروز گردند.