

## وفاداری به اصول روابط عمومی در عصر سیاره‌ای شدن

اصفهان - بهمن توکلی فرد

در بیان اهمیت روابط عمومی گفته مرحوم دکتر حمید نطقی پدر علم روابط عمومی در ایران را نباید از نظر دور داشت که "یک روابط عمومی خوب همیشه نزد مدیر سازمان خود، مدعی العموم و نزد مردم، مدافع سازمان است."

اما به نظر می‌رسد که همه روابط عمومی‌ها آن‌گونه که مورد انتظار این فن و علم ارتباطی است همیشه به شعارهای اساسی این حرفه مانند، مردم‌داری، اطلاع‌رسانی و ... پایبند نیستند و احتمالاً آن‌ها را در صحنه عمل رعایت نمی‌کنند و فقط به فکر گرفتن لوح و تندیس‌اند!

این در حالی است که نهاد روابط عمومی به مرور زمان و بدون اینکه خدشه‌ای به شعارها و اصول حرفه‌ای آن وارد شود، مثل بسیاری از وسایل امروزی از جمله وسایل مختلف ارتباط جمعی، از پیشرفت‌های علمی و فناوری‌های نوین، به ویژه فناوری‌های تازه در فضای مجازی نیز بهره‌مند شده است تا آنجا که در این مسیر امروزه از آن به عنوان روابط عمومی الکترونیک یاد می‌شود.

از منظر کارشناسان و صاحب‌نظران این رشته و حرفه علمی و هنری، روابط عمومی واقعی آن است که با وجود همه پیشرفت‌هایی که در فناوری‌های ارتباطی به وجود می‌آید، هیچ‌گاه شعارها و اصول حرفه‌ای و متعارف این شغل غافل نشود و در رعایت آن‌ها از خود کم‌توجهی و قصور نشان ندهد و بیش از پیش به آن در عصر سیاره‌ای شدن وفادار باقی بماند.

نکته‌ای که اینجا قابل ذکر است نقش و کارکرد و همایش‌ها آن هم از نوع روابط عمومی است که فعلاً در این مقاله به آن نمی‌پردازم ولی به عنوان پیشنهاد ارزیابی نتایج و کارکردهای این همایش‌ها است که باید مورد توجه قرار گیرند.

ثمرات این‌گونه نشست‌ها که باید روابط عمومی‌ها به آن توجه کنند این است که: علاوه بر طرح نوآوری، توانایی افراد را هم ارتقاء ببخشد. نباید به شکل تجاری به این همایش‌ها نگاه کرد و اسپانسرها و کارگزاران روابط عمومی‌ای که نه وکیل مدافع بوده و نه مدعی حتی در اطلاع‌رسانی و به‌عنوان بال دیگر پرواز با رسانه‌ها بیگانه و پاسخگو نبودند بلکه ...! مورد تمجید قرار داد. باید فضای رقابت صحیح و مشروع و سالم را باز کرد.

امید آنکه موارد فوق در کانون توجه برگزارکنندگان روابط عمومی قرار گیرد و شأن این حرفه را با حرکات سمبولیک پایین نیاورند و روابط عمومی‌ها هم با حضور فعال خود سعی کنند خود را ارتقاء دهند و سازمانشان را پویا کرده و از پیچیدگی برهاند و خدمت به مدیریت را نه خدمت به مدیر را سرلوحه کارشان قرار دهند تا با فطرت اجتماعی و پذیرش حضور دیگران و نفی اهداف شخصی، به اهداف سازمانی دست یابند.

پایان سخن آنکه اگر انتقال کارها به افکار عمومی انجام نشود، روابط عمومی کار نکرده است.