روابط عمومی نمی تواند تبلیغ «هیچ» بکند/ گفت و گو

پاکزاد، احمد

-روابط عمومی علم،هنر و فن است.علم است به خاطر اینکه بر یک سری تئوریها و نظریه‏های علمی مبتنی‏ است،فن است برای اینکه از ابزارهای گوناگون استفاده‏ می‏کند و هنر است،چون اگر کسی تمام تخصصهای لازم‏ روابط عمومی را داشته باشد اما نتواند ارتباط خوبی‏ برقرار کند هنر لازم روابط عمومی را نداشته است.

روابط عمومی در بنیاد مسکن علاوه بر وظایف کلی‏ روابط عمومی سازمانهای دیگر وظایف مهمتری نیز بر عده دارد.بنیاد مسکن نهادی است منتسب به حضرت امام‏ (ره)که مخاطبینش محرومان جامعه هستند و انتظارات‏ آنان بیشتر و پیچیده‏تر است،اما به‏طور کلی باید برنامه‏ها را در جهت حفظ تفاهم،تداوم تفاهم و ابلاغ به‏ موقع اطلاعات سازماندهی کند.معرفی فعالیتهای بنیاد و خدمات انجام شده از حساب 100 امام(ره)از اهم آنها بشمار می‏رود.

نقش روابط عمومی در جذب مشارکت‏ مردمی چه می‏تواند باشد؟

-مشارکت را زمانی تعریف می‏کنیم که بخواهید به توسعه‏ برسیم،اولین قدم در توسعه مشارکت است،مشارکت‏ یعنی اگر بخواهید توسعه پایدار و ماندگار و نهادینه داشته‏ باشیم،باید از کلیه اقشار و گروههای مختلف در سطح‏ جامعه استفاده کنیم و این مشارکت اینگونه نییست که به‏ گروههای مختلف بگوییم که بروند و کاری را شخصاً انجام‏ دهند بلکه باید آنان خودشان بخواهند و بگویند که ما حاضریم انجام کار یا یک بخشی از مسئولیتی را برعهده‏ بگیریم.برای جلب مشارکت هم به شناخت افکار عمومی‏ نیاز داریم و زمانی عموم مردم قانع می‏شوند که افکار آنان را بشناسیم و بدانیم آنها به چه چیزی فکر می‏کنند؟ چه نیازی دارند؟و آیا ما می‏توانیم این نیازهای آنان را برآورده نماییم و یا اگر نمی‏توانیم،چگونه این وضعیت‏ فعلی را تغییر بدهیم به سمتی که نیازهای آنان برطرف‏ شود.اگر افکار عمومی را شناختیم،یاد خواهیم گرفت که‏ چگونه مشارکتها را جلب کنیم.این کارها همه در حیطه‏ وظایف روابط عمومی است.

آیا در حال حاظر روابط عمومی بنیاد مسکن به ابزارها و امکانات لازم جهت‏ شناخت افکار عمومی و جلب مشارکت نیاز دارد؟

-ما در روابط عمومی سربازانی هستیم که ابزارمان‏ «اطلاعات»است،در حال حاظر ما کمتر از پنجاه درصد این اطلاعات را در اختیار داریم و بقیه را می‏توانیم با اصلاح روند گردش اطلاعاتی در مجموعه بنیاد به دست‏ آوریم و بعد از پردازش در اختیار عمومی قرار دهیم،این‏ اطلاعات است که آنان را قانع می‏کند.در مورد ملزومات‏ سخت افزاری مثل نیروی انسانی و وسایل موردنیاز آنان‏ تقرباً به مقدار کافی وجود دارد ولی باید همه اینها بهینه‏ شوند و ما فعلاً در مسیر بهینه‏سازی حرکت می‏کنیم.

ارتباط روابط عمومی دفتر مرکزی با روابط عمومی استانها چگونه بوده؟

-ما باید برای روابط عمومی استانها و دفتر مرکزی یک‏ ارتباط جدید تعریف کنیم و شرح وظایف جدید برای آنها تدوین نماییم،البته این جدید بودن نه این است که با فعالیتهایی که الان دارند متفاوت باشد بلکه این وظایف به‏ نوعی کامل‏تر و فراگیرتر شده باشد یعنی در یک استان‏ روابط عمومی باید بداند چه کاری انجام بدهد که هم‏ آهنگ با سایر استانها باشد،چه خدماتی را باید به روابط عمومی دفتر مرکزی بدهد و روابط عمومی دفتر مرکزی‏ چه خدمات متقبلی را تعهد می‏کند.در کنار اصلاح‏ ساختار اداری بنیاد مسکن که طرحی فراگیر است،اصلاح‏ ساختار روابط عمومی هم پیش‏بینی شده است.

روابط عمومی برای جلب کمکهای مردمی‏ به حساب 100 چه برنامه‏هایی دارد؟

-بنیاد مسکن دارای دو فعالیت است،اولی فعالیت‏ ساختمان‏سازی است که طی دو دهه گذشته به آن پرداخته‏ و فعالیت اصلی آن را تشکیل می‏داده و دیگری فعالیت‏ جلب کمکهای مردمی به منظور تداوم فعالیت اولی است.

این فعالیت در دنیای فعلی از چنان اهمیتی برخوردار است‏ که سازمانهای بسیار گسترده‏ای بر این مبنا تأسیس شده و تلاش می‏کنند،حالا بنا به دلایلی حساب 100 امام(ره)که‏ شاید تعبیرش همان جلب کمکهای مردمی است آن‏طور که‏ باید مدنظر قرار نگرفته است.متولی این فعالیت و جلب‏ کمکهای مردمی مسلماً روابط عمومی است.مردم‏ کمکهای نقدی خود را موقعی به حساب 100 واریز می‏کنند که مطمئن باشند پولی پرداخت می‏کنند در محل‏ صحیح آن خرج می‏شود.برنامه روابط عمومی برای‏ آینده برهمین مبنا طراحی شده است.

ما قصد داریم از کلیه ابزارهای ارتباطی کمال استفاده را ببریم و خوراک ذهن مردم را تهیه نماییم و بنیاد به این‏ باور رسیده که در این را باید سرمایه‏گذاری نماید.

درآمد ناشی از حساب 100 امام از طریق جلب کمکهای‏ مردمی،رقم قابل توجهی خواهد بود که هیچ مدیری از آن‏ نمی‏تواند بگذرد.به امید خدا به تدریج که این برنامه به‏ اجرا درآمد مردم در جریان قرار خواهند گرفت.اما لازم‏ به ذکر است مطالعات گسترده‏ای در این راستا آغاز گردیده‏است.

آیا عملکرد و فعالیتهای خود بنیاد و آنچه که‏ عیناً برای مردم محروم انجام داده نمی‏تواند به‏ عنوان ابزار تبلیغ بسیار قوی جهت جلب‏ کمکهای مردمی به حساب 100 باشد؟

-مسلماً همین‏طور است و در نهایت روابط عمومی هر چقدرهم قوی باشد اگر بنیاد کاری انجام ندهد و عملکردی‏ نداشته باشد نمی‏تواند کاری از پیش ببرد،ما آنچه را توسط واحدهای دیگر بنیاد انجام شده به مردم نشان‏ می‏دهیم و روابط عمومی نمی‏تواند تبلیغ«هیچ»را بکند!

آنچه که گفته می‏شود باید عیناً برای مخاطبین قابل لمس‏ باشد،آن موقع است که حساب 100 تقویت می‏شود چون‏ مردم اقناع شده‏اند.پس عملاً فعالیتهای بخشهای دیگر است که به ما کمک می‏کند.

ما نمی‏خواهیم با نگاه تجاری برای حساب 100 تبلیغ کنیم، یعنی اینکه طبق تعریف تبلیغ،آن‏قدر واژه را تکرار کنیم‏ که در ذهنهای مخاطبین نقش ببندد و این نقش بستن در اذهان غیر ارادی باشد،ما می‏خواهیم مردم با اقناع به‏طور کاملاً ارادی با پای خودشان و در کمال اطمینان به بانک‏ بروند و به حساب 100 کمک کنند.این اتفاق باید بیافتند که بخشی از آن با فعالیتهای خود بنیاد است و بخشی هم‏ فعالیتهایی است که روابط عمومی برای حساب 100 شروع کرده است