بیدار باش به روابط عمومی و تبلیغات

سبحانی، حسین

روابط عمومی که به یک خواب بیست و چند ساله در کشورمان فرو رفته بود،چند سالی است که‏ بوسیله اساتید و صاحب نظران از خواب بیدار شده است و اینان در پی آن هستند که روح تازه‏ای در آن‏ دمیده شود،تا شاید زمان خفته را جبرانی باشد.

مدیریت روابط عمومی که دارای سه وظیفه 1-اطلاع رسانی،2-اطلاع یابی،3-مشاوره و ارتباط می‏باشد باید سعی و تلاش فراوانی در آغاز کند و با مطالعه فنون و راهکارهای جدید،خود را با علم روز دنیا همگون سازد.متأسفانه در کشورمان هنوز این رشته تحصیلی و مدیریت روابط عمومی در سازمانها و نهادها و...بخوبی جا نیفتاده و آنرا بخش ناکارآمد و فقط بعنوان یک تبلیغات‏چی و یا مجری برنامه‏های ملی و مذهبی قلمداد می‏کنند.در صورتی که در کشورهای پیشرفته،وظیفه‏ مدیران روابط عمومی بسیار تعریف شده است و آنها تقریبا ماهانه 50 هزار دلار دستمزد دریافت می‏ کند،اما...!

علی رغم تولد مجدد این رشته امید است مسئولین،اساتید،دل سوختگان و علی الخصوص‏ دانشجویان این رشته تلاش خود را دو چندان نمایند تا روابط عمومی به جایگاه اصلی خود برسد.

یکی از شاخه‏های روابط عمومی،تبلیغ و تبلیغات می‏باشد.از دیدگاه نگارنده تبلیغات را می‏شود به نوری تشبیه کرد که به محیط تاریک،از مسافت دوری تابیده شود و با نزدیک شدن نور،شعاع دید را کاملتر شده و واقعیت موجود در محیط آسان‏تر رؤیت گردد.لذا تبلیغات هم به همین صورت عمل‏ می‏کند بگونه‏ای که در تبلیغ یک محصول آنقدر به آن هویت می‏دهند که مخاطب فقط آنرا همان نور فرض می‏کند که در تاریکی بود.شاید از مرغوبیت و استانداردهای بین المللی از محصول مشابه خود از کیفیت پایین‏تری برخوردار باشد.اما از دید بیننده فقط محصول مذکور حرف اول را میزند.اینجاست‏ که نقش تبلیغات نمایان می‏شود.به همین خاطر می‏باشد که هزینه‏های سرسام آوری را بابت‏ تیزرهای تبلیغاتی پرداخت می‏کنند.

در تبلیغات فرهنگی هم به روشهای گوناگونی دست میزنند تا اهداف خود را به دیگران دیکته‏ کنند.بعنوان مثال کشورهای غربی و بخصوص دشمنان اسلام،تبلیغات فرهنگی غیر اخلاقی را بر علیه جوانان ما آغاز کرده‏اند که دارای اهداف تعیین شده‏ای می‏باشد و سعی در نابودی اعتقادات، فرهنگ و آیین جوانان مومن و متعهد این مرز و بوم دارند اما،متأسفانه در جواب این همه تبلیغ سوء، تا کنون از طرف رسانه‏های ملی و گروهی ما هیچگونه تبلیغ دینی،مذهبی و فرهنگی همسو با اعتقادات و آیین اسلامی صورت نگرفته است(اگر هم بوده بسیار کم رنگ و گذرا).لذا نظر حقیر این‏ است که باید رسانه‏های ملی در خصوص مسائل مختلف اجتماعی،فرهنگی و مذهبی،دست به(به‏صفحه تصویرمراجعه شود) روشهای تبلیغی گسترده و حساب شده‏ای بزنند تا جوانان خود را در محیطی روشن ببینند،واقعیت‏ وجودی خود را احساس کرده و به جایگاه معنوی خود پی ببرند و خود آنها باشند،که با تبلیغات و اشاعه‏ زیبای فرهنگ اسلامی،افکار عمومی دیگر کشورها و دیگر ملل را تحت تأثیر عقاید و دیدگاههای خود قرار دهند.امید است در دولت خدمتگزار و مردمی در این زمینه گامهای مؤثر برداشته شود تا شاهد کم رنگی تبلیغات منفی در اذهان عمومی مردم باشیم.