

نخستین همایش آموزشی

مدیران روابط عمومی

صداوسیما



دورنمای آینده

روابط عمومی

در دور رسانه

فراگیر

قسمت اول



اولین همایش آموزشی مدیران روابط عمومی سازمان صداوسیما جمهوری اسلامی ایران در روزهای ۲۲ الی ۲۴ مهرماه ۷۶ با حضور دکتر لاریجانی رئیس سازمان، برخی از معاونان و مدیران کل و تمامی مدیران روابط عمومی این سازمان در تهران برگزار شد. نظر به اهمیت موضوع، مطالب این سمینار در دو قسمت درج می‌شود.

جلسه افتتاحیه همایش در ساعت ۹ صبح روز ۲۲ مهر در سالن آمفی‌تئاتر ساختمان طرح و توسعه با سخنرانی آقای دکتر لاریجانی ریاست سازمان صداوسیما آغاز شد.

در این جلسه آقای دکتر لاریجانی درباره "صداوسیما، چشم‌اندازی به آینده در عصر ارتباطات" سخنانی به این شرح ایراد کرد:

"برای نشست شما آرزوی توفیق می‌کنم که در شرایط مهمی در عصر ارتباطات، برای سازماندهی آتی روابط عمومی برنامه‌هایی را متناسب با جایگاه آن تدارک می‌بینید و در این مقوله مهم رایزنی می‌کنید. شاید از حدود یک دهه گذشته این فکر به طور جدی‌تری در عرصه مسائل فرهنگی و ارتباطاتی مطرح شده و به طور جدی فکر اندیشه‌مندان را به خود مشغول کرده که ما چه نگرشی برای زیستن انسان در عصر آتی داریم؛ ظاهراً مؤلفه‌های زیستن تا حد زیادی تغییر کرده است. اگر نوع تعامل و ارتباطات در یک دهه گذشته، خصوصیات فردی و حداکثر علمی را به خود اختصاص می‌داد، امروز

وضع‌ی قرار خواهیم گرفت و در پناه تکنولوژی‌های جدید، چه تصویری از دورنمای تکنولوژی‌های رسانه‌ای در دنیا خواهیم داشت. باید روشن کنیم که اصولاً ارتباطات در دهه‌های آتی چه تصویری برای ما دارند تا براساس آن بتوانیم وضع خودمان را به نحوی تخمین بزنیم که به سمت درستی حرکت کنیم.

در دورنمای آتی ارتباطات، سه مؤلفه مهم را می‌توان دید که از بُعد تکنولوژی تأثیرگذار است. مؤلفه اول، حرکتی است که در آن، ارتباطات از بُعد فن‌آوری به سمت تکنولوژی دیجیتال حرکت می‌کند. ورود تکنولوژی‌های دیجیتال در بخش رسانه‌ای تغییرات مهمی را از نظر امکان دسترسی بیشتر مردم به صوت و تصویر، هم از بعد کمی و هم کیفی فراهم خواهد کرد. به نظر من یکی از

نظریه‌پردازان در بخش "ارتباطات" فکرهای جدیدی دارند که همه اینها تا حد زیادی بردوش بخش فن‌آوری نهاده شده است. سرعت تغییرات در بخش تکنولوژی در زمینه ارتباطات آنقدر گسترده است که نظریه ارتباطات بین‌الملل را کاملاً تحت تأثیر خود قرار داده است. منظریات جدیدی را شاهد هستیم که اگر به حق به آن بیندیشیم می‌بینیم که همه بار مسأله متوجه کسانی است که نظریات جدید را در زمینه ارتباطات مطرح می‌کنند و واقعاً برای همه دست‌اندرکاران ارتباطات جمعی و مسؤولان روابط عمومی‌ها جا دارد که در این زمینه کاوش کنند و بیندیشند و موقعیت خودشان را بهتر دریابند.

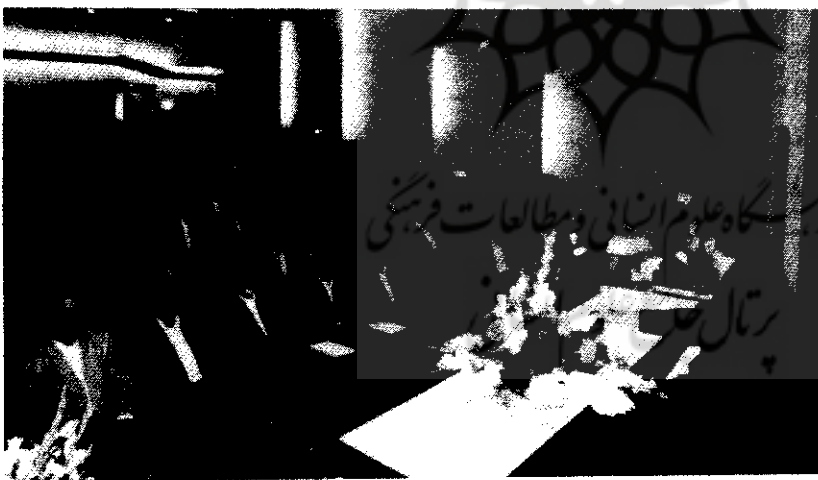
حداقل در این دوره می‌توان دورنمای آینده را مشاهده کرد و اینکه ما در چه

در نحوه تلقی سیاستمداران و افراد صاحب‌نظر در بخش فرهنگی دارد، مطرح می‌کند. اگر در گذشته یک مفهوم کلاسیک از ارتباطات بین‌المللی وجود داشت، اینک نظریه‌پردازان معتقدند که زمان این فکر به پایان رسیده و زمانه ارتباطات جهان شمول، جایی برای خود پیدا کرده است. لذا این که چنین فکری چقدر حامی دارد باید دید آنهایی که بیشتر بر تکنولوژی تکیه دارند تا چه اندازه حامی این فکر هستند و ما براساس مبانی فکر اسلامی می‌توانیم مؤلفه‌های دقیق این فکر را بشناسیم و بر اساس آن در امر توسعه ارتباطات حرکت کنیم.

رئیس سازمان صداوسیما در ادامه افزود: "ما باید خلأهایی را که در فکر ارتباطات جمعی در دنیا مطرح است بشناسیم و روی نقاط خلاء آنها دست بگذاریم و براساس فکر اسلامی که یک

رایانه در بستر کارهای صوتی و تصویری است. زمانی، رایانه برای اطلاعات مکتوب به کار می‌رفت اما امروزه به سرعت دارای نقش‌های تازه‌ای شده است که شبیه به کار رادیو و تلویزیون است، بدین معنی که امکانات صوتی و تصویری را در اختیار همه قرار می‌دهد. به علاوه، امکان دیگری که رسانه رایانه‌ای می‌تواند در اختیار مخاطبان قرار دهد، ایجاد ارتباط دوسویه است و این، جاذبه کار را احتمالاً بیشتر خواهد کرد.

بنابراین ورود تکنولوژی رایانه‌ای در بستر کاری که روابط عمومی امروز متقبل آن است، یک مؤلفه جدید در عرصه ارتباطات است. این مقوله‌ای است که متفکرین بحث‌های ارتباط جمعی و اصولاً ارتباطات را در دنیا به رایزنی‌های جدیدی کشانده و فکر آنها را به این مسئله معطوف ساخته است. امروزه



فکر قوی و دائمی است در مسیر ارتباطات حرکت کنیم. من متأسفم که گاهی در بین نظریه‌پردازان داخلی، وقتی که بحث ارتباط جمعی و نظریه ارتباطات جهان شمول مطرح می‌شود، نظریاتی ارائه می‌شود که انکار حادثه‌ای رخ داده و ما باید همه هویت خودمان را در گرو آن بدهیم! این طور نیست، این از آن چیزهایی است که در زمان صدر

"نظریه‌پردازی جهان شمولی در ارتباطات"، مقام خاص خود را پیدا کرده است. این فکر در گذشته مبتنی بر نوعی ایدئولوژی بود. برای مثال مارکسیست‌ها معتقد بودند که باید اساس را بر ارتباط جهان شمول گذاشت. ولی این فکر، جایگاه خود را پیدا نکرد. اما تکنولوژی جدید نوع دیگری از فکر ارتباطات جهان شمول را که اثر زیادی

مؤلفه‌های مهم کار ما هم این مقوله است که با ورود تکنولوژی دیجیتالی دسترسی مردم به برنامه‌ها و تنوع کاری، بسیار زیاد خواهد شد و ما نمی‌توانیم خودمان را از این بُعد به تغافل بزنیم؛ چرا که مقوله‌ای است که در عرصه ارتباطات در حال رخ دادن است و اگر امروز در برنامه‌ریزی‌های خودمان به این امر توجه نکنیم نتایج آن برای هشت یا نه سال بعد برای عموم مردم ظاهر خواهد شد.

وی در ادامه افزود: "نکته دیگر، مقوله‌ای است که در بُعد ماهواره رخ داده است؛ یعنی تکنولوژی ماهواره ضروریاتی را در بحث ارتباطات جمعی مطرح کرده است که نمی‌توان از آن غفلت کرد. البته رویکرد صداوسیما با توجه به شرایطی که در آینده در این مسأله رخ خواهد داد، سمت و سویی به خود گرفته است. برای مثال، طراحی و ایجاد ماهواره‌هایی با فاصله کم نسبت به زمین، زمینه دسترسی بسیار زیادی به امکانات صوتی و تصویری را برای مردم در نواحی مختلف جهان فراهم می‌آورد که این حادثه مهمی است و ما البته از این لحاظ در آغاز کار هستیم. حداقل یک یا دو نمونه در بعد سیستم‌های مخابراتی و اطلاع رسانی در جهان رخ داده ولی آنچه پیش‌بینی می‌شود در بخش فنی است که این مقوله به سرعت به سمت تصویر خواهد رفت. بنابراین ما باید افقی را از نظر دسترسی مردم به ماهواره‌های با فاصله کم نسبت به زمین که مرتب در گردش هستند داشته باشیم که این حادثه در دسترسی به اطلاعات مختلف در بعد صدا و تصویر بسیار تأثیرگذار است. بنابراین مؤلفه دوم، توجه به تکنولوژی ماهواره‌ای، آن هم با روشی که امروز در حال رواج است، خواهد بود.

مؤلفه سومی که به نظر من مهم است و برای همه ما جای تعمق دارد، ورود

مشروطیت در بحث تفکرات جدید در عرصه مسائل سیاسی مطرح شد؛ تعدادی مثل تقی‌زاده، میرزاملکم‌خان و آخوندزاده، آمدند و گفتند: دنیای جدید، دنیای خاصی است و شما با این فکری‌های سنتی نمی‌توانید نظریه‌ای برای اداره جامعه داشته باشید.

دکتر لاریجانی در بخش دیگری از سخنان خود اظهار داشت: ما باید نقاط قوت خود را بشناسیم، واقعیت را آنچنان که هست ببینیم، تاریخ بخوانیم، بشناسیم که ما چه بوده‌ایم، چگونه زندگی کرده‌ایم و حالا چه وضعی داریم و در آینده چگونه خواهیم بود. توجه مسئولان ارتباط جمعی باید به فهم هویت ملی معطوف باشد که مقوله بسیار مهمی است. متناسب با نیازهایی که در عرصه ارتباطات امروز وجود دارد، احتیاج به نوعی تجدیدنظر در نوع تعامل ما و کار ما وجود دارد که این تجدیدنظر ابعاد مختلف خواهد داشت؛ یک بعدش نوع ساختاری و سازماندهی کار است که من این را در صداوسیما دنبال می‌کنم تا یک تجدیدنظر در بعد ساختاری رخ دهد.

یعنی لازم است متناسب با نیاز امروز ارتباطات جهان، ساختار رسانه‌ای تعریف شود و از نظر تشکیلات، روش‌ها، تکنولوژی و آموزش تعریف جدیدی پیدا کند. شاید یک تحول بسیار بنیادی در نحوه آموزش نیروی انسانی و تعداد نیروی انسانی در صداوسیما ضرورت داشته باشد. دسترسی به تکنولوژی‌های مختلف، کار مهمی است، ولی مهم‌تر از آن بهره‌گیری درست از تکنولوژی است که حتماً آموزش لازم را طلب می‌کند. در عرصه روابط عمومی نیز همین‌طور است. شما باید نگاه مجددی در این زمینه داشته باشید و بدانید که در عرصه جهانی ارتباطات، توجه به هویت ملی و وحدت ملی یک مقوله بسیار مهم است و

شما روی این موضوع باید سرمایه‌گذاری کنید. مؤلفه‌های هویت ملی را باید بشناسید و از نوع تعاملی که با بیرون سازمان و رفتاری که با درون سازمان دارید به این مقوله بها دهید.

روابط عمومی‌ها در چینه سازمان به بیرون هستند. اگر استراتژی در کارتان نداشته باشید در ارتباطات، موفق نخواهید بود. بنابراین توصیه من این است که حتماً مقوله استراتژی سازمان را بشناسید و حرکت خودتان در ارتباط با دستگاه‌های مختلف و پی‌گیری آن‌ها در درون سازمان را در پناه یک استراتژی مشخص دنبال کنید.

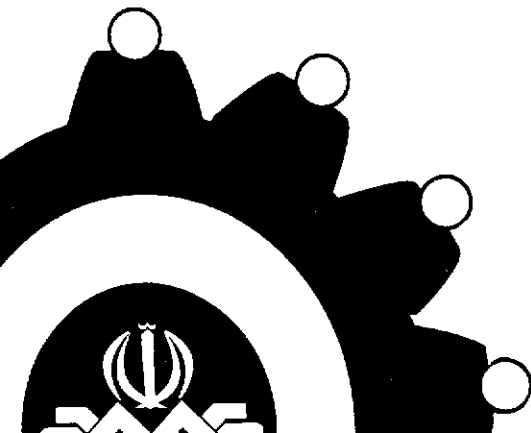
دکتر لاریجانی: اگر کسی که در روابط عمومی کار می‌کند، احساس نکند که حیثیت سازمان در گرو رفتار اوست به هویت سازمان لطمه خواهد زد.

برخورد روابط عمومی در سازمان‌ها عنصری و نقطه‌ای است؛ یعنی نقطه‌ها را می‌یابند و منتقل می‌کنند. من توصیه‌ام این است که روابط عمومی سازمان، نیروهای تحلیل‌گر بیشتری را به خدمت گیرد و به جای فهم نقطه‌ای، که این هم در سرجای خودش مهم است، باید برای فهم یک جریان و حرکت فرهنگی تلاش شود. آقای دکتر لاریجانی در پایان سخنان خود با اشاره به نقش حساس روابط عمومی و کارکنان آن گفت: اگر کسی که در روابط عمومی کار می‌کند احساس نکند که همه حیثیت سازمان در گرو رفتار اوست، به هویت سازمان لطمه خواهد زد. مثلاً اگر کسی در تعامل با روابط عمومی قرار گیرد و با وی مؤدبانه رفتار نشود، به هویت سازمانی لطمه وارد می‌شود. ما باید اول هویت سازمانی را درک کنیم و بعد به فهم هویت ملی خود برسیم. افرادی که در

روابط عمومی کار می‌کنند باید افراد متشخصی باشند، اگر نمی‌توانند حامل این شخصیت باشند جایشان در روابط عمومی نخواهد بود. کارمندان روابط عمومی باید افراد فرهیخته‌ای باشند و در تعالی تشخص سازمان بکوشند. من معتقدم روابط عمومی باید یک هویت واحد سازمانی داشته باشد. باید اندیشید و متناسب با شرایط جدید، این هویت را حفظ کرد. توصیه می‌کنم که فعالیتها با یک استراتژی مدون انجام شود و روابط عمومی که ارتباطات سازمان را با جامعه برقرار می‌کند اگر دارای استراتژی شود، می‌تواند فکر درست را در برنامه‌سازی جاری کند. در خاتمه امیدوارم از انفساس قدسی ائمه اطهار علیهم السلام همه کارگزاران و کارکنان روابط عمومی برخوردار باشند.

نقش و جایگاه روابط عمومی در صداوسیما

پس از سخنان آقای دکتر لاریجانی، در ادامه جلسه، آقای پیشگاهی فردمعاونت امور مجلس و استانیهای صداوسیما به ایراد سخن پرداخت و در مورد نقش روابط عمومی و جایگاه آن در سازمان صداوسیما اظهار داشت: روابط عمومی مسئولیت بسیار سنگینی دارد و این‌طور نیست که روابط عمومی در حاشیه سازمان و مدیریت‌های آن قرار داشته باشد. روابط عمومی واحدی است که در امر پیشرفت سازمان، حتی در مقوله‌های فرهنگی و برنامه‌سازی بسیار





تماس می‌گیریم. وقتی می‌خواهیم روابط عمومی ایجاد کنیم باید انسان‌هایی را که شرایط کلی آنها با این کار تناسب دارد انتخاب کنیم، در ضمن به آنها آموزش بدهیم و مأموریتشان را مشخص کنیم، تا با یک ورودی خوب بتوانیم فعالیت‌های خوبی هم داشته باشیم.

آقای زورق در بخش دیگری از سخنان خود ضمن اشاره به این نکته که هر سیستمی نقاطی دارد که به آن نقاط در حال حاضر تصور می‌کنیم، مسؤول روابط عمومی کسی است که اگر اطلاعاتی لازم است، بدهیم او بنویسد و در روزنامه‌ها چاپ کند یا اگر مناسبت خاصی وجود داشت هدیه‌نگاری کند تا این مناسبت برگزار شود. بنابراین وقتی توقع ما از روابط عمومی تا این حد تنزل پیدا کرد، به شخصیتی که فرد باید داشته باشد و آموزشی که باید بدین اهمیت می‌دهیم، که نتیجه آن هم افزایش اصطکاک بین ارباب رجوع و سیستم‌ها و به وجود آمدن عدم رضایت نسبت به سیستم‌های اداری در جامعه است. البته همه این عدم رضایت‌ها معلول عملکرد سیستم‌های اداری نیست، بخشی از آن هم معلول عدم آگاهی ارباب رجوع نسبت به آنچه که در حال وقوع است، می‌باشد.

وی در ادامه افزود: مسؤول روابط عمومی در حدی که بتواند به مردم پاسخ بدهد، باید در ارتباط با مسائل سازمان آموزش دیده باشد. البته غیر از آموزشی که می‌بیند و اطلاعاتی که خواهد داشت، باید منش او متناسب با شغلش باشد، یعنی اگر مأموریت او ایجاد تسهیل ارتباط بین سازمان و

تعیین‌کننده است و نقش بزرگی دارد و به همین دلیل باید افرادی توانا و مناسب در رأس آن باشند. باید کسانی باشند که کوشش مسائل سیاسی و فرهنگی و اجتماعی و اداری و همه ابعاد را داشته باشند یعنی افرادی چندمنظوره باشند. در واقع، روابط عمومی باید بین سازمان و خارج سازمان پل قوی و مستحکمی برقرار کند. روابط عمومی در ارتباط با مسائل خارجی، نقش بسیار مؤثری دارد. این نقش در ارتباط با سازمان‌های غیرفرهنگی ممکن است رنگ کمتری داشته باشد و یا با سازمان‌های فرهنگی رنگ بیشتری پیدا بکند، به هر حال نقش بیرون‌سازمانی روابط عمومی صداوسیما که خود نقش ارتباطی دارد، مهم‌تر از روابط عمومی‌های دستگاه‌های دیگر است.



زورق مسئولان آموزشی صداوسیما، وقتی می‌خواهیم روابط عمومی ایجاد کنیم باید انسان‌هایی را که شرایط کلی آنها با این کار تناسب دارد انتخاب کنیم.

وی در مورد وظایف روابط عمومی اظهار کرد: "یکی از وظایف روابط عمومی حرکت تعیین‌کننده است، چنان که باید بر روی مسائل مختلف مطالعه و بررسی کند و راهکارهای مناسبی را بیابد. راهکارهایی که چگونه می‌توان کاری کرد تا فردی که وارد فضای هنری می‌شود در چهارچوب و انضباط خشک اداری و مالی و اینگونه مسائل کشیده نشود. روابط عمومی باید این مرزها را در هم بشکند و کم‌رنگ و بی‌رنگ کند. عوامل انسانی در روابط عمومی باید قبل از اینکه کارمند باشند عاشق به کارشان باشند و مسؤولیتی را که به عهده دارند، حس کنند."

از دیگر سخنرانان اولین روز همایش، آقای زورق معاونت آموزشی صداوسیما بود که درباره مبانی تبلیغ صحبت کرد، وی گفت: "در یک سیستم، مسائلی وجود دارد که باید به آن توجه کرد. مثلاً عملیات هر سیستم براساس مأموریت آن مشخص می‌شود. باید برای هر سیستم ورودی مخصوص خودش را

محیط است، باید شخصیت و رفتار او هم تسهیل‌کننده و آراسته باشد. در واقع مسؤول روابط عمومی باید فردی فوق‌العاده با تحمل، صبور و خوش‌اخلاق و مهربان باشد.

آقای زورق در پایان با انتقاد به نحوه انتخاب کارمندان روابط عمومی گفت: 'اگر می‌خواهیم یک روابط عمومی خوب داشته باشیم، نباید افراد را براساس قانون تصادف انتخاب کنیم، ممکن است فردی که انتخاب می‌شود درون‌گرا باشد، آدمی باشد که از ارتباط برقرار کردن با مردم رنج می‌برد، ممکن است این فرد هزار مسأله داشته باشد، باید تحلیل روانشناسانه از شخص داشته باشیم، باید به آن‌ها آموزش بدهیم نه تنها نسبت به کارشان بلکه نسبت به آنچه که در سازمان اتفاق می‌افتد آگاهی داشته باشند، باید بتوانند ارتباطات بین‌سازمان و بیرون را تسهیل کنند. اگر همه سازمان‌ها این کار را انجام دهند جامعه نسبت به کارهای اداری توجیه می‌شوند و از میزان نارضایتی کاسته می‌شود.'

یکی دیگر از سخنرانان اولین روز همایش، آقای مهاجرانی معاونت صدای جمهوری اسلامی ایران بود که در سخنانی به نقش روابط عمومی در توسعه فرهنگی و اجتماعی اشاره کرد و اظهار داشت: روابط عمومی‌ها به عنوان یکی از کانال‌های اصلی ورود و

تجزیه و تحلیل اطلاعات در جوامع قرن بیستم هستند و یکی از وظایف مهم روابط عمومی‌ها در مورد مسأله اطلاعات، تجزیه و تحلیل اطلاعات خام و ارائه آن به مدیریت سازمان است.



مهاجرانی معاونت صدای جمهوری اسلامی؛ دریافت و ضبط و ثبت نظرات مخاطبان از وظایف مهم روابط عمومی محسوب می‌شود.

روابط عمومی چشم‌وگوش مدیریت سازمان است.

بنابراین دریافت و ضبط و ثبت نظرات مخاطبان از وظایف مهم روابط عمومی محسوب می‌شود، همچنین باید از نظرات نسیروهای درون‌سازمانی نیز در خصوص برنامه‌های صداوسیما، برای بهتر شدن کیفیت برنامه‌ها استفاده کرد.

وظیفه روابط عمومی

از دیگر سخنرانان همایش مدیران روابط عمومی صداوسیما، آقای غفاری مدیرکل امور استانیها بود که در خصوص وظایف روابط عمومی‌ها گفت: 'برای روابط عمومی‌ها می‌توان سه دسته وظایف برشمرد: ۱- خدمات مدیریت ۲- وظایف روزمره ۳- وظایف درازمدت

خدمات مدیریت باید حدود ده درصد فعالیت‌ها را شامل شود، مانند وقت‌ملاقات، وظایف روزمره یا انتشار نشریات و برگزاری سمینارها و برقراری ارتباط با افکار عمومی برای جلب حمایت و پشتیبانی افکار عمومی از دیگر وظایف روابط عمومی‌هاست و چون بدون جلب حمایت افکار عمومی هیچ سازمانی قادر به ادامه حیات نیست، بنابراین کار روابط عمومی ایجاد تصویری مناسب از رفتار یک سازمان و مؤسسه است تا بتواند از حمایت افکار عمومی برای سازمان خود برخوردار شود، لذا سازمان باید اطلاعات کافی از افکار عمومی برای برنامه‌ریزی‌های آینده داشته باشد. روابط عمومی، باید واقعیات را تبلیغ کند و نسبت به رفتار و کارهای انجام‌شده توجیه داشته باشد.

ما الان در مقطعی هستیم که باید از سلاح اقناع و ترغیب استفاده کنیم. افکار عمومی اگر اهداف ما را بفهمند از ما حمایت خواهند کرد. مهمترین هدف در روابط عمومی باید قناع کردن افکار عمومی نسبت به سیاست‌هایمان باشد.

معاون صدا همچنین ایجاد پیوستگی و همبستگی بین واحدهای سازمانی را از دیگر وظایف اساسی روابط عمومی‌ها توصیف کرد و گفت: 'وظیفه مهم روابط عمومی تهیه اطلاعاتی است که مدیریت سازمان به آن دسترسی ندارد، زیرا

