

مقالات آموزشی

ایران گانکت

تغییر برای توسعه ...

روابط عمومی و توسعه

دکتر علی اکبر فرهنگي

روابط عمومی و توسعه

بزرگی و اهمیت توسعه در سال‌های اخیر، ذهن تمام صاحب‌نظران در رشته‌های علمی و عملی را به خود جلب کرده و آنان را بر آن داشته است که از ابعاد مختلف و با رویکردهای گوناگون به آن بپردازند و برا آن راهکارهای متفاوتی ارائه دهند. امروزه دیگر برای توسعه فقط نسخه تجویز شده توسط اقتصاددانان مفید واقع نمی‌شود و با دستورات آنان نمی‌توان از توسعه نیافتگی به توسعه واقعی راه یافت^۱ همین دیدگان بر سیاستمداران و رهیافت‌های آنها، مردم شناسان، جامعه‌شناسان و روانشناسان و روانشناسان اجتماعی حاکم است. آنها هیچکدام به تنهایی نمی‌توانند به توسعه و مسائل آن بپردازند و رهنمودی واقع‌بینانه عرضه کنند. کار هر یک از آنها به تنهایی به مثابه کار کسانی است که در داستان مندرج در مثنوی مولوی در تاریکی به اعضای بدن فیل دست یافته و چیزی از فیل در ذهن خود متصور شده بودند که در روشنایی روز همه این تصورات ناکارآمد و غیرواقعی جلوه کرد. برای تبیین چنین پدیده‌ای با این وسعت و تنوع و چندین متغیر، هر رشته‌ای از معارف بشری بی‌شک می‌تواند کارساز باشد و از آن می‌توان بهره‌ها جست. در این میان نقش روابط عمومی وها روش‌های آن را نمی‌توان انکار کرد. روابط عمومی‌های قوی با برنامه و چشم‌اندازهای روشن و واقع‌بینانه می‌توانند به راحتی فراگرد توسعه را تسهیل کنند و زمینه را برای گسترش آن فراهم آورند. برای درک درست این حقیقت بهتر است از یک طرف به وظایف و عملکردهای روابط عمومی پرداخت و از سوی دیگر فراگرد توسعه را به دقت مورد توجه قرار داد.

^۱ . E.Wayne Nafziger, The Economics of Developing Countries (Belmont, Cal.: wadsworth publishing Co.,1993), p.XII.

روابط عمومی از آن دسته مباحث و معارف بشری است که تعاریف گوناگونی از آن به عمل آمده و از زوایای

متفاوت بدان نگریسته شده است. در اکثر آثار کلاسیک، در وظایف و عملکردهای آن که، می‌باید به نحوی در

تعاریف آن گنجانده شده باشد، اطلاع رسانی (Informative) و انتشار اطلاعات Information Diffusion

به شکل وسیع دیده می‌شود. در ادبیات روابط عمومی، پس از جنگ جهانی دوم و ضرورت گسترش سازمان‌ها و

نهادهای دموکراتیک یا مردم‌سالار - که به نوعی با مردم پیوند خورده و پاسخگوی خواسته‌ها و نیازهای آنها

باشند - تعریف روابط عمومی به شکلی دگرگون شده و یا در درون خود نوعی ارتباط دو سویه یا ارتباط متقابل را

جای داده است. این تعامل از سویی مکتب «تعاملی» یا «مراده ای» (Tranactional) را جایگزین مکتب

«کردار گرایانه» یا «کنشی» (Actional) کرده و ارتباط و روابط عمومی را از منظری کاملاً متفاوت با گذشته

نگریسته.^۲ و از سوی دیگر به بسط و گسترش رشته‌هایی چون روابط عمومی و افکار عمومی به گونه‌ای کاملاً

متفاوت از پیش انجمیده است. از این رو، روابط عمومی در تعریف انجمن جهانی روابط عمومی به قرار زیر شکل

گرفته است:

«روابط عمومی عبارت است از تلاش‌ها و اقدامات آگاهانه، برنامه ریزی شده و سنجیده برای استقرار و کسب

تفاهم متقابل بین یک سازمان و گروه‌های مورد نظر سازمان».

^۲ . علی‌اکبر فرهنگی، ارتباطات انسانی، جلد اول، مبانی (تهران: مؤسسه خدمات فرهنگی رسا، 1374، صص 17-18).

این تعریف و تعاریب مشابه که کسب تفاهم متقابل یا تفهیم و تفاهم (Understanding & Sharing) را اساس کار خود قرار داده‌اند به دگرگونی آشکار نگرش‌های سازمان‌ها و حکومت‌ها انجامیده و آنان را بر این داشته است که برای عموم یا مردم جایگاهی ویژه قایل شوند و در ساستگذاری‌های خود به آنان نیز توجه داشته باشند.

گستره قلمرو از حد کشورها خارج شده و به روابط بین دولت‌ها، ملت و فرهنگ‌ها نیز کشیده شده است.³

تعاریف زیاد دیگری وجود دارد که هر کدام از منظر خاصی به روابط عمومی می‌نگرند و آن را وسیله‌ای برای دستیابی به اهدافی می‌دانند که اساسا مشابه یکدیگرند. در زیر به پاره‌ای از این هدف‌ها اشاره شده است:

1. وظیفه‌ای از وظایف مدیریت است.
2. فضایی از درک و تفاهم مشترک، احترام متقابل و همکاری بین سازمان و جامعه یا عمومی فراهم می‌آورد.
3. به تفاهم و پذیرش جامعه و سازمان می‌انجامد.
4. به ارزیابی گرایش‌ها و نگرش‌های جامعه یا عموم می‌پردازد.
5. در راستای شناخت و جامه پوشاندن به خواسته‌ها و نیازهای جامعه حرکت می‌کند.
6. خصلت ارتباطی دارد.
7. رفتار سازمانی خاص براساس توجه به جامعه مورد بحث شکل می‌گیرد و عمل براساس آن بیشترین اهمیت را دارد.

³ "The Old Order and the New Order," in: William C. Olson and James R. Lee, The theory and practice of International Relations (Englewood cliffs, New Jersey: prentice Hall, 1994), pp. 55-62.

از دیدگاه سازمانی خاص براساس توجه به جامعه مورد بحث شکل می‌گیرد و عمل براساس آن بیشترین اهمیت را دارد.

از دیدگاه سازمانی «گودیچ»، «گیلیدی» و «کاونو» به روابط عمومی به گونه زیر می‌نگرند و بر این باورند که روابط عمومی درگیر امور زیر می‌شود.⁴

1. کوشش برنامه ریزی شده برای وظایف مدیریت؛
2. روابط میان سازمان، عموم و یا مردم؛
3. ارزیابی کننده نگرش‌ها، گرایش‌ها و عقاید مردم؛
4. سیاست‌ها، رویه و کنش‌های سازمانی به گونه‌ای که مرتبط با عموم باشند و خواسته‌ها و نیازهای آنان را ملحوظ دارند.
5. گام‌هایی که از طریق آنها این اطمینان حاصل می‌شود که سیاست‌ها، رویه‌ها و کنش‌ها و سازمانی در راستای خواست مردم است و به مسئولیت اجتماعی خود وقوف لازم را دارند؛
6. اجرای یک برنامه ارتباطی دو سویه با مردم؛
7. شکل دهی و گسترش یک پیوند معقول و توأم باخیرخواهی، تفاهم و پذیرش از سوی مردم یا عموم برای دستیابی به نتایج مطلوب.

⁴ . Sctt M.Cutlip, Allen H.Center and Glen M.Broom, Effective public Relations (Englewood Cliffs, N.H.: Prentice – Hall, 1994), pp.3-5.

در نهایت از این دیدگاه «روث شیلد» علاوه بر موارد فوق و چاپ و نشر پیام‌ها به ایجاد اشتها و پدید آوردن نام نیک برای سازمان اشاره می‌کند و آن را اساس حرکت روابط عمومی می‌داند.

باید در نظر داشت که وظایف فوق در بسیاری از نوشته‌های روابط عمومی کم و بیش از دیرباز آمده و به صورت مختلف مورد نقد، و بررسی و ارزیابی قرار گرفته است و هر نویسنده و صاحب نظر و نیز کارشناس و مجری روابط عمومی فهرست بلند بالایی از این وظایف با خود دارد. اما به نظر نگارنده این سطور که دیدگاه خود را منبعث از آراء فرهنگ شناسان و جامعه شناسان می‌داند، روابط عمومی با نگرش جدید بر آن، به میزان قابل ملاحظه‌ای فرهنگ ساز بوده و قادر است شکل خاصی از رفتارها و کردارهای جمعی و گروهی را پدید آورد و به آنها جنبه عمومی دهد». اگر خصلت فرهنگ سازی را برای روابط عمومی بپذیریم و قبول کنیم که از نظر وظایف و عملکرد این فن کارساز قرن حاضر با علم و هنر عجین است به راحتی در می‌یابیم که روابط عمومی‌ها در پدید آوردن و شکل دهی فرهنگ توسعه بیشترین نقش را داشته‌اند و می‌توانند زمینه و بستر لازم را برای فرهنگ کار و تلاش آماده کند و شرایطی پدید آورد که از طریق آن تنبلی و از دست دادن زمان جای خود را به تلاش و کوشش بدهد. روابط عمومی در این راستا می‌تواند وفاق ملی و شرایط سیاسی ویژه‌ای پدید آورد که با توسل به آنها به راحتی برنامه‌های توسعه شکل بگیرند و جامعه مہیبای حرکتی شگرف در راستای توسعه شود. نمونه برجسته این وفاق ملی برای حرکت را می‌توان در ژاپن قرن نوزدهم – دوران «میجی» یافت و یا در قرن حاضر در کره و مالزی شاهد آن بود.

با شناخت نسبی که از وظایف و عملکردهای روابط عمومی یافتیم، حال لازم است بدانیم که توسعه چیست و صاحب‌نظران علوم اجتماعی و ارتباطات بدان چگونه می‌نگرند. شک نیست که هر جامعه‌ای در راه توسعه تلاش می‌کند و بر آن است که فردایی بهتر از امروز و امروزی بهتر از دیروز خود داشته باشد. اما همواره این سؤال مهم وجود داشته و دارد که این فردای بهتر در گرو چه چیز بهتر است؟ اقتصاد بهتر، سیاست برتر، فناوری پویاتر، و یا فرهنگ توانمندتر؟

شاید بتوان گفت که هیچ یک از مباحث علوم اجتماعی چون مبحث توسعه گسترده و چند بعدی نبوده و از زوایای گوناگون به آن ننگریسته‌اند همین موجب شده است که حجم وسیعی از نوشته‌های مختلف در مورد آن پدید آید و از کوچک ترین رفتارهای اجتماعی مثل ترافیک یا بزرگترین مقوله‌ها یعنی فرهنگ و اقتصاد و سیاست را در بر گیرد.

اقتصاددانان توسعه را در درجه نخست به کارگیری فناوری و ابزاری برای نظارت بر منابع طبیعی به منظور فراهم آوردن وسایل افزایش رشد، بازده سرانه و درآمد ملی و در نتیجه درآمد سرانه در یک جامعه می‌دانند.^۵ جامعه‌شناسان، مردم‌شناسان و روانشناسان اجتماعی در درجه اول به جریان تکثر یا پاره‌افزایی نهادهای اجتماعی و یا به عبارت دیگر به تنوع و متمایز شدن - که از ویژگی‌های جوامع جدید است - توجه کرده و نظر خود را بدان سمت معطوف داشته‌اند، آنان به شیوه پدید آمدن ساختارهای جدید برای به عهده گرفتن وظایف جدید و یا وظایفی که قبلاً ساخت‌های دیگر آنها را انجام می‌دادند، می‌پردازند.

^۵ . Michael L.Rothschild, Marketing Communication: From Fundamentals to Strategies, (Lexington, Mass: D.C.Heath and company, 1987), p.504.

صاحب نظران و دانشمندان علوم سیاسی بیشتر به روابط ملت و حکومت در فراگرد توسعه توجه دارند. علاقه آنان معطوف به روش‌هایی است که حکومت‌ها برای افزودن بر ظرفیت ابداع، ابتکار و انطباق خود با دگرگونی و تعیین مشی سیاسی جامعه، به کار می‌برند. از آنجا که دانشمندان علوم سیاسی برای تحصیل این شرایط بر این باورند که ملت‌ها می‌باید با داشتن هویت ملی، نظام سیاسی حاکم بر خود را با مشروعیت بالایی در نظر داشته باشند؛⁶ میزان قابل ملاحظه‌ای درخور توجه است. درواقع باید در نظر داشت که دانشمندان علوم سیاسی به میزان مشارکت مردم و دگرگونی نهادهای قدرت در جامعه توجه بیشتری دارند و این کار جز در پرتو اطلاع‌رسانی و شیوه‌های اقناع که کار اصلی روابط عمومی‌هاست، در سطح وسیع انجام شدنی نیست.

دانشمندان و نظریه پردازان روانشناسی، مقوله توسعه را در انعطاف‌پذیری ذهنی مردم یک جامعه و همدلی میان آنان و نیز داشتن اعتماد به نفس و انگیزه موفقیت در مردم می‌دانند. آنان بر این باورند که تا چنین شرایطی از نظر روانی در جامعه‌ای پدید نیاید، توسعه معنا نمی‌یابند.

دانشمندان علوم ارتباطی، گسترش شبکه اطلاعات و ارتباطات را شرط اولیه توسعه می‌دانند و بر این اعتقادند که بدون این شبکه‌های کارآمد کار توسعه در هیچ یک از ابعاد آن شدنی نیست.

بدیهی است که هیچ یک از این دیدگاه‌ها به تنهایی نمی‌تواند مقوله توسعه را توجیه و آن را از همه نظر قابل دفاع کند. توسعه پدیده یا فراگردی چند وجهی است که هر نظریه پرداز و هر رشته علمی از زاویه خاصی به آن می‌نگرد و همه هم در درست می‌گویند؛ منتهی فقط از زاویه‌ای که به توسعه می‌نگرند و نه کل آن. بنابراین باید

در نظر داشت که پیشرفت اقتصادی یکی از عوامل مهم توسعه است و نه عامل منحصر به فرد آن، بلکه باید در کنار وجه مادی زندگی سایر ابعاد را نیز در نظر گرفت. به عبارت دیگر توسعه فراگردی چند وجهی (Multidimensional) است. «توسعه علاوه بر بهبود وضع درآمدها و تولید، آشکارا تضمین تغییرات بنیادی در ساخت‌های نهادی، اجتماعی و اداری و نیز طرز تلقی عامه و در بیشتر موارد حتی آداب و رسوم و اعتقادات است.»^۷

اگر هدف اساسی از توسعه را نیل به سطح زندگی شایسته برای عموم مردم در نظر بگیریم، علاوه بر افزایش سطح درآمد ملی درآمد سرانه، توسعه یک جامعه متضمن بلوغ سیاسی آن نیز است که مفهوم آن جریان با ثبات و منظم کار حکومتی است که به اراده اظهار شده مردم و مشارکت آنان در جریان تصمیم‌گیری و اداره امور جامعه مرتبط است. به علاوه بر توسعه شامل دسترسی مردم به آموزش، گسترش هنرها، شگفتی معماری و شهرسازی و توسعه وسایل مرسلاتی و ارتباطی و نیز افزایش اوقات فراغت مردمان آن جامعه است. در این راستا یعنی ارائه تعریف قابل قبول از توسعه «الکس اینکلز» استاد برجسته دانشگاه‌هاروارد پژوهشی در شش کشور انجام داده و معتقد شده است که اگر بخواهد فراگرد توسعه در جامعه‌ای انجام پذیرد، می‌باید موارد زیر تحقق یابند:

1. آمادگی برای قبول اندیشه‌های و آزمودن شیوه‌های جدید؛

⁷ John R. Hal and Mary Jon Neitz, Culture: Sociological Perspective (Englewood Cliffs, N.J.: Prentice- Hal, 1993), pp.198-206.

2. آمادگی برای بیان دیدگاه‌های مردم؛

3. علاقمندی به زمان حال و آینده به جای علاقه شدید و تمسک به گذشته؛

4. وقت شناسی و گرایش در راستای سازماندهی و برنامه ریزی در کارها و افزایش کارآیی، قابل محاسبه و

پیش بینی کردن پدیده‌ها و برخورد منطقی با مسائل؛ [باید در نظر داشت که تمام موارد فوق ما را به

سوی خردگرایی Rationalism سوق می‌دهد که سال‌ها پیش توسط جامعه شناسانی چون «ماکس

ویر Max Weber مطرح شده است.]

5. اعتقاد به علم و فناوری به عنوان وسیله‌ای مطمئن برای کشف و شناخت؛

6. ایمان به عدالت بر همگان و اعتقاد به اینها که همه مردم حقوق مساوی دارند و به راحتی نمی‌توان

حقوق آنها را نادیده گرفت.⁸

با توجه به موارد فوق به راحتی در می‌یابیم که اگر توسعه بخواید در منقهای صورت گیرد، باید تحول عمیق در

ابعاد مختلف آن جامعه روی دهد. به ویژه این دگرگونی می‌باید در فکر و ذهن و رفتارهای جمعی آدمیان آن

منطقه اتفاق افتد و شاید بتوان گفت این همان چیزی است که پیش تر آن را تحت عنوان فرهنگ سازی مطرح

کردیم. اگر چنین اتفاق رخ ندهد، توسعه بی معنی خواهد بود.

همان طور که پیش تر اشاره شد، اگر روابط عمومی وظایفی چون اطلاع‌رسانی، فرهنگ سازی، شکل دهی به افکار

عمومی و ارتقای سطح آگاهی‌های عمومی در نظر آوریم با انجام درست هر یک از آنها به راحتی بخشی از فراگرد

توسعه شکل می‌یابد و حرکتی قابل قبول صورت می‌گیرد. در میان نظریه پردازان و دست‌اندرکاران توسعه از

⁸ . Albert O.Hirschman, "The Rise and Decline of Development Economics" in Mark Gersowitz and Associates, The theory and Experience Economics" in Mark Gersowitz and Associates, The thory and Experiencee of Economic Development (London: George Allen & Unwin, 1982), pp. 372-391.

دیرباز نقش انسان در ابعاد مختلف مورد توجه بوده است. انسانی آگاهی، ماهر و علاقمند به سرنوشت خویش و جامعه‌ای که در آن زندگی می‌کند با فرهنگی که او را به سوی کار و حرکت و بهره‌وری سوق می‌دهد. بدون پدید آمدن چنین انسانی‌هایی غیر ممکن است که فراگرد توسعه در حرکتی معقول در مسیر دلخواه قرار گیرد. اگر تمام منابع جهان در اختیار انسان‌هایی باشد که این توانایی در آنها شکل نگرفته باشد، حرکتی انجام نمی‌گیرد. «گورنارمیردال» در کتاب گرانسنگ و گراندقدر خود «درام آسیایی» در جای جای مختلف این ترجیع بند را تکرار کرده است⁹ و بر این باور است که بدون دگرگونی در شناخت، تفکرات و رفتارهای انسان‌های ساکن در مناطق کمتر توسعه یافته، توسعه امری محال و یا بسیار دشوار است. در میان جامعه شناسان «پارسونز» و «لوی» نیز با چنین اعتقادی به شدت مورد توجه‌اند.¹⁰ این نظریه پردازان بر این باورند که تنها زمانی مفهوم توسعه در جامعه شکل می‌گیرد که تحولی اساس در انسان‌ها و نگرش‌های آنها انجام گرفته باشد. سپس بقیه مسائل و نکات شکل خواهند گرفت و توسعه آرام آرام بدان جامعه پای خواهد گذارد.

پارسونز در مرحله گذار از عدم توسعه به توسعه چنین می‌پندارد که باید مجموعه‌ای از دگرگونی‌ها در انسان و محیط اجتماعی او پدید آید تا مفهوم توسعه برای آن جامعه شکل گیرد.

¹⁰. Alex Inkeles, "Modern Man"

این مجموعه دگرگونی‌ها در سه گروه قابل بررسی‌اند:

1. شناخت یا وقوع (Cognition)

شناخت ما از خود و جهان پیرامونی در شکل دهی رفتار، بسیار مؤثر است هر اندازه انسانی کمتر توسعه یافته تر باشد و به پیچیدگی‌های خود و جهان اطراف خود کمتر وقوف داشته باشد، شناخت او ساده‌تر و عمدتاً شناختی سطحی و کمتر منطقی است و در تبیین علت‌ها از چند علت محدود سود می‌جوید.^{۱۱} در مقابل هر اندازه به پیشرفت انسان‌ها افزوده می‌شود به پیچیدگی‌های آنان نیز افزوده می‌شود و در قضاوت‌ها از عوامل متعددی استفاده می‌شود. از این رو می‌توان گفت جوامع کمتر توسعه یافته در مجموع، شناختی ساده و کمتر پیچیده نیست به جوامع پیشرفته صنعتی دارند. آنان در تبیین علت‌ها بیشتر بی‌منطق هستند و اکثراً به خرافات و عوامل غیرواقعی متوسل می‌شوند و در توسعه به تدریج در عقلانی بودن گرایش می‌یابند.^{۱۲}

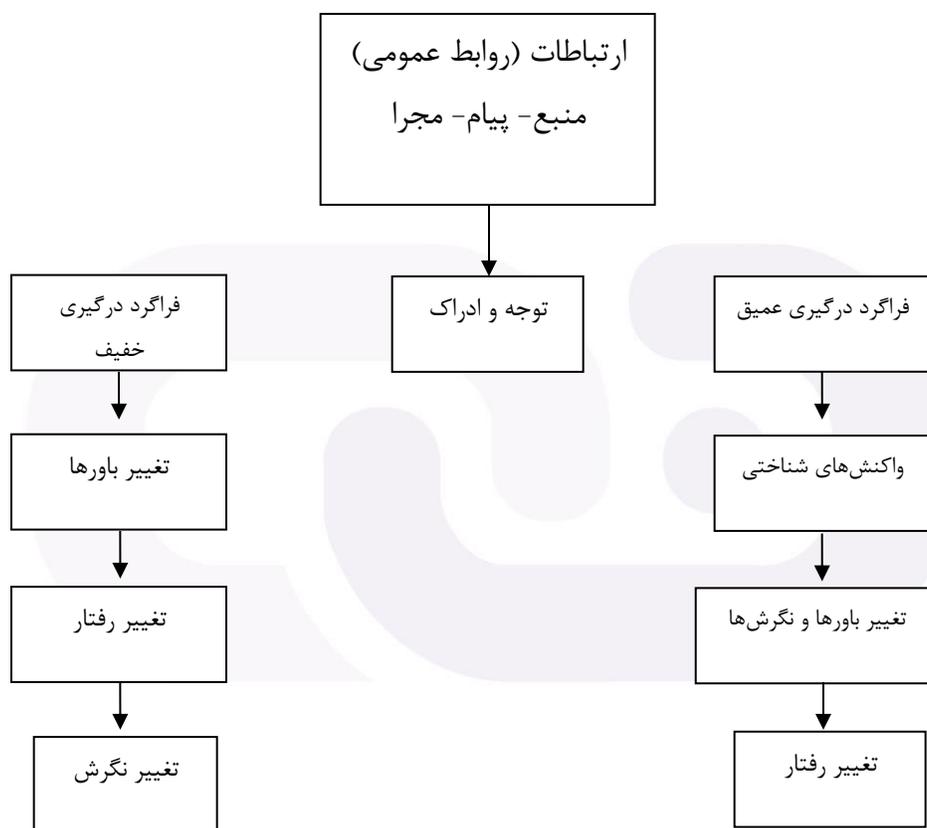
اگر به روابط عمومی از نظر اطلاع‌رسانی توجه کنیم، بی‌شک در شکل دادن شناخت، گروه‌کثیری از افراد جامعه و سازمان‌ها نقش حیاتی خواهند داشت و می‌تواند آنان را از مرحله‌ای به مرحله دیگر کاملاً سوق دهد. یعنی از مرحله کم‌اطلاعی و سادگی به مرحله براطلاعی و پیچیدگی سوق می‌یابند. اگر وظیفه روابط عمومی را در بسیاری از موارد تغییر نگرش افراد و سازمان‌ها بدانیم. در آن صورت ملاحظه خواهیم کرد در توسعه ناچار می‌باید نگرش مردمان را دگرگون کرد و با دگرگونی نگرش‌ها بستر را برای توسعه اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی و سیاسی آماده کرده‌اند. نگرش از آموزه‌ها و شناخت سرچشمه می‌گیرد و با شناخت قابل تغییر است. هرچند

¹¹ . James E.Austin, Managin in Developing Countries (New York: Frec Press, 1990) p. 62.

¹² . Gunnar Myrdal, Asian Dram (New York: Twentieth Century Fund, 1968)

در این راستا پیچیدگی‌های فراوانی است و با یک برنامه مدون و راهبردی همه جانبه می‌توان بدان دست یافت.^{۱۳}

در زیر مدلی را مشاهده خواهیم کرد:



مدل شکل‌گیری احتمالی رفتار در ارتباطات اقناعی (روابط عمومی)

2. عضویت اجتماعی Social Membership

انسان‌ها وقتی به دور هم جمع می‌شوند و اجتماعی یا جامعه‌ای را پدید می‌آورند، علاوه بر شناخت و ایجاد روحیه فردی، روحیه و شناخت اجتماعی بر آنها حاکم می‌شود. این خود موجب انسجام و یا پیوند آنان می‌شود و یا برعکس آنها را از یکدیگر جدا می‌سازد، اگر این پیوند یا انسجام به حد کفایت نباشد، آنان در محدوده‌ای خاص باقی می‌مانند و محبوس می‌شوند. این مسأله موجب می‌شود که آنها پیش‌تر نروند و به بالندگی و تکامل نزدیک نشوند.^{۱۴}

«پارسونز» بر این باور است که هراندازه جامعه از توسعه کمتری برخوردار باشد، عضویت افراد آن محدودتر است و در حد خانواده، قوم و قبیله متوقف می‌شود و با اوج گرفتن فراگرد توسعه به تدریج به شهر گرایی، کشورگرایی، منطقه گرایی و جهان گرایی سوق پیدا می‌کند. این جامعه گرایی (Universalism) که پیوند میان اقوام و ملل را تسهیل و آنها را به جامعه [امت و جامعه بشری متصف می‌سازد باید عضویت و شناخت مربوط به آن از خاص گرایی خودگرایی (Particularism) خارج شده همدلی و توجه به دیگران نزد اعضا شکل گرفته و در باورهای آنها بارور شده باشد؛ در غیر این صورت در همان مرحله «خودگرایی» و «خاص گرایی» باقی خواهند ماند.

روابط عمومی در این مورد نیز براساس وظایف محول به خود عمل می‌کند. با همدلی و ایجاد روحیه مشارکت در اعضای سازمان و نیز سوق دادن اعضای جامعه به سازمان وحدت میان آن دو را تسهیل می‌کند. جامعه احساس می‌کند که سازمان جزئی از آن است و به عنوان خرده نظامی (Sub-System) وفادار و کارآمد و با چسبندگی

¹⁴ . Talcott Parsons, the social system (Glencoe, I11: Free Press, 1959) p.58.

بالایی به او، کار خود را انجام می‌دهد و سازمان احساس می‌کند که بدون یاری جامعه به عنوان نظام فراگیر (Super System) از ادامه حیات و دستیابی به اهداف خود عاجز است. این تعامل کارساز وضعیتی اثر بخش را پدید می‌آورد و توسعه قطعا در چنین شرایطی است که شکل می‌گیرد.

3. روابط اساسی حاکم بر افراد یا روابط متعین Substantive Relations

هر اندازه جامعه پیشرفته تر شود، روابط از ابهام و نامعین بودن به وضوح و معین بودن و تعریف شدگی کشیده می‌شود. در جامعه کمتر توسعه یافته، روابط انسان‌ها از ابعاد مختلف مثلا کارگر و کارفرما، مالک و مستاجر، پدر و فرزند، استاد و دانشجو مبهم است وهاله‌ای از ابهام بر این روابط شکل می‌گیرند و به تدریج روشن و روشن تر می‌شوند، تا جایی که برای هر مورد و یا هر رابطه‌ای دستورالعمل‌های کاملا مشخص به وجود می‌آید. پس می‌توان گفت روابط اسای یا متعینی در فراگرد توسعه جامعه از پراکندگی که در ضمن آن تعهدات مردم در برابر یکدیگر مبهم است، رو به سوی روشنی و تشخیص می‌گذارد، در ضمن آن روابط مردم شکلی قراردادی و معین می‌یابد.¹⁵

برای اینکه توسعه در تمام ابعاد آن پدید آید و جامعه از وضعیت عدم توسعه به توسعه گذار کند، عقلانی شدن وقوف و یا شناخت، همه خوانی یا عام گرایی، عضویت و مشخص و معین شدن روابط، لازم است عقلانی شدن شناخت نه فقط به منظور پیش بردن علوم و اختراعات مربوط به تولید است، بلکه این وقوف باید در سرتاسر نظام اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی جریان یابد و ریشه بدواند. همه باید بفهمند و بدانند که عمل یکسان افراد در

شرایط یکسان نتایج یکسان به بار می‌آورد و نیروهای هوسباز و بی منطق نمی‌توانند در نتیجه آن اثر بگذارند شهروندان باید هدف خود را بشناسند و به آن وفادار و اسلوب‌های فکری در خود باید به وجود آید تا مردم دقیق و منطقی شوند و از جهان، استنباطی معقول در ذهن ایشان فراهم آید.

میزان احتیاج به تفکر و استنباط عقلانی و منطقی، بیش از نیاز به همه خواهی یا عام گرایی است. ولی خویشاوندپرستی (Nepotism)، نظام طبقاتی بسته، بردگی و نژادپرستی استعدادها را تباه می‌سازد و توانایی جامعه را در کار تولید و خلاقیت تقلیل می‌دهد. حد همه خواهی یا عام گرایی، شاید به اندازه محل و مقر آن اهمیت نداشته باشد.

این حد در جوامع و اجتماعات مختلف متفاوت است و شکل خاص خود را در جامعه متبلور می‌سازد. «انتخاب کشیشیان، افسران و رهبران اجمالی از طریق وابستگی‌های طبقاتی و خانوادگی از نظر هدف‌های ما واجد اهمیت یا مخاطرات کمتری است و حال آنکه بر کردن پست‌ها و مناصب سیاسی و اقتصادی به طریق خویشاوندی منشا ابتلائات فراوان است».^{۱۶}

همان‌طور که پیش‌تر اشاره شد، در روابط اساسی یا متعین نه تنها دانستن ماهیت این روابط در داخل گروه‌های مختلف مهم است، بلکه آگاهی به چگونگی تحول آنها هم لازم است. قطع ناگهانی همه این روابط نیز بر اثر حوادث ویژه احتمال دارد و همچنین ممکن است که شخصی به خانواده یا بستگان که شامل نسل‌های سلف و

¹⁶ . John B.thompson, Ideology and Modern Culture (Cambridge, U.K.: polity perss, 1990) pp. 238-239.

خلف و او و خویشان بلافصل پدری و مادریش نیز می‌شود از هیچ نوع کمک و همکاری دریغ نکند ولی در مقام احترام به اموال دیگرانی که با او رابطه‌ای ندارند، برنیاید.^{۱۷}

در تمام موارد فوق روابط عمومی‌ها برای شکل دادن و به حرکت درآوردن رفتار مناسب براساس مدل ذکر شده در بالا، عمل می‌کنند و می‌توانند ما را در دستیابی به اهداف اجتماعی، سازمانی و مدیریتی یاری دهند.

سازمان‌های پیشرو که از دیرباز نقش روابط عمومی‌ها را به درستی درک کرده و از آنها به درستی استفاده کرده‌اند ویژگی‌های خود را دارند. صاحب‌نظران علم مدیریت برای سازمان‌های پویا و هماهنگ با اصول توسعه، ویژگی‌های فراوانی قایلند. آنها بر این باورند که اگر این ویژگی‌ها تحقق یابند، سازمان‌ها پاسخگوی فراگرد توسعه خواهند بود و به درستی به کار خود ادامه خواهند داد. در اینجا به چند ویژگی بارز توجه و از پرداختن به جزئیات صرف نظر می‌کنیم. خوانندگان کنجکاو می‌توانند به منابع ذکر شده که سعی شده است در تمام موارد با جزئیات این کار صورت پذیرد، رجوع کنند:

1. آرمان طلبی و آرمان خواهی

سازمان پویای امروزی یا سازمانی که می‌خواهد و می‌باید در آینده وظایف خود را به درستی انجام دهد، می‌باید دارای آرمان و ایده‌آل‌های والایی باشد. این سازمان‌ها رسالت و چشم‌اندازهای خود را با جامعه و توسعه آن پیوند می‌زنند و سعی در کسب سود با توجه به منافع اجتماعی و آرمان‌های آن دارند. هر اندازه این آرمان‌ها وسیع تر و پهنه نگرش‌های جهانی نزدیک تر باشند و از بند محدوده آرمان‌های قومی، قبیله‌ای و منطقه‌ای بیرون آمده

باشند، فراگیرتر می‌شوند و توسعه سهل تر و سریع تر شکل می‌گیرد. در چنین وضعیتی که جامعه مہیای گذر از یک مرحله به مرحله دیگر خواهد شد.

2. گشودگی

بدین معنی است که سازمان یا گروهی از انسان‌ها از قید و بندهای محدود کننده و حالت بسته بیرون آمده، آماده و پذیرای انتقاد و دگرگونی باشند. گشودگی وقوف را بیشتر می‌کند و این خود موجب بالندگی فردی و گروهی اعضای سازمان و یا جامعه می‌شود. سازمان پویای امروزی یا آینده، باید به صورت مختلف به سوی گشودگی سیاست‌ها و خط مشی‌ها گرایش پیدا کند و از دگرگونی و انتقاد هراسی به دل راه ندهد.

3. اعتماد به دیگران و ایجاد شرایط استوار بر اعتماد

اصولا به وسیله اعتماد انسجام و پیوند بینا اعضای سازمان شکل می‌گیرد و آنان را به سوی آرمان‌ها بسیج می‌کند، پدید آمدن هر حالت نامناسب و مخرب اعتماد، موجب دوری اعضا از یکدیگر و نابودی روحیه جمعی است و پیوند سازمانی اعضا از یکدیگر گسسته می‌شود. این خود موجب فروپاشی جامعه، گروه و سازمان می‌شود.

4. دریافت و ارسال بازخورد (Feed Back) به صورت مداوم و مستمر

سازمان یا جامعه گشوده به طور دایم در کار تبادل اطلاعات است و لحظه‌ای از این تبادل غفلت نمی‌ورزد. این تبادل موجب اصلاح جامعه و خوداصلاحی اعضای جامعه یا سازمان و گروه می‌شود^{۱۸} که خود مرحله‌ای ارزنده از فراگرد توسعه است. هر زمان جریان تبادل اطلاعات و توجه به بازخورد در روابط سازمانی و اجتماعی قطع شود و

یا موجباتی فراهم شود که آن را محدود کند، فراگرد توسعه دچار دشواری می‌شود. در این حالت مداخله برنامه ریزان و مدیران به سوی تغییر وضعیت اجتناب ناپذیر است و یا این مداخله می‌توان وضعیت نامطلوب را به وضعیت مطلوب تبدیل کرد.^{۱۹}

5. تقویت خودمختاری فردی در عین پیوند با گروه

خودمختاری فردی موجب بالا رفتن حس مسئولیت‌پذیری اعضا می‌شود و به آنها در راستای خلاقیت و نوآوری استقلال و آزادی می‌دهد. شخص در عین اینکه به گروه وابسته است و حیات اجتماعی و سازمانی او را در گرو این پیوند است، خود به عنوان جزیی مستقل، از اختیارات کافی برخوردار است. این استقلال در عرصه توسعه به کارآفرینی و ابداع و ابتکار و خلاقیت‌های فردی و اجتماعی منجر می‌شود.^{۲۰}

6. عمل تعارض (Conflict)

تعارض جزء جدانشدنی هر سازمان و جامعه است. آنچه در این راستا اهمیت زیادی دارد، آن است که این سازمان‌ها و جوامع چگونه تعارض موجود بین خود را حل و فصل می‌کنند و تا چه میزان از موازین علمی و مشارکت‌جویانه در این راستا بهره‌مند می‌شوند. جوامع بیشتر توسعه یافته از روش‌های مشارکت‌جویانه و کمتر زورمدارانه استفاده می‌کنند و جوامع کمتر توسعه یافته از فشار و زور بیشتر بهره می‌گیرند.

7. تحمل مخاطرات (Risk Taking)

ایجاد روحیه خطرپذیری و حرکت در بین جامعه و سازمان و اعضای آنها نوعی تحمل مخاطرات است که برای هر جامعه، حدی از آن لازم است. به هر میزان فراگرد توسعه بیشتر شکل بگیرد، تحمل مخاطرات آسان تر و توجیه پذیرتر می شود. در شرایط تنش‌زا و دشواری آفرین، تحمل خطر برای اعضای سازمان و جامعه دشوار می شود و اساساً به سوی آن رغبتی نشان نمی دهند. عافیت‌طلبی خطرگریزی روابط و زندگی را فرا می‌گرد.

8. مشارکت (Participation)

مشارکت به معنای همکاری و اصل برابری انسان‌های عضو یک گروه و یا جامعه با یکدیگر است. هرگاه بین انسان‌ها مشارکت پدید آید - که خود فراگردی ضروری و لازم است - دگرگونی و تحول در جامعه شکل می‌گیرد و بالندگی و رشد شخصیت فردی و اجتماعی به وجود می‌آید. هر فرهنگی برای خود ویژگی‌هایی دارد و از هدف خاصی پیروی می‌کند. به طور مثال فرهنگ استبداد پیروی محض را هدف قرار می‌دهد و اعضای جامعه و فرهنگ را بدان سو می‌کشد. فرهنگ مردم‌سالاری که بر مبنای مشارکت در تصمیم‌گیری و تحمل آرا و عقاید و برنامه‌های دیگران است، چارچوبی خاص دارد. باید توجه داشت که تحمل با تشمت و قانون‌شکنی به میزان قابل ملاحظه‌ای متمایز است.

دکتر محمدعلی هماین کاتوزیان در خصوص فرهنگ غیرمشارکتی می‌نویسد:²¹

«... در اجتماعی که هیچ گونه آزادی و حقی (جز به عنوان امتیازی که دولت هر وقت خواست می‌دهد و هر وقت خواست پس می‌گیرد) وجود نداشته باشد، هیچ گونه احساس «وظیفه» و «مسئولیتی» ایجاد و پذیرفته نمی‌شود. همان طور که پیش‌تر عنوان شد، اساس و هدف فقط پیروی کورکورانه است و انجام امور فقط به شیوه‌ای است که مورد نظر گروه یا فرد است.» در چنین اجتماعی ملت (یعنی کل جامعه) اساساً با دولت در ستیز است. یعنی حتی در زمانی که امکان عصیان و طغیان نیست، اطاعت مردم از دولت تنها مبتنی بر عافیت‌اندیشی و در تحلیل نهایی ترس و نه رضایت و پذیرش است. در نقطه مقابل، در فرهنگ مشارکت که مبتنی بر حکومت مردم سالار از نظر سیاسی است و فلسفه بنیانی آن پذیرش اصل برابری اعضا در زمینه‌های گوناگون است، هدف‌های عمده به گونه زیر قابل تلخیص است:

²¹ . Thomas J.Peters and Robert H.Waterman, Hr., In Search of Excellence (New York: Harper and Row, Publishers, 1982).

J.M.Juran, Managerial Breakthrough (New York: Mc Graw – Hill, Inc, 1995).

الف: افزایش میزان بهره‌وری تولید

به محض تحقق فلسفه مشارکتی، تولید افزایش می‌یابد و بهره‌وری در تراز بالایی قرار می‌گیرد. کشورها و جوامعی که اینگونه هستند کاملاً این نکته را به اثبات رسانده و شاهد خوبی بر این مدعی هستند. از نظر نمونه می‌توان نظام مدیریت مشارکتی آلمان و ژاپن را نام برد.

ب: بالا بردن توان سازمان‌های تولیدی و بازرگانی و اعطای اختیارات بیشتر به آنها

سازمان‌های تولیدی و بازرگانی توان خود را در چرخه تولید و تجارت جست‌وجو می‌کنند. بدیهی است با بالا رفتن فرهنگ مشارکت در آنها به تدریج- همان طور که اشاره شد- از هبهر وری بالا سود خواهند برد که این خود به توان اجرایی و عملیاتی آنها می‌افزاید و آنان را از سطح بالاتر می‌کشاند و با تحقق چنین امری این سازمان‌ها می‌توانند از اختیارات بیشتری برخوردار شوند و رهبری جامعه را در مدیریت خویش توانمندتر سازند. بدین معنی که رهبری عمومی جامعه بیشتر به سیاستگذاری کلان پرداخته و کمتر به اجرا کشیده شود. البته در بسیاری از جوامع که فرهنگ مشارکت به درستی شکل نگرفته است، این هراس وجود دارد که این سازمان‌ها با در دست گرفتن اهرم‌های قدرت که از چرخه تولید و تجارت نشأت گرفته است به زورگویی و اجحاف به اعضای جامعه بپردازند و برای تثبیت و تحکیم قدرت و منافع خود، منافع همگان را به زیر پا گذارند. زمانی چنین هراسی واقعیت دارد که روح مشارکت بر آنها حاکم نباشد و همان طور که اشاره شد، آنان براساس اتکا بر شیوه‌های مزدورانه بخواهند قدرت خود را به کار گیرند و جامعه را به سوی منافع خویش به حرکت

درآوردند که در آن صورت تعادلی پایدار به وجود نخواهد آمد و گرایش عمومی به سوی عدم مشارکت خواهد بود. در ساز و کار مشارکتی اعضاء در عین اقتدار محسوس، چسبندگی خود را حفظ کرده، منفعت خود را در منفعت دیگران می‌یابند. در این صورت اقتدار و اختیار آنها با اقتدار و اختیار جامعه یا گروه یکسان می‌شود.

ج: نیرومند کردن نیروی کار

اساس فلسفه مشارکت نیرومند شدن اعضا است تا همه آنها قادر شوند که با حداکثر توانایی خود به کار بپردازند. نیروی کار، یا یک یک اعضای جامعه مشارکتی به این سو کشیده می‌شوند و آنچه را در قابلیت و توان خود دارند؛ به آسانی ارائه می‌دهند و این فرصت را پیدا می‌کند که بدون هراس آن را با دیگران در میان بگذارد. در مطالعاتی که در مورد آینده مدیریت انجام گرفته است، «پیتر دراگر» (Peter Druker) و «آفرین» (Offerman) و «گوینگ» (Gowing) بر این نکته دست یافته‌اند که نیروی کار به سوی انسجام کشیده می‌شود و این خود از پیامدهای مشارکت آنها در چرخه تولید و بازرگانی است. به نظر آنان در قرن بیست و یکم با نیرویی توانا و آگاه و حساس نسبت به سرنوشت خود رو به رو خواهیم بود. البته این بیشتر در جوامعی شکل گرفته و می‌گیرد که اساس روابط آنها مبتنی بر مشارکت است و آنان در فراگرد توسعه مسیر قابل توجهی را گذرانده باشند، و گرنه در جوامع عقب مانده و دست به گریبان با دشواری‌های اجتماعی و سیاسی این خود به دشواری‌های بشتر و بزرگتری کشیده می‌شود.^{۲۲} جوامعی که از نیروهای کارشناس و با روحیه‌ای بهره می‌گیرند، به تدریج گرایش به

این سمت خواهند داشت و با پذیرش فلسفه مشارکت و آموختن الفبای آن، زمینه برای توسعه مهیا می‌شود. آنچه در اینجا قابل ذکر است، این است که باید با آموزش و تمرین و ارتباط دو سویه که از طریق روابط عمومی سازمان‌ها صورت می‌پذیرد، این توان بالقوه را بالفعل کرده و حرکت را سرعت بخشید.

د: ایجاد شرایط مناسب برای مالکیت گسترده‌تر اعضا:

در فلسفه مشارکتی، مالکیت در دست یک نفر یا یک گروه خاص باقی نمی‌ماند، بلکه در میان اعضای جامعه کاملاً پخش می‌شود. هر کس به اندازه وسع خود مالک امکانات موجود می‌باشد و با به کارگیری نیروهای خلاق به دامنه آن وسعت می‌بخشد. این وسعت خود موجب توسعه می‌شود. نکته‌ای که در اینجا قابل ذکر است، این است که امکانات نامحدود است و با شکل‌گیری مشارکت به دامنه آن افزوده می‌شود و این خود مفهوم توسعه است. نه این که امکانات از یک جا گرفته و به جای دیگر داده شود. به عبارت دیگر مشارکت امری زاینده است که به توسعه امکانات می‌انجامد و این به این معنا نیست که فقط امکانات دست به دست و از گروهی گرفته و به گروه دیگر داده شود. تجربه تلخ چند دهه گذشته جمهوری شوروی، آموزگار خوبی در این راستاست. اگر مالکیت را از گروهی بگیریم و به گروه دیگر بدهیم دشواری حل نمی‌شود بلکه فقط از نقطه‌ای به نقطه دیگر منتقل می‌گردد و این خود پیامدهای ناگوار بیشتری را به همراه می‌آورد. مشارکت هرگز به محدود کردن عده و گروه حتی فردی نمی‌انجامد. مشارکت همه را به کار می‌گیرد و خلاقیت‌ها را بر می‌انگیزد و می‌آفریند. توسعه مفهومی جز این نیست و مشارکت چیزی جز ارتباط دو سویه کارساز تلقی نمی‌شود که روابط عمومی‌ها پدید می‌آورند.

هنر پدید آوردن و شکل دادن وحدت ملی و یگانگی میان شهروندان

همان طور که در بیان نظریات «پارسونز» اشاره شد، توسعه از نظر عضویت جامعه به نوعی گستردگی می‌انجامد و چارچوب و مرزبندی گسترده تر می‌شود. از سوی دیگر پیوند بین اجزای جامعه محکمتر می‌شود و این خود «هم افزایی» (Synergy) را تسهیل می‌کند با فلسفه مشارکت، اعضا در عین آزادی و حفظ هویت فردی، با عضویت خود، دارای آرمان‌های مشترک می‌شوند و این آرمان مشترک آنها را به سوی تلاش بیشتر و بهره‌وری فزون تر می‌کشاند. با شکل‌گیری آن، حساسیت اعضا نسبت به هم بیشتر می‌شود و احساس می‌کنند که دارای سرنوشت و منافع مشترک‌اند. در این حالت آنها نسبت به هم بی‌اعتنا نیستند و در صورت بروز هرگونه دشواری و مشکل برای یک نفر، دیگران نیز خود را در این مشکل سهیم می‌دانند. هر یک از اعضا عضوی از یک پیکر بزرگ و تولنا هستند و درد هر کدام دردمندی دیگران را به خود دنبال دارد. بی‌اعتنایی نسبت به دیگران و سرنوشت آنها جای خود را به حساسیت می‌دهد. در جامعه توسعه یافته روابط عمومی‌ها درد و شادی را برای همه می‌دانند. پیکر واحد و احساس واحد حال توسعه و روابط عمومی تسهیل کننده آن است.

این فلسفه در سطوح کلی ملی و منطقه‌ای پیامدهای فراوانی را با خود دارد که مهمترین آنها به گونه‌ای خلاصه به قرار زیر است:

سهیم شدن همه - از خرد و کلان - به تناسب استعداد و توانایی‌های طبیعی و خدادادی خود در قدرت.

تمرکز قدرت از یک نقطه به سطح کلی جامعه کشیده می‌شود که این خود یکی از ویژگی‌های اساس توسعه است.

فراهم آوردن شرایط مناسب برای مشارکت مردم در سرنوشت خویش و خارج شدن از برزخ بی‌اعتنایی به سرنوشت دیگران.

مبارزه با حاشیه‌نشینی، دشواری عمده‌ای که امروزه گریبان بسیاری از کشورهای در حال توسعه یا کمتر توسعه یافته را گرفته است.

به میدان کشیده شدن گروه‌ها و قشرهای محروم جامعه و تشویق آنان برای به عهده گرفتن بسیاری از مسئولیت‌ها.

همان طور که اشاره شد، قشرهای محروم در اکثر جوامع کمتر توسعه یافته، حاشیه نشین و ناظر بر فعالیت دیگران هستند. با تحقق فلسفه مشارکت آنان نیز پا به میدان فعالیت می‌گذارند و علاوه بر بازیافتن کرامت خود، دوشادوش دیگران به فعالیت می‌پردازند. مفهوم توسعه چیزی جز این نمی‌تواند باشد.

کمتر به گوش رسیدن صدای قدرتمندان و محرومان.

احساس مالکیت برای همه.

در هم شکسته شدن سکوت و برآمدن صدای همه و کانونی شدن این صداها.

بالتدگی معنوی مدیریت.

توجه به نیازهای بنلدمرتبه انسان‌ها و به ویژه نیروی کار.

آنها چیزی فراتر از نیازهای جسمانی و ایمنی می‌طلبند. آنان خواهان منزلت و خودشکوفایی‌اند و این جز از راه تحقق مشارکت و ارتباط دوسویه مقدور نیست.

سهیم شدن در اقتدار و اختیار.

مشارکت فر فراگرد توسعه و رفاه مادی و اجتماعی جامعه.^{۲۳}

همه موارد فوق به انسانی شدن جامعه و محیط کار و سازمان‌ها می‌انجامد و شرایطی پدید می‌آورد که یکپارچگی فرد و جامعه تسهیل می‌شود.

اگر یکی از عمده ترین نقش‌های روابط عمومی را ایجاد و تداوم رضایت عمومی مردم از نظام سیاسی، اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی جامعه بدانیم، شکل گیری موارد فوق در این نقش بسیار اثربخش است. روشن کردن افکار عمومی و ایجاد رابطه دو سویه و توام با اعتماد و احترام، پاسخگویی درست و منطقی و به دور از جنجال و فرافکنی به ابهامات و انتقادات مطرح در جامعه و یا سازمان‌هاست که به طور عموم از طریق رسانه‌ها تحقق می‌یابد، زمینه را برای جامعه‌ای مشارکت جو و با تساهل فراهم می‌سازد. بی شک این مسأله خود فراگرد توسعه

²³ . Roy Mc denna, Managing Organizational Change (Englewood cliffs, N.J: prenfia- Hall, 1989), 161-167.

را بسیار آماده می‌سازد. اگر مشارکت را – که در مورد آن در این نوشته بسیار سخن گفته شد- کلید توسعه بدانیم، روابط عمومی‌ها با ایجاد ارتباطات دو سویه به گونه‌ای که ذکر شد و ایجاد شرایط مناسب برای نظرسنجی‌های ادواری بزرگترین باور نظام مدیریتی جامعه و سازمان‌ها محسوب می‌شوند.



