یادداشت/درآستانه هفته جهانی ارتباطات؛ پیام،روابط عمومی وکشاورزی به قلم رامین امینی زارع



دکتر رامین امینی زارع
مدرس و پژوهشگر

درهفته ملی روابط عمومی، می خواستم درباره ارتباطات و روابط عمومی بنویسم که باخودم گفتم، هرساله به مناسبت این هفته، هم من وهم شماری از همکارانم دراین صنف نوشته ایم وبسیار هم نوشته ایم. دراین نوشتارمی خواهم از زاویه دیگری به موضوع نگاه کنیم؛فرض برآن است که پیام یکی از مهم‌ترین عناصر فرآیند ارتباط است که در واقع، تمامی ارتباطات در مرحله اول برای رساندن یا دریافت آن انجام می‌شود.

در رویکردی عام به مفهوم پیام، می‌توان گفت پیام، هر چیزی است که فرستنده به ارتباط می‌گذارد و در کانال ارتباطی قرار می‌گیرد. با این نگاه به مفهوم پیام باید آن را اعم از صورت و محتوا دانست و چنین قائل شد که پیام مشتمل بر مطالب و اطلاعات خواهد بود که

فرستنده آنها را در قالب نشانه‌ها و کدها رمزگذاری کرده است.

البته بسته به این که معنا را قابل انتقال بدانیم یا نه؛ تعداد این عناصر رد و بدل شده ممکن است تغییر کند؛ بدین بیان اگر معتقد باشیم معنا امری انتقال‌پذیر است که با پیام منتقل می‌شود، در این صورت، با رویکرد عام به پیام باید پیام را اعم از سه عنصر کدها، محتوا و معنا دانست؛ زیرا در این صورت، معنا نیز درشمار چیزهایی است که میان فرستنده و گیرنده انتقال می‌یابد.

برخی افراد همچون دیوید برلو، معنا را امری انتقال‌ناپذیر می‌دانند و بر این باورند که "فقط پیام‌ها قابل انتقال بوده و معنی در خود پیام نیست، بلکه در استفاده‌کنندگان از پیام است!"

به هر روی، جامعه روابط عمومی کشور، همواره مورد سوال از شیوه، حجم ومیزان اثرگذاری ارتباطات است،اما واقعیت موضوع جای دیگری است؛ این جمله ساده که روابط عمومی چه بگوید؟ملاحظه اش این است که چه چیز گفتنی وجود دارد؟منشا این که چه چیز گفتنی در سازمان وجوددارد یا آن چه که هست، گفتنی است یا خیر در روابط عمومی نیست بلکه در کنه و ذات سازمان وعملکرد آن است.

این اثرگذاری در پیوند با دومفهوم دیگر نیز هست؛ نخست سرمایه اجتماعی(Social Capital) ودیگری کیفیت و ارزش خدمات سازمان، موضوع دیپلماسی عمومی(Public Diplomacy) سازمان هم هنگامی که این دودچار مشکل باشند چاره ساز نیست.

البته در جهت مثبت، عملکرد اثرگذار بسیاری از دستگاه ها هم خودبخود می تواند منشا اثر و جزئی از ترسیم چهره ای کارآمد از دستگاه، نزد اذهان عمومی باشد.

به عنوان مثالی از بخش سبز و مولدکشاورزی؛ پرداخت حدود ۱۱۰ هزار میلیاردتومان تسهیلات از سوی بانک کشاورزی وپرداخت ۳۳۰۰میلیاردتومان غرامت بیمه کشاورزی به جامعه کشاورزی ارزشمند ایران درسال گذشته یا همین برنامه کشت ۲میلیون هکتار گندم درقالب کشاورزی قراردادی وزیر جهاد کشاورزی، نمونه ای ازچهره پذیر رفتار پیام رسانی از عملکرد است.

درپایان، با پاسداشت حضور ارزشمند جامعه روابط عمومی ایران و اهالی کوی روابط عمومی، این هفته رابه همکاران خود در روابط عمومی بخش های مختلف دولتی وبخش خصوصی شادباش می گویم.

چوغنچه گرچه فروبستگی است کار جهان توهمچوبادبهاری گره گشامی باش
گرت هواست که چون جم به سر غیب رسی بیا و همدم جام جهان نما می‌باش