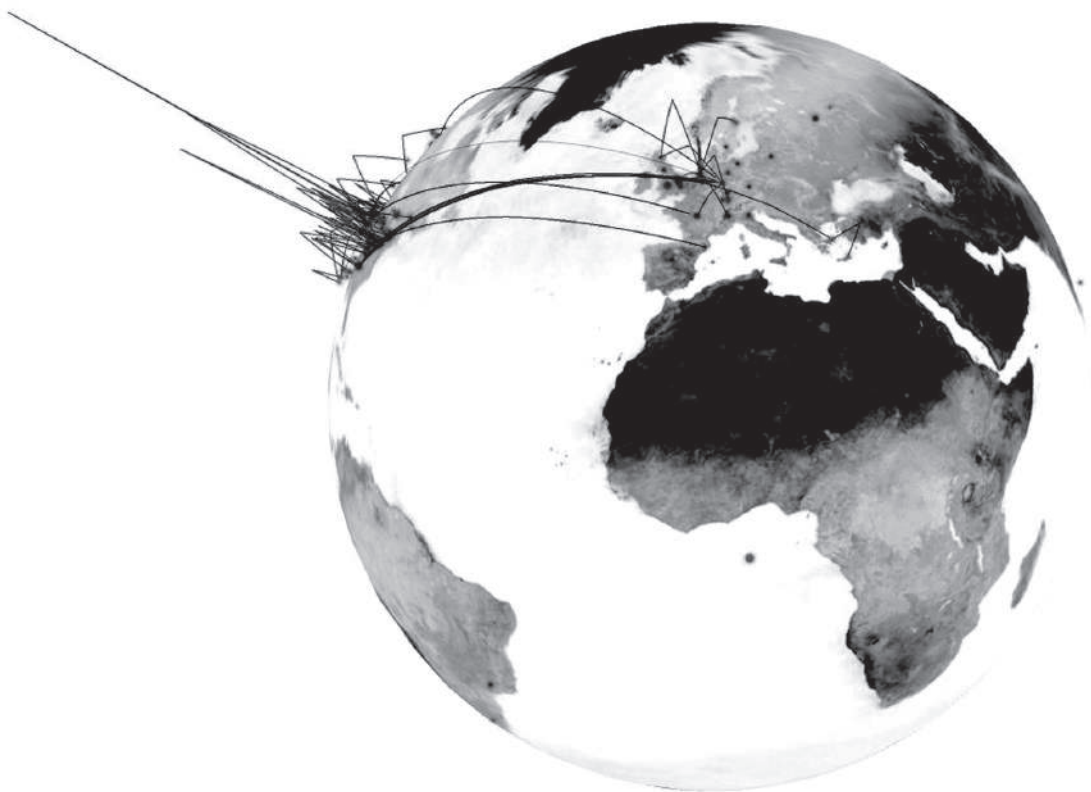
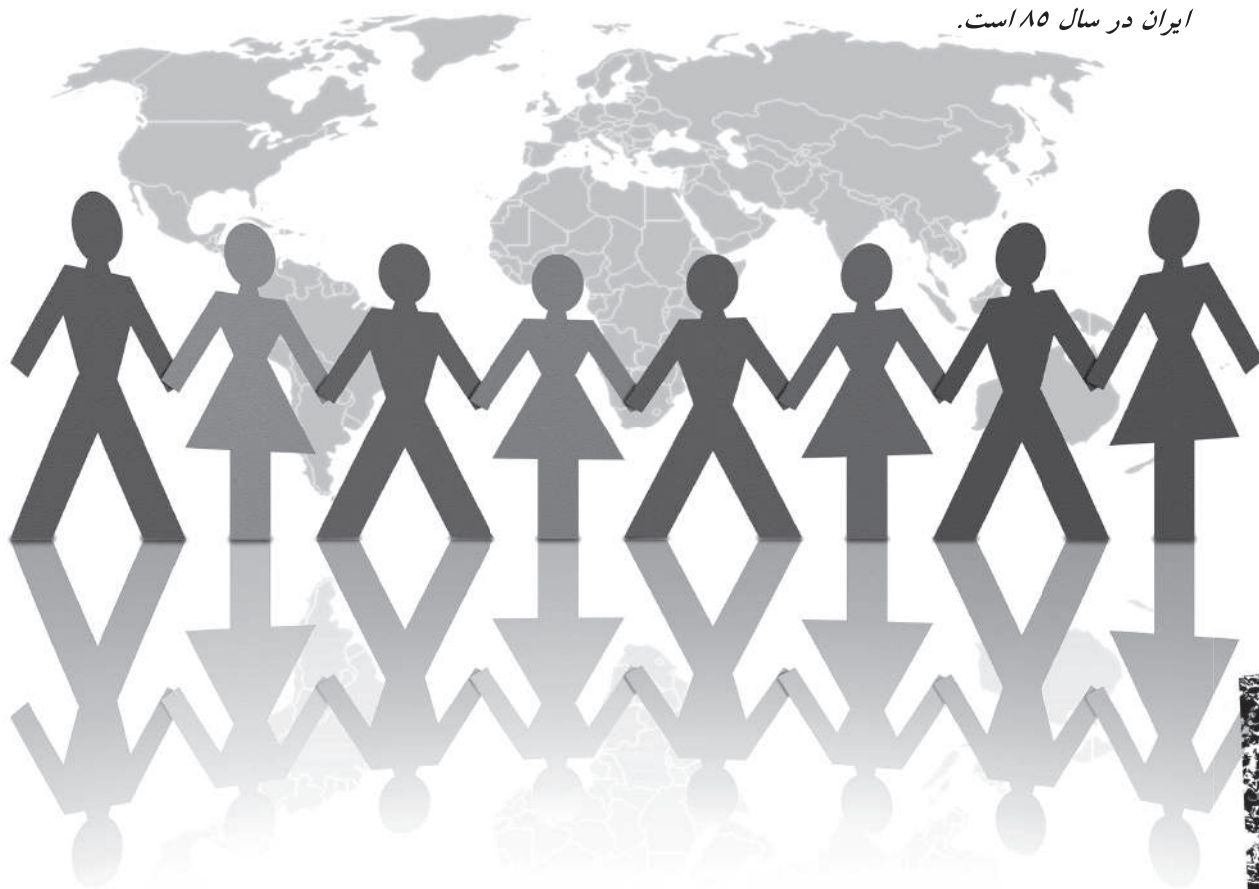




روابط عمومی در فرآیند جهانی شدن

دکتر علی محمدی متولد سال ۱۳۱۹ در اصفهان و دانش آموخته دکتری ارتباطات بین الملل و برنامه ریزی توسعه از دانشگاه کلمبیای آمریکاست. دکتر محمدی در دانشگاه های آمریکا و انگلیس تدریس کرده و مولف کتاب ها و مقالات علمی متعددی در حوزه ارتباطات و توسعه است. وی هم اینک استاد میهمان دانشگاه علامه طباطبائی است.

متن حاضر، سخنرانی وی در نشست ماهانه انجمن روابط عمومی ایران در سال ۸۵ است.



کتابسازان
روابط عمومی



سازمان روابط عمومی در فرآیند جهانی شدن

اکنون بیش از دو دهه است که از مطالعه و پژوهش در مورد فرآیند و اثرات جهانی شدن در دنیای امروز می گذرد. برخی از محققین به دفاع از فرآیند جهانی شدن و اثرات مثبت آن توجه دارند و استدلال می کنند که کاهش فقر و ایجاد توازن و تعادل بین کشورهای دارا و ندار و از همه مهم تر، توسعه عدالت اجتماعی و دموکراسی هرچند کند، یکی از آرمانهای جهانی شدن، است. هم زمان با این برداشت از فرآیند جهانی شدن، عده ی دیگری از دانشمندان علوم اجتماعی و اقتصادی بانگرشی تردید آمیز به اثرات مثبت جهانی شدن می پردازند. بخصوص اگر در این گذار حساس، به کشورهای درحال توسعه، بویژه کشورهای اسلامی توجه کنیم به وضوح مشاهده می کنیم که ملتهای مسلمان در فرآیند جهانی شدنی با توجه به عرصه بین المللی بهره ای نبرده اند، بلکه بعد از یازدهم سپتامبر ۲۰۰۱ در حوزه ی تبلیغات و ارتباطات بین الملل، اسلام مساوی شده است با تروریسم و در نتیجه اسلام ستیزی در اروپا و آمریکا موجب محدودیت هایی برای مهاجرین مسلمان شده است و اغلب فرزندان آنان در دانشگاه ها و مدارس، مورد بی مهری مسئولان امور قرار گرفته اند. دریک چنین شرایطی برخی از پژوهشگران اسلام گرا در پاسخ به این دهه، گذار جهانی شدن کشورهای اسلامی را با کشورهای دیگر مقایسه کرده اند و عکس العمل آنان را به فرآیند جهانی شدن مطالعه قرار داده اند. یکی از آنها به چهار فاکتور مهم در این فرآیند توجه کرده است. اول: موضوع مذهب دوم: فناوری، سوم: اقتصاد و چهارم: نقش امپراطوری و نیروی نظامی. بعد از تحلیل و تفسیر مفصل به این نتیجه رسیده است که ترکیبی از این چهار فاکتور فوق، به وجود آورنده جهانی شدن است که در نهایت به همگن کردن تمام فرهنگ ها و بالاخره سلطه فرهنگی غرب منجر شده است و بعد نتیجه می گیرد که جهانی شدن چیزی جز فرآیند همگنی فرهنگها بطور ناموزون و بتدریج با افزایش قدرت فقط در دست معدودی کشورهای غربی است و بطور کلی مرکز کنترل کامل در غرب بوسیله قدرت فناوری و پویایی سرمایه داری به این پیشرفت رسیده اند. با ملاحظه اینکه آزادی بازار و راهنمایی ها و حمایت

بانک جهانی و صندوق بین المللی پول هم نقش مهمی در توسعه ی فرآیند جهانی شدن داشته است. درحال حاضر بازار فرهنگی غرب، مدار به وجود آورنده یک فرهنگ جهانی شده است که نظام اجتماعی و اقتصادی جهان را با نظم نسبی خود درهم ریخته است. در عوض یک اقتصاد نامتعادل بوجود آورده است، بطوری که رئیس پیشین بانک جهانی هم زبان به شکایت می گشاید و می گوید: فرآیند جهانی شدن به جای کاهش فقر موجب افزایش بیش از یک میلیارد و ۷۰۰ میلیون نفر گرسنه شده است که در نهایت فقرو تنگدستی زندگی می کنند.

علاوه بر اظهارات رئیس بانک جهانی، گزارش وضعیت موجود جهان در سال ۲۰۰۰ اشاره به افزایش فقر در جهان دارد، درحالی که یک میلیارد و ۲۰۰ میلیون نفر بیش از نیاز خود غذا می خورند، در حدی که در کشورهای پیشرفته بیش از ۴۰۰۰۰ نفر در سال به جراحی چاقی و کاهش گوشتهای اضافی خود نیاز دارند. حتی این پدیده در برخی از کشورهای جنوب هم با افزایش وزن رو به فزونی است.

پرسشی که در این جا مطرح است، این است که چگونه فرآیند جهانی شدن که قرار بود عدالت اجتماعی، دموکراسی، تضمین حقوق بشر و همین طور تعادل در بین کشورهای فقیر و ثروتمند را به وجود آورد، ناگهان موجب پدیدار شدن این عدم توازن و تعادل اقتصادی در جهان امروزی شده است؟

آیا این ناشی از همان بحثی نیست که «سمیرامین» محقق مصری بارها بر آن تاکید کرده است که عدم تساوی در جهان فعلی نتیجه توسعه نامتعادل سرمایه داری و تمرکز و انحصارکردگی پنچگانه غرب است؟

۱ - غرب فناوری پیشرفته را از آن خود می داند، چون توانسته هزینه های سنگین تحقیقات نظامی را جهت تولید



سلاحهای پیشرفته بپردازد. به این دلیل اجازه پژوهش به دیگر کشورها حتی اگر قادر به پرداخت هزینه پژوهش هم باشند را نمی دهد.

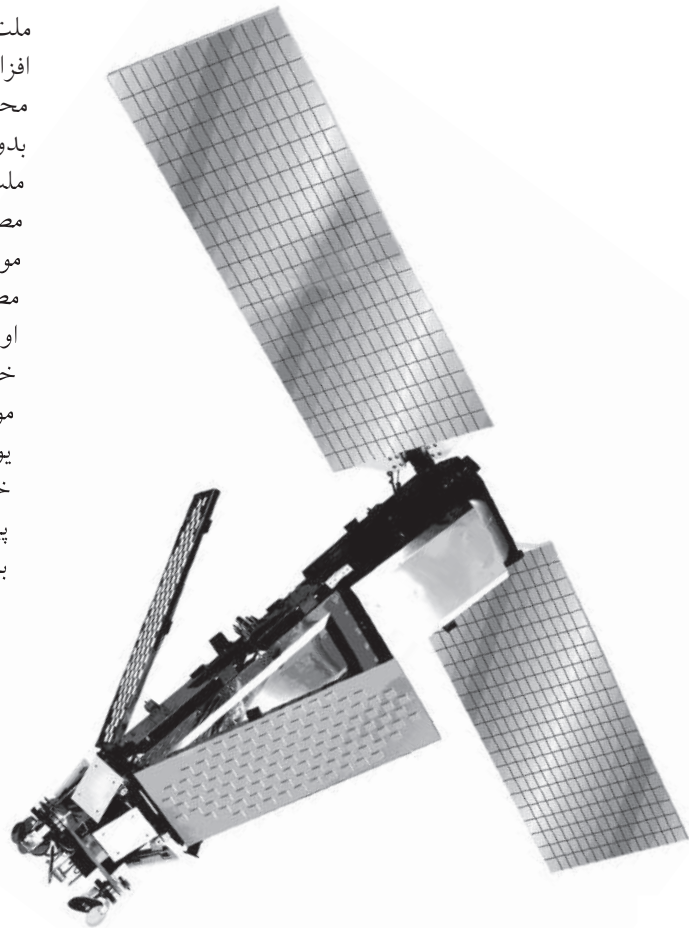
۲ - فاکتور تعیین کننده ارزش سهام و دارایی و امور مالی جهانی فقط در انحصار توکیو، فرانکفورت، لندن و نیویورک است، چون سلطه بر بازار بورس جهانی را دارند و قدرت مالی آنان تعیین کننده جریان امور مالی بین المللی است. با توجه به اینکه حضور و حق رای آنان در صندوق بین المللی پول بی تاثیر نیست.

۳ - یک نظام کاملاً انحصاری برای دسترسی به منابع طبیعی جهان بوجود آمده است که فقط معدودی از کشورهای غربی و اقمار وابسته به آنان اجازه کاوش و تجسس و تکنولوژی پیشرفته را دارند، چون مهارتها و وسایل تجسس کاملاً انحصاری است. اکنون سرمایه داری فعلی جهان فقط به منافع خود در کوتاه مدت توجه دارد و به پیامدهای محیط زیست همانطور که به دفعات در کنفرانس های بین المللی محیط زیست شاهد بودیم واقعی نمی گذارد.

۴ - مهمترین ابزار بازار جهانی و سرمایه داری غرب رسانه های ارتباط جمعی و بین المللی هستند که

در انحصار کشورهای غربی است. کارتل های خبری و ماهواره های ارتباطی هم از آن آنهاست و به علت سلطه خبری و انحصار اطلاعات و کاربرد دقیق فنون دست آموزی، کسی به فریاد کشورهای مظلوم و دادخواهی ملتهای تحت ستم گوش فرا نمی دهد.

۵ - انحصار از نقطه نظر «امین» منوط به ساختن سلاحهای کشتار جمعی است که خاص بیش از چند کشور نیست. روی این اصل تا زمانی که انحصارهای پنج گانه وجود دارد امکان تعادل فرایند جهانی شدن نیست. در چند قرن گذشته تجارت بین الملل به کلیه امور سیاسی و اقتصادی جهان حاکم بود، ولی سلطه ی گسترده ای که در دو دهه اخیر با قدرت رایانه به جهان مستولی شده است، هرگز ابعاد فرهنگی و اقتصادی آن به این میزان نبوده است که بتواند قدرت دولت و ملت و حدود و ثغور ملی را زیر سؤال ببرد؟ تفاوت عمده ای که فرایند فعلی با گذشته دارد، این است که همگنی یا هموژنی فرهنگی کاهش یافته است و همزمان با این فرایند تفاوت های فرهنگی کاهش یافته و فرهنگ مصرف و راحت طلبی حاکم بر تمام تفاوتها شده است. توسعه ابعاد فرهنگ گستر و اقتصاد مصرفی مانع نفوذ قدرت دولت ها بر ملت های خود می شود. با تمام تدابیر نرم افزاری و سخت افزاری که دولت های اسلامی به کار برده اند، قادر به محبوس کردن ملت های خود از نظر اطلاعات نیستند. بدون تردید هموژنی فرهنگی پیام آور دموکراسی بر ملت های محروم و در بند است. امروزه دسترسی به بازار مصرف از نظر زندگی، پوشاک و حتی خوراک و بالطبع موضوع حقوق افراد، عدالت اجتماعی که در دیگر کشورها مطرح است را به آگاهی ملت هایی که از این حقوق اولیه محرومند می رساند و دولت ها مجبورند تسلیم خواسته های برحق ملت های خود شوند وگرنه مورد مواخذه بین المللی قرار می گیرند. موردهای اندونزی، یوگسلاوی سابق، عراق و افغانستان و پاناما هنوز در خاطره ما هست. نباید فراموش کرد که جهان در حال پیشرفت است. آب رفته را نمی شود دوباره به جوی باز گرداند. ما می توانیم از تجربه ی گذشته درس



به دنبال چراها باشیم؟ چرا باید در عرصه‌ی بین‌المللی به جای مقاومت و ایستادگی و همبستگی با یکدیگر برای حفظ وحدت نظر از حق خود دفاع کنیم و در سازمان‌های بین‌المللی از حقی که شایسته‌ی ماست برخوردار شویم نه اینکه دیگران برای ما تصمیم بگیرند؟ چرا به جای شرکت در تصمیم به اطاعت از دستور بپردازیم؟

در فرآیند جهانی شدن و پدیده تروریسم از طرف کشورهای اسلامی با خدشه‌دار شدن تصویر صلح‌جویی و صلح‌طلبی در عرصه تبلیغات بین‌المللی مواجه هستیم. دولت‌های ایران در گذشته و حال پیوسته کوشیده‌اند که ایجاد همبستگی و مودت را در بین کشورهای اسلامی فراهم کنند و هزینه‌های بسیاری را متحمل شده‌اند، باید آگاه باشند که کشور ایران دارای ۳۰۰۰ سال سابقه ملت و دولت بوده است، به علت سابقه دولت مرکزی قوی، قرن‌ها است که قبیله‌گرایی و فرقه‌ای عمل کردن جایی در نظام کشور ما ندارد. ولی متأسفانه کشورهای عربی هنوز قبیله‌ای فکری می‌کنند و مفهوم ملی و ملت در فرهنگ آنان وجود ندارد. حکومت در آن کشورها نظام زور یک قبیله بر قبیله دیگر بوده است.

تجربه تاریخی کشور اهورایی ایران با آنها بسیار متفاوت است. اگر تلاش‌های قابل تقدیری که دولت‌های ایران تا کنون برای تفاهم کشور عربی انجام داده‌اند، با عدم موفقیت آنان همراه بوده است ناشی از دو تجربه تاریخی است. نباید فراموش کرد که آنچه داریم و هستیم نشأت از تاریخ گذشته ما می‌گیرد. هرگز این واقعیت تاریخی را نمی‌شود نادیده گرفت که تا وقتی جدی به گفتمان علل عقب‌افتادگی و تعامل با نوسازی نپردازیم پاسخ چراها را نمی‌توانیم بیابیم و جایگاهی را که در بین سایر ملل در شأن ملت کهن سال ایران است، نمی‌توانیم بیابیم. اکنون در این رهگذر جایگاه رشته روابط عمومی و حرفه آن در گستره عظیم جهانی شدن چیست؟ انجمن روابط عمومی در گذشته در زمینه نقش روابط عمومی در عصر جهانی شدن از نظر هویت و ماهیت حرفه بحث‌هایی را مطرح کرده است. برخی از پژوهشگران به جای بررسی ماهیت رشته روابط عمومی در فرآیند جهانی شدن که به مانند رشته‌های دیگر دچار سر درگمی و مشکل هویت شده است، به تعریف وظایف شغلی روابط عمومی پرداخته‌اند، مانند شیوه اطلاع‌رسانی و روشن‌گرایی، شیوه‌ی مردم‌داری و انتقادپذیری یا شیوه اعتمادسازی و وحدت‌طلبی. اینها کلمات زیبایی هستند ولی در عمل اجرای آن‌ها آسان نیست. یکی از مسایل مهمی که مدیران و کارگزاران روابط عمومی در کشورهای درحال توسعه و یا کشورهای مسلمان روبرو هستند، عدم احترام

عبرت بگیریم و اشتباهات را دوباره تکرار نکنیم. یک مصرف‌کننده به شبکه اینترنت اضافه می‌شود، مردم با کاربرد رایانه و تلفن همراه و استفاده از تلویزیون‌های ماهواره‌ای بیشتر آشنا می‌شوند و جامعه درحال پیشرفت به سوی استیلا تفکر علمی است.

با فرآیند فرهنگ دموکراسی و دسترسی به اطلاعات آسان‌تر می‌شود. نکته مهمی که در این جا حائز اهمیت است اینکه توسعه و ترقی و تکنولوژی، اول در تخریب رخ داده است، اینکه دولت‌ها باید مطمئن باشند که قادر نیستند این حرکت مرفقی که در غرب آغاز شده است را متوقف سازند.

این پیشرفت‌ها نتیجه پژوهش‌های علمی و توسعه تفکر علمی و منطقی است. غربی‌ها از دیر باز برای حل معضلات جامعه خود پیشرفته و یافتن راه حل کوشیده‌اند ولی کشورهای اسلامی در کاربرد روند تفکر علمی یا قصور کرده‌اند یا ممانعت. امروز کشورهای اسلامی از نظر منابع طبیعی بسیار غنی هستند، ولی به پژوهش برای استفاده معقول از منابع طبیعی خود کمتر توجه کرده‌اند. مضافاً اینکه همبستگی و وحدت نظری که در بین کشورهای غربی بویژه ۷ کشور صنعتی وجود دارد، در بین رهبران کشورهای مسلمان کمتر مشهود است. همیشه وحدت درمورد منافع ملی و تجارتی مشترک، راحت‌تر مقدّرتر است ولی در همبستگی در مذهب چون در بسیاری موارد با منافع ملی در تضاد است، امکان وحدت به ندرت پدید می‌آید. شایان توجه است که بعد از فروپاشی امپراطوری عثمانی و امضای قرارداد ورسای، یک ژنرال فرانسوی وارد مسجد امید در شهر دمشق شد و سر قبر صلاح‌الدین ایوبی رفت و فریاد زد: صلاح‌الدین بیدار شو، ما غربی‌ها دوباره برگشتیم. متأسفانه دولت و رهبران کشورهای اسلامی هنوز هم حاضر نیستند اجازه گشودن بحث عقب‌ماندگی کشورهای اسلامی را بدهند و به دروس دانشگاهی، رشته علوم انسانی گفتمان عقب‌ماندگی جهان اسلام را اضافه کنند. چرا کشورهای غربی توسعه یافتند و کشورهای اسلامی که روزی پیشگام تفکر علمی بودند، این طور عقب‌ماندند که در آغاز قرن ۲۱ با جمعیتی بیش از یک میلیارد و داشتن بهترین مناطق جغرافیای زمینی که هم از نظر منابع طبیعی و هم از نظر استراتژی بسیار مهم است نتوانسته‌ایم در عرصه بین‌المللی قدرت تعامل داشته باشیم.

چه عواملی موجب این عقب‌افتادگی شده است؟ آیا وقت آن نرسیده است که اندکی در این مورد فکر کنیم و

رمز موفقیت دولت های غربی در کشورشان بیشتر راستگویی، شفافیت در گفتار و رفتارشان و از همه مهمتر توجه به توصیه های متخصصان روابط عمومی و رسانه ای بوده است.

اما در فرآیند جهانی شدن، مشکل اساسی روابط عمومی ها چیست؟ چون تا پایان قرن بیستم ما همه در جهان دو قطبی زندگی می کردیم و اکنون کمتر از دو دهه است که جهان سرمایه داری یک قطبی است و دشمن اصلی سرمایه داری که کمونیسم بود برچیده شده، رشته های تحصیلی در دانشگاه ها هم براساس جهان دو قطبی طرح ریزی شده بود. شیوه های برخورد رسانه ها هم در جهان سرمایه داری همیشه به صورتی تنظیم شده است که سرمایه داری و آزادی تنها راه رستگاری بشر است و هرکس به غیر این راه تبلیغ کند، خطاست یا دشمن دموکراسی است.

بنا بر این کلیه کتاب های درسی و مواد آموزشی بر اساس چنین فرآیندی تنظیم شده است. رشته روابط عمومی در کشور آمریکا که مهد شرکت های ملی و فراملی هستند به وجود آمده است، چون نیاز کربوریشن ها (شرکت های چند ملیتی) به تصویر سازی و جلب اعتماد عمومی برای خرید سهام آنها امری ضروری بود. مبنای تخصص روابط عمومی بدون داشتن تئوری مشخص براساس استفاده از دروس کاربردی در رشته های روانشناسی، جامعه شناسی، مردم شناسی و علوم سیاسی بوده است و بعد از تحول در فرآیند جهانی شدن کاملاً مواجه با بی هویتی شده است. دیگر بلوک شرق نیست که مورد تحقیر قرار بگیرد و فقط باید به تحول و قدرت کربوریشنهای آمریکایی بپردازد. در حال حاضر این رشته کاربردی که به علت فقدان تئوری در انجام پژوهش های مستدل بدون مدد از رشته های جامعه شناسی یا علوم سیاسی نمی تواند قائم به ذات باشد، دچار سردرگمی و فقدان راه و روش مشخصی است. در این شرایط چاره ای نیست جز آنکه با برگزاری سمینارهای حرفه ای همگام با تغییراتی که در جهان امروز پدید آمده است، رشته روابط عمومی مطابق با نیاز قرن ۲۱ تعدیل گردد.



شرکت و سازمان و با نگرش فرآیند جهانی شدن گسترش دهد. همه در دنیای امروز ناظر و شاهد رفتار و کارهای همدیگر هستند. روی این اصل فرآیند جهانی شدن در همه جا در حال توسعه است، با وجود اینکه سازمان اداره روابط عمومی محلی است در عمل باید با نگرش جهانی اقدام کند.

حتی در بخش های حراست و امنیت ملی هم بدون صلاحدید کارگزاران حرفه ای و متخصص روابط عمومی اقدامی که موجب خدشه دار شدن اعتماد ملی و تصویر بین المللی کشور شود را نباید انجام دهند. در دنیای رسانه ای امروز دولت هایی موفق اند که با که به مدد کاربرد مهارت ها و تکنیک های پیشرفته روابط عمومی و صحیح از رسانه های ارتباط جمعی، برنامه های خود را در زمینه توسعه سرمایه گذاری و روابط سیاسی، وضع معیشت مردم، مسکن، آموزش، اشتغال، بهداشت به طور شفاف و روشن برای ملت های خود بیان کنند آنها باید به طور پیوسته با رسانه ها گفت و گو کنند و از آنها بخواهند مردم را در جریان برنامه ها و کارهای دولت قرار دهند و افکار عمومی را به طور مرتب ارزیابی کنند تا در کارهای خود موفق شوند. امروزه که مردم به اطلاعات متفاوتی دسترسی دارند، بدترین شیوه تبلیغاتی به جای تبادل نظر و گوش دادن به پرسش های خبرنگاران و خواسته های مردم، موعظه کردن، تحکم کردن، دستور مستقیم دادن و بی توجهی به خواسته های مردم و گناه کوتاهی کردن خود را به گردن دیگران انداختن است.

