

بمناسبت برگزاری سمینار علمی علوم ارتباطات و روابط عمومی در مالزی

"مالزی سرزمین سرعت در تحولات"

داریوش چهارازی

کارشناس علوم ارتباطات و مدیریت

حضور در سرزمین مالزی در چارچوب سمینار علمی و بین المللی روابط عمومی و ارتباطات کشور های اسلامی منطقه، فرصتی بود تا سرعت بسیار زیاد توسعه و رشد را در تمامی عرصه های علمی و اجتماعی آن کشور از نزدیک لمس کرد. جهش اقتصادی مالزی، اینک بگونه ای است که تحیر و تحسین هر بیننده ای را به خود جلب می کند و جرقه های امید و رشد همسان و مشابه را در سایر کشورهای منطقه به وجود می آورد.

دیدار از مراکز علمی، اجتماعی، رسانه ای، اقتصادی و دانشگاهی در یک جمع بندی کلی این حس را به وجود می آورد که دستیابی به توسعه پایدار و جبران عقب ماندگی های حاصل از اعصار و قرون امری است دست یافتنی و محقق شدنی.

### **بازدید از مراکز رسانه ای**

بازدید از مرکز رادیو تلویزیونی و شبکه های تلویزیونی خصوصی از جمله TV3 و TV9 بیانگر این واقعیت بود که عزم ملی برای توسعه مراکز رسانه ای و ارتباطی جزم شده است هر چند بنظر می رسد تجهیزات و امکانات موجود در کشور خودمان به حمدالهی بسیار پیشرفته تر و غنی تر است، حتی از ابعاد محتوایی می توان گفت غنای برنامه های تولیدی و فراورده های رسانه ای کشور ما یک سرو گردن از فن آوری و محتوای برنامه آنها بالاتر است ولی آنچه که در کشور مالزی نمود بیشتری داشت حداکثر بهره گیری از حداقل امکانات بود.

### **زندگی اجتماعی مسالمت آمیز**

وجود فرقه ها و قومیت های مختلف اعم از ملیت های چینی، فیلیپینی، ویتنامی و هندی در کنار مردم بومی مالزیایی یا به تعبیر محلی خودشان (مالیایی) جلوه ای زیبا از زندگی مسالمت آمیز ملل مختلف در یک کشور را به نمایش نهاده است. مردمی که با هم در ارتباطند و سیستم ارتباطات اجتماعی و اقتصادی فرهنگی را بر اساس نقاط مشترک خود بنا نهاده اند.

مالزی مسیر توسعه را دریافته و با سرعت قابل ملاحظه ای در آن به پیش می رود. تقریباً شاید در یک تقسیم بندی اجتماعی بتوان بگونه ای گفت که چینی ها و شرکت های چند ملیتی چرخهای اقتصادی و سایر اقوام و ملل چرخهای خدماتی این کشور را بین یکدیگر تقسیم کرده اند.

### **جلوه های توسعه و رشد مستمر**

برجهای دوقلو در آن کشور به وفور به چشم می خورد، ولی یکی از این برجهای دوقلو که به منطقه و ساختمان KLCC یا ساختمان Petronas معروف است علاوه بر زیبایی و جذابیت به نماد رشد و توسعه ملی این کشور بدل شده است.

### **پتروناس فقط شرکت نفتی نیست**

جلوه زیبا، مهندسی پیچیده و اشتیاق خیل مردم و توریست ها برای بازدید، از ویژگی های جدایی ناپذیر این بنای مدرن و دیدنی است که هر لحظه و هر ساعت در جریان است. گفتنی است بازدید از این ساختمان تا طبقه ۴۱ و بصورت رایگان برای عموم آزاد است و بدنیست بدانید شرکت پترو ناس که عموماً تصور فعالیت در عرصه های نفتی از آن وجود دارد، در زمینه های ساخت موتور سیکلت های مدرن کورسی و مسابقه ای، موتور خودرو و ساخت قطعاتی از موتور هواپیما و ساخت مراکز مدرن تجاری نیز در حلقه فعالیت های این شرکت قرارداد و اکثر مراکز بخش فرآورده های نفتی سطح شهر تحت نظارت و مدیریت این شرکت اداره می شود.

### **دانشگاه علوم و ارتباطات مالزی (United Science Malaysia)USM**

شهر پنانگ Penang یکی از جزایر زیبای این کشور است که دانشگاه علوم مالزی در آن قرارداد. در سمینار آموزشی برگزار شده در این مرکز، آخرین یافته های علمی در زمینه علوم ارتباطات و دیدگاه دانشمندان آن کشور به موضوع روابط عمومی مورد بحث قرار گرفت. اساتید این دانشگاه از اعتبار علمی بالایی برخوردار بودند و تعداد زیادی از آنها دارای سوابق تدریس در دانشگاههای معتبر جهان از جمله دانشگاه منچستر بودند.

### **بومی سازی تئورها**

یکی از نکات جالب توجه در مباحث ارائه شده توسط اساتید این دانشگاه پیرامون مبانی علمی روابط عمومی و علوم ارتباطات در این نکته نهفته بود که تئورهای علوم ارتباطات و روابط عمومی که عمدتاً آمریکایی هستند، را با مبانی جامعه خود می سنجدند و به اصطلاح آنها را بومی سازی می کردند. تأکید بر نقش متقابل و همکاری دوسویه نهادهای ارتباطی اعم از رسانه های گروهی، روابط عمومی سازمانها و تشکیلات و رسانه های سایبر Syber با دولت بود. و اعتقاد داشتند باید با قدرت از تلاش و حرکت های مطلوب دولت حمایت کرد و این ویژگی عملاً در رفتار و سخنان آن ها موج می زد به گونه ای که تطابق این علم با مبانی دینی و اسلامی، فرهنگ ملی و خرده فرهنگ های محلی و بومی را مورد تأکید قرار میدادند. امری که گاه ما در انتقال و انعکاس علوم ارتباطات گاه از آن غافلیم!

### **نقش عشق در حرفه روابط عمومی**

پروفسور مودات هیرعبدالرحیم که ملیت سودانی داشت، نقش عشق در حرفه و صنعت روابط عمومی را بسیار حیاتی بر شمرد و سخنان زیبا و جذابی را حول همین محور ارائه نمود. او سالها در عرصه ارتباطات و دیپلماسی کشورش فعال بوده و سوابقی از تدریس در دانشگاههای معتبر جهان از جمله دانشگاه منچستر را همراه داشت. او بالاترین رابطه را، رابطه انسان با خدا خواند و گفت در

این عرصه نیز عشق در حد اعلاي خود نقش آفريني مي کند و اصولاً هرکجا که سخن از ارتباط است، باید بال هاي شوق و عشق و علم بطور متوازن و متعادل به حرکت درآیند. چهره تفتیده و سیاه این استاد دانشگاه USA شاید درظاهر، مناسبتی با مبحث لطیف و ظریف عشق نداشت ولی انصافاً که حق کلام را ادا نمودند و نقش عشق و اثرات آن را در توفیق شغلي و سازمانی حرفه روابط عمومی به روشني و زیبایی هرچه تمامتر مورد ارزیابی قرارداد.

### **نقش و تأثیر روابط عمومی در عرصه های اقتصاد ملی و جهانی**

یکی دیگر از اساتید این دانشگاه نقش روابط عمومی را در توسعه اقتصاد ملی و جهانی مهم و مؤثر بر شمرده و توسعه ارتباطات و نزدیکی ملت ها و انتقال پیام به ملل دیگر و ایجاد ارتباط دوسویه را تنها در ظرفیت روابط عمومی ارزیابی نمود. ایشان عنوان نمود: جهان توسعه یافته عرب، بخوبی از این تکنیک سود می جوید و از تمامی ابزار و تجهیزات رسانه های و ارتباطی در این مسیر بهره می گیرد، بطوریکه تولید و فروش يك ساندویچ معمولی که در توان تمامی افراد هر جامعه ای است را، به يك کمپانی جهانی بدل می سازند و فرهنگ و سلايق خود را نیز منتقل می کنند و در مقابل چه بسا ما در انتقال زیباترین و عمیق ترین پیام های فرهنگی، ارزشی و دینی خود چنین توانمندیهایی را بروز نداده ایم. و چه نکته زیبا و عمیقی را مورد اشاره قرار دادند!

وي تأکید داشت که استفاده و افزایش مهارت فني و علمي در کاربري تکنولوژی نوین عرصه ارتباطات، امری است که بشدت باید از سوی کشورهای اسلامی و در حال رشد مورد توجه قرار گیرد و تا این مهم اتفاق نیفتد، همچنان تحت سیطره امپریالیزم اطلاعاتی و رسانه ای قرار خواهیم داشت.

### **رسانه و روابط عمومی**

در مبحثی زیبا و عمیق تفاوت محتوایی دو واژه (**رسانه**) و (**روابط عمومی**) مورد بررسی قرار گرفت. روابط عمومی در نگاه این استاد، تبیین خط و مشی و هدف گذاری در عرصه ارتباط است و رسانه، اعم از مطبوعات، رادیو و تلویزیون، ابزار اجرایی این خط مشی ها هستند و اعتقاد داشت نباید تجهیزات و سازمان های گسترده و عریض و طویل مطبوعاتی و رادیوتلویزیونی باعث شود آنها را بزرگتر و مهمتر از روابط عمومی بدانیم. وي اعتقاد داشت اندیشه ها و خلاقیت ها، حاصل يك روابط عمومی مطلوب است و رسانه ها در سایه خلاقیت های روابط عمومی ها قرار دارند.

رسانه های جمعی با تمام طول و عرض و گستردگی شان چیزی فراتر از ابزار روابط عمومی به شمار نمی آیند. در عرصه ارتباطات آنچه که به سختی و با مشکلات زیاد بدست می آید و نیازمند تفکر، برنامه ریزی، عشق و هدفمندی است، ایده های نوین در حرفه روابط عمومی است و رسانه ها تنها ابزاری برای انعکاس این خلاقیت های علمی و هنری روابط عمومی ها هستند.

### **تعبیری کوچک، ولی عمیق!**

یکی دیگر از اساتید در این سمینار در فرازی از سخنان خود به مطلب عمیقی اشاره کرد. او اعتقاد داشت روابط عمومی در واقع مدیریت پدیده های جزئی و به ظاهر کم اهمیت است، که آثار بسیار شگرف و بزرگی را در نهاد آدمیان ایجاد می کنند و این سخن زیبا و عمیق وي که با صراحت تمام آن را مطرح کرد، در واقع دریچه دیگری بود که به روی این علم و هنر، می گشود.

چالش ها و پارادایم های روابط عمومی در عصر جدید از دیگر مباحث علمی این سمینار بود که بسیار سنجیده و دقیق و ظریف طراحی و بیان گردید که این مقال فرصت انعکاس آن را ندارد.

### **ظرفیت عظیم ایران در تمامی عرصه ها**

علیرغم وجود جلوه های توسعه در کشور مالزی باید این نکته را یادآور شد و عمیقاً باور کرد که نه تنها در عرصه روابط عمومی و ارتباط بلکه در تمامی عرصه های اجتماعی و تمدن بشری، ظرفیت خدادادی ایران بسیار فراتر از استعداد و قابلیت های کشور مالزی است.

هوش و استعداد هر فرد ایرانی در تخصیص نگاه برتری خود را به رخ می کشد و منابع خدادادی بعنوان موتور محرک رشد و توسعه و همچنین وجود پدیده های فرهنگی، تمدن شکوهمند و پر قدمت ایرانی، جذابیت ها توریستی، ادبیات غنی، عمیق و زیبای ایران، هنرهای اسلامی و ایرانی، مناطق جغرافیایی که حاوی ۴ فصل می باشد و هزاران مزیت و امتیاز دیگر به راحتی می تواند توسعه همه جانبه و رشد پایدار و چشمگیر کشور عزیزمان را در دسترس قرار دهد.

### **مقصودی که به نوعی در مسیر آن قرار گرفته ایم ولیکن سرعت لازم را هم باید کسب نمایم.**

اگرچه در مالزی معماری مدرن و ساختمان های شیک و طراحی های زیبا نوازشگر دیدگانند، ولی انصافاً تکنیک و زیبایی معماری آثار تاریخی ایران را در کاشان، اصفهان، تبریز و خوزستان که گاه قدمت آثار باستانی آن به ۶۰۰۰ سال قبل از میلاد می رسد، از قابلیت های بی بدیل ایران حکایت ها دارد. نفوذ ادبیات کهن و زیبای پارسی در جامعه امروزی مالزی نیز از نگاههای تیزبین دور نیست. واژه هایی چون "سلامت"، "کتاب" و "پهلوان" نشان از نفوذ و حضور عمیق فرهنگ ایرانی در تاریخ مالزی دارد که شاید شهروندان مالزیایی خود از ریشه آنها بی اطلاع باشند. ولی آنچه مسلم است حرکت اندیشه و تمدن و فرهنگ، از سوی ایران به سوی سایر جوامع، در هر کجای جهان، امری است قابل اثبات و قابل مشاهده و صد البته همراه با حسن عظیمی از افتخار.

### **مسئولیت اجتماعی روابط عمومی (CSR) (Corporate Social Responsibility)**

مسئولیت های اجتماعی روابط عمومی یکی از جدیدترین تئوری های این فن و هنر است که در جهان امروز به شدت مورد توجه قرار گرفته است و انجام فرایند اطلاع رسانی بدون توجه به مسئولیت های اجتماعی گاه ممکن است پایه ها و زیر بناهای روابط عمومی را مورد آسیب جدی قرار دهد. به بیان دیگر تبلیغ یا اطلاع رسانی در مورد پدیده ای که مثلاً محیط زیست را تخریب می کند یا اقدامی که زیر بناهای اخلاقی و اجتماعی را متزلزل می سازد باید از چارچوب های يك روابط عمومی با رویکرد انسانی و اجتماعی خارج گردد یکی از اساتید مثالی را به این شرح مورد توجه قرار داد. مثلاً تبلیغ در مورد يك فرآورده گوشتی که منبع تغذیه گوسفندان چراگاههای غیر استاندارد است یا اینکه چرای آنان موجب تخریب محیط زیست می شود، در واقع با رسالت اجتماعی روابط عمومی در تناقض است.

بنابراین مسئولیت های اجتماعی علم و هنر روابط عمومی امروز یکی از نظریه ها و رویکرد انسانی و اجتماعی روابط عمومی است که بدون توجه به آن بدون شك به اثربخشی اطلاع رسانی روابط عمومی آسیب جدی وارد می سازد.

### **اطمینان و اعتماد سازی، جدیدترین نظریه در روابط عمومی**

یکی از اساتید که با صرف نظر از نام وی، محتوای اندیشه و نظریه ایشان را مورد توجه قرار می‌دهیم اعتقاد جالبی داشت که بنظر می‌رسد توجه به آن می‌تواند توفیق اثربخش روابط عمومی‌ها را تضمین نماید. او عقیده داشت هدف غایی و نهایی در عملکرد روابط عمومی‌ها در هر سطح و اندازه‌ای، بایجاد اعتماد و اطمینان در مخاطب باشد و اگر اعتماد مخاطب جلب و تأمین نگردد، یا در پاره‌ای از موارد خلاف آن برای مخاطب اثبات گردد در واقع فقط یک اتفاق افتاده است: از کار افتادن موتور تأثیر گذاری و پذیرش پیام از سوی مخاطب، و این یعنی اتلاف وقت و انرژی و سرمایه‌های مادی، معنوی و انسانی و دریک کلام‌گریز مخاطب.

شاید بتوان برای این نظریه نام‌های دیگری برگزید مثلاً شرافت شغلی، شفافیت و صداقت در عملکرد و یا هر نام دیگر، که البته در ترجمان ایرانی از این نظریه تحت عنوان "مسئولیت‌های اجتماعی روابط عمومی" یاد می‌شود. آنچه مهم است محتوای این تئوری است که توجه کارگزاران روابط عمومی را به نقش اساسی "صداقت و اطمینان" در عرصه فعالیت روابط عمومی‌ها جلب می‌کند.

### **همکاریهای نفتی ایران و مالزی**

با توجه به حوزه سازمانی نگارنده که در صنعت نفت کشور است آگاهی از ارتباطات متقابل نفتی بین دو کشور خالی از لطف نیست.

حجم مبادلات بین دو کشور تاکنون ۲ میلیارد دلار بوده است که بدنبال سفر هیئتی بلند پایه از صنعت نفت این میزان تا ۲۲ میلیارد دلار افزایش خواهد یافت.

گفتنی قرار است ایران با مشارکت مالزی اقدام به احداث دو واحد پالایشگاه در شمال و جنوب آن کشور نماید. شرکت مشترک ایران و مالزی با عنوان SKS- PARS جهت احداث این پالایشگاهها تأسیس شده است. گفتنی است با مشارکت کشورهای اندونزی، مالزی و ایران قرار است یک پالایشگاه دیگر با ظرفیت ۳۰۰ هزار شبکه در روز در ویتنام و یک پالایشگاه دیگر نیز در سوریه ساخته شود.

### **اطلاعات عمومی از مالزی**

واحد پول این کشور رینگیت است که هر واحد آن برابر با ۱۰۰ سن و تقریباً کمی بیش از ۳۰۰ تومان ایران است.

تاکسی، اتوبوس، مترو، منوریل و آژانس‌های مسافرتی گونه‌های تجهیزات و ناوگان حمل و نقل شهری را تشکیل می‌دهند.

جمعیت این کشور قریب ۲۷ میلیون نفر است و مردم این کشور ماها تیر محمد را بعنوان بنیانگذار مالزی نوین می‌شناسند و بعنوان یک قهرمان ملی از آن یاد می‌کنند.

### **ارمغان این سفر علمی و سن المللی**

آنچه مسلم است هیچ فعالیت اجتماعی بدون نتیجه و اثر نیست. یکی از ارمغان‌های این سفر علمی را شاید در ایجاد تفاهم فرهنگ‌ها و ملل دانست که با علم و هنر روابط عمومی میسر گردید. کسب این تجربه که روابط عمومی‌ها در تمام نقاط جهان دارای زبان و هدفی مشترک هستند و انتقال و تبادل تجربیات و نظریات می‌تواند اثربخشی بین المللی هنر و علم روابط عمومی را آشکارتر سازد.

بدون شك ايجاد ارتباطات بين المللي در عرصه روابط عمومي علاوه بر ارتقاء نقش و جايگاه روابط عمومي هاي کشور در عرصه هاي داخلي مي تواند باعث انتقال و تبادل تجربيات علمي و اجرايي ساير معل گردد و بر همين اساس شايد ايجاد ارتباط روابط عمومي هاي داخلي با همتاهاي سازماني خود در کشورهاي مختلف را يکي از راههاي رشد سريعت روابط عمومي هاي کشور دانست که مع الاسف حداقل در حال حاضر شواهدی برای این موضوع به چشم نمی خورد. نقشي که شايد متوجه مديران روابط عمومي هر وزارتخانه داخلي باشد که با برنامه ريزي دقيق مي توانند چنين رويکردي را برای روابط عمومي هاي زیر مجموعه به اجرا درآورند. توسعه فعاليت هاي بين المللي روابط عمومي هاي داخل امري است که نگارنده بر اساس حوزه کاري در صنعت نفت بعنوان مثال برگزاري نشست هاي مشترک بين روابط عمومي هاي کشورهای عضو اوپک را یادآور مي شود که مي توان بصورت متقابل آن را برگزار نمود و از ثمرات آن بهره گرفت.

به امید شکوفه ایده، اندیشه هاي نو و بدیع در سطح روابط عمومي هاي ملي و داخلي و رشد روزافزون این علم و هنر و به باور نشستن این واقعیت به حرفه روابط عمومي پدیده اي چند بعدي و منشوري و ظرفیت هاي بسيار بالايي را برای حل و فصل چالش هاي سازماني و پیام رسانی به همراه دارد.

ادامه دارد