

یادداشتی از مجید اخوان سرپرست مرکز ارتباطات و اطلاع رسانی وزارت راه و شهرسازی؛

گفت‌وگوی فعال به جای مونولوگ؛ تحول در سیاست‌های ارتباطی وزارت راه و شهرسازی

در جهان امروز، اطلاع‌رسانی دیگر به معنای صرفِ مخابره اخبار و انتشار داده‌ها نیست. ارتباط مؤثر با جامعه، زمانی محقق می‌شود که اطلاع‌رسانی بخشی از فرآیند اقناع، مشارکت و شکل‌دهی آگاهانه به افکار عمومی باشد. این نگاه نو، مبنای سیاست ارتباطی جدیدی است که در وزارت راه و شهرسازی در حال شکل‌گیری و نهادینه‌سازی است؛ سیاستی که می‌توان از آن با عنوان «اطلاع‌رسانی اقناعی» یاد کرد.

به گزارش خبرنگاران گروه صنعت و تجارت خبرگزاری گزارش خبر، مجید اخوان سرپرست مرکز ارتباطات و اطلاع رسانی وزارت راه و شهرسازی در یادداشتی با عنوان "گفت‌وگوی فعال به جای مونولوگ؛ تحول در سیاست‌های ارتباطی وزارت راه و شهرسازی" آورده است؛

در جهان امروز، اطلاع‌رسانی دیگر به معنای صرفِ مخابره اخبار و انتشار داده‌ها نیست. ارتباط مؤثر با جامعه، زمانی محقق می‌شود که اطلاع‌رسانی بخشی از فرآیند اقناع، مشارکت و شکل‌دهی آگاهانه به افکار عمومی باشد. این نگاه نو، مبنای سیاست ارتباطی جدیدی است که در وزارت راه و شهرسازی در حال شکل‌گیری و نهادینه‌سازی است؛ سیاستی که می‌توان از آن با عنوان «اطلاع‌رسانی اقناعی» یاد کرد.

در این رویکرد، رسانه‌ها و ابزارهای ارتباطی، دیگر نه صرفاً کانال‌های انتقال پیام، بلکه بستری برای شنیدن، گفت‌وگو، پاسخ‌گویی و اعتمادسازی تلقی می‌شوند. اطلاع‌رسانی اقناعی، از تکیه صرف بر اطلاع‌رسانی‌های رسمی و یک‌سویه عبور کرده و به سمت تعامل واقعی با جامعه هدف، روایت‌گری هدفمند، و شفاف‌سازی مسئولانه پیش می‌رود.

تغییر رویکرد وزارت راه و شهرسازی در این زمینه را می‌توان در الگوی جدید حضور رسانه‌ای وزیر و مدیران ارشد وزارتخانه به‌وضوح مشاهده کرد. از گفت‌وگوهای زنده تلویزیونی گرفته تا ارتباط مستقیم با مردم در فضای مجازی، از انتشار گزارش‌های تصویری و روایت‌های میدانی پروژه‌ها تا گفت‌وگوهای حضوری با شهروندان در ایستگاه‌های راه‌آهن و پایانه‌های مسافری، همه و همه بیانگر گذار از سیاست‌های منفعل ارتباطی به الگویی پویا، چندسطحی و اقناع‌محور است.

ویژگی برجسته این سیاست، تأکید بر گفت‌وگو به جای مونولوگ است. اکنون وزیر، معاونان و مدیران سازمان‌های تابعه و سایر مسئولان وزارتخانه، نه در قامت سخنگویان رسمی، بلکه در معرض پرسش، نقد، مطالبات و تعامل با افکار عمومی قرار گرفته‌اند. پاسخ‌گویی به دغدغه‌های مردم در سامانه‌های شفافیت، واکنش به موضوعات روز مانند قیمت بلیت پروازها، تأخیرها یا روند کند برخی پروژه‌های عمرانی، همگی در چارچوب این رویکرد جدید معنا پیدا می‌کنند.

از سوی دیگر، روایت‌گری سیاست‌ها و اقدامات نیز از شیوه‌های سنتی و پیچیده فاصله گرفته و با استفاده از زبان ساده، تصویر، نمودار و اینفوگرافیک، به شکل ملموس‌تری با مخاطب ارتباط برقرار می‌کند. به بیان دیگر، هدف صرفاً انتقال اطلاعات نیست، بلکه روشن‌سازی مسئله، ایجاد درک مشترک و اقناع افکار عمومی است.

از منظر نظری، این تحول را می‌توان ذیل مفهوم «راست‌گویی راهبردی» (Strategic Truth-Telling) تحلیل کرد؛ رویکردی که در ادبیات حکمرانی ارتباطی، بر بهره‌گیری هوشمندانه از صداقت به عنوان ابزار اعتمادسازی و ارتقاء کارآمدی حکمرانی تأکید دارد. چنان‌که موحدی علیرضا- (۱۴۰۰) بیان می‌کند، مدیران و سیاست‌مدارانی که با مردم صادقانه سخن می‌گویند و واقعیت‌ها را پنهان نمی‌کنند، حتی در شرایط بحران نیز از همراهی و حمایت اجتماعی برخوردار خواهند بود.

پذیرش و پیاده‌سازی سیاست اطلاع‌رسانی اقناعی در وزارت راه و شهرسازی، می‌تواند نتایجی فراتر از حوزه ارتباطات به همراه داشته باشد. این رویکرد، اگر با نهادسازی ساختاری، آموزش نیروی انسانی، تدوین نظام ارزیابی عملکرد رسانه‌ای و همکاری مستمر با رسانه‌های مستقل و تخصصی همراه شود، قادر است سرمایه اجتماعی وزارتخانه را ارتقا داده، اجرای پروژه‌های ملی را تسهیل کند و شکاف میان دولت و ملت را کاهش دهد.

در نهایت، وزارت راه و شهرسازی امروز، صرفاً در پی ساخت راه و مسکن نیست؛ بلکه راهی تازه برای گفت‌وگو، شفافیت، اقناع و همراه‌سازی جامعه در مسیر توسعه گشوده است. این مسیر، اگر استمرار یابد، می‌تواند الگویی الهام‌بخش برای سایر نهادهای اجرایی کشور نیز باشد.

منابع:

bull&؛ فاضلی، نعمت‌الله. ارتباطات، دولت و افکار عمومی در ایران. تهران: نشر نی، ۱۳۹۹.

bull&؛ موحدی، علیرضا. «راست‌گویی استراتژیک در ارتباطات حکمرانی»، فصلنامه سیاست‌پژوهی ارتباطات عمومی، شماره ۲، ۱۴۰۰.