

هم‌اکنون در خط مقدم «جنگ رسانه‌ها» قرار داریم

حجت الاسلام قمی رئیس سازمان تبلیغات اسلامی گفت: ما هم‌اکنون در خط مقدم جنگ رسانه‌ها قرار داریم و نخستین جهاد ما در این برهه از زمان، ایجاد امید است.



حجت الاسلام قمی رئیس سازمان تبلیغات اسلامی گفت: ما هم‌اکنون در خط مقدم جنگ رسانه‌ها قرار داریم و نخستین جهاد ما در این برهه از زمان، ایجاد امید است.

به گزارش خبرنگار مهر، صبح امروز دوشنبه ۲۷ اردیبهشت ۱۴۰۰ «نشست صمیمانه رئیس سازمان تبلیغات اسلامی با بیش از ۷۰ تن از مدیران روابط عمومی مؤسسات و استان‌های کشور به مناسبت روز روابط عمومی و ارتباطات» در مجتمع شهدای انقلاب اسلامی سرچشمه برگزار شد.

حجت الاسلام محمد قمی رئیس سازمان تبلیغات اسلامی از همکاران روابط عمومی به عنوان مجاهدینی یادکرد که در خط مقدم میدان جنگ رسانه‌ها قرار دارند و گفت: این نشست به بهانه تقدیر و تشکر از فعالان عرصه روابط عمومی و ارتباطات است تا بیشتر از مشکلات، ظرفیت‌ها و خواسته‌های فعالان این عرصه اطلاع یابیم.

وی افزود: تمام کارکنان رسانه و روابط عمومی سازمان تبلیغات، مؤسسات و ادارات کل به مثابه نیروهای یک جبهه هستند و تفاوتی ندارد که چه کسی مطرح شود چراکه نتیجه باکار جمعی، حاصل می‌شود.

رئیس سازمان تبلیغات اسلامی با اشاره به کمبودهایی که در بعضی از مؤسسات و استان‌ها به لحاظ بودجه‌ای و فنی وجود دارد اظهار داشت: نیروهای روابط عمومی همواره برای سازمانی می‌جنگند و متحمل زحمت می‌شوند که در برخی مواقع، حمایت همه جانبه از روابط عمومی‌ها وجود ندارد اما هدف، خدمت به مردم است فعالیت‌های سازمان نیز در این جهت تعریف شده است و این موضوع، تسکین‌دهنده باشد.

وی تأکید کرد: وی تأکید کرد: نیروهای روابط عمومی مجاهدانه و با دستان خالی در نزاعی حضور دارند که یک جهت آن ریشه در روایت‌ها دارد و متأسفانه امروزه شاهد تصویری مخدوشی از حق هستیم که اولیای الهی پرچم داران آن هستند لذا شما کاری را پذیرفته‌اید که سرسلسله آن متعلق به پیامبر اکرم (ص) و حضرت علی (ع) است و البته کاری متفاوتی محسوب می‌شود. حجت الاسلام والمسلمین محمد قمی با تأکید امروز روابط عمومی‌ها در شرایط جنگی هستند اما هنوز آرایش جنگی به خود نگرفته‌اند تصریح کرد: ما هم‌اکنون در خط مقدم جنگ رسانه‌ها قرار داریم و نخستین جهاد ما در این برهه از زمان ایجاد امید است.

حجت الاسلام محمد قمی با تأکید بر اینکه مدال‌های بزرگ را به انسان‌های بزرگی همچون شهید سلیمانی می‌دهند که گره‌های بزرگی را باز کردند ادامه داد: اولویت‌های سازمان تبلیغات اسلامی موضوعاتی چون «انقلاب اسلامی، اسلام، مردم و تحقق عدل» به شمار می‌روند.

«گفتمان انقلاب اسلامی» بهترین تصویر از سازمان تبلیغات اسلامی است

احمد مداحی «رئیس مرکز رسانه‌ای و عملیات ویژه سازمان تبلیغات اسلامی» نیز در این نشست با تبریک روز روابط عمومی گفت: این روز بهانه‌ای برای دورهم جمع شدن دوستان روابط عمومی است هرچند که ما به طور همیشگی با دوستان استان‌ها جلسه هفتگی داریم اما کمتر اتفاق افتاده که بتوانیم با همه همکاران روابط عمومی‌های مؤسسات یکجا، جلسه و گپ و گفت داشته باشیم.

وی ادامه داد: معتقدم تصویر اصلی سازمان تبلیغات اسلامی در اذهان عمومی توسط همکاران روابط عمومی‌ها در همه بخش‌ها شکل می‌گیرد و ما همواره تلاش کردیم تا گوش شنوایی برای درد دل‌های دوستان داشته باشیم.

رضا صیادی «مدیر روابط عمومی سازمان تبلیغات اسلامی» نیز در این نشست صمیمی با تبریک روز روابط عمومی اظهار داشت: شاید این سوال مطرح باشد که ما باید چگونه تصویری از سازمان تبلیغات اسلامی بسازیم و این تصویر چه باید باشد؟ درحالی که همه ما همچون اجزای یک نمایشگر واحد هستیم که باید هرکدام به طور مستقل عمل کنیم تا بتوانیم تصویر واحدی را از سازمان

به گفته صیادی؛ بهترین تصویر از سازمان تبلیغات اسلامی؛ تصویری از «گفتمان انقلاب اسلامی» خواهد بود که باید یک پله فراتر از فعالیت های روابط عمومی باشد.

وی اضافه کرد: طی جلساتی که تاکنون با دوستان داشتیم نکته اصلی این است که روابط عمومی باید به عنوان عناصر خلاقانه سازمان به صورت مستقل عمل کند اما تصویر واحد را باید به کمک هم دیگر بسازیم و امیدواریم در این جلسه به یک سازوکار برسیم و شاید لازم باشد این جلسات ادامه یابد.

صیادی خیر داد این جلسه می تواند بهانه ای برای تشکیل «شورای روابط عمومی های مؤسسات زیرمجموعه های سازمان» باشد تا این طرح و مباحث بیشتر ادامه پیدا کند.

مدیران روابط عمومی باید پاسخگوترین فرد یک سازمان و مؤسسه باشند

در ادامه نیز محسن محمدی «مدیر روابط عمومی خبرگزاری مهر و روزنامه تهران تایمز» هم گفت: خوشحالیم که بعد از سال ها به بهانه روز روابط عمومی در کنار همه دوستان این حوزه هستیم و امیدوارم این رویه همواره ادامه داشته باشد تا مدیران روابط عمومی ها با همدیگر آشنا شوند.

وی ادامه داد: متأسفانه ما دوستان روابط عمومی نسبت به همدیگر بی لطف هستیم و همدیگر را خیلی تحویل نمی گیریم درحالی که همه ما یک خانواده هستیم این درحالی که است که مدیران روابط عمومی باید پاسخگوترین فرد یک سازمان و مؤسسه باشند.

امیر اسماعیلی از «همکاران سازمان حوزه هنری» هم در این نشست گفت: ما متأسفانه با رشد ناموزون نسبت به طبقه بندی و توزیع محتوا مواجهه هستیم که در یک بازه زمانی به شدت رشد کردند بدون اینکه به محتوا و زیرساخت های آن توجه شود و این امر منجر به انحصار و از بین رفتن برخی از محتواها خواهد شد.

وی ادامه داد: با روند تغییری که در راستای تحول در سازمان تبلیغات آغاز شده است باید شاهد توجه بیشتری به توزیع کنندگان محتوایی در زیرمجموعه های سازمان باشیم.

اسماعیلی اظهار داشت: بسترهای تولید و توزیع محتوا در حال حاضر همچون دکان های خالی محسوب می شوند و سازمان تبلیغات اسلامی می تواند برای افزایش کیفیت در این مسیر نقش مؤثری ایفا کند.