



روابط عمومی‌ها، استراتژی‌های خود را بر اساس تغییر پارادایم تدوین کنند

استاندار آذربایجان شرقی با بیان اینکه در دنیای امروزی محرمانگی دیگر معنایی ندارد، گفت:

ایسنا/آذربایجان شرقی استاندار آذربایجان شرقی با بیان اینکه در دنیای امروزی محرمانگی دیگر معنایی ندارد، گفت: امروزه در دنیای ارتباطات، سلیقه و ذائقه مخاطبان برای تولیدکنندگان محتوا اهمیت دارد، رسانه‌ها و افکار عمومی می‌توانند برای دولت‌ها نقش تعیین‌کننده ایفا کنند و به همین دلیل دیپلماسی عمومی جای دیپلماسی کلاسیک را گرفته است. روابط عمومی‌ها باید این نقش را به‌طور جدی‌تر درک کرده و استراتژی‌های خود را بر اساس آن تدوین کنند.

بهرام سرمست روز یکشنبه ششم مهرماه در نشست شورای هماهنگی روابط عمومی‌های آذربایجان شرقی که با هدف تودیع و معارفه مدیرکل روابط عمومی استانداری برگزار شد، به جایگاه و اهمیت بالای روابط عمومی تاکید کرد و گفت: مدیران باید به اقتضائات جدید امروزی در دنیای ارتباطات باید آشنایی و آگاهی داشته باشند.

وی با اشاره پیشرفت‌های تکنولوژی‌های رسانه‌ای، افزود: اگر ما انقلاب‌های مهم جهان را بررسی کنیم متوجه می‌شویم که انقلاب‌های کشاورزی، صنعتی و سیاسی در جامعه بشری اتفاق افتاده ولی امروزه با انقلاب ارتباطات مواجه هستیم، انقلاب ارتباطاتی با دیگر انقلاب‌ها در دوره تکرار، مباحث سخت‌افزاری و نرم‌افزاری تفاوت دارد که مبتنی بر داده است. وی با بیان اینکه گردش و انتشار اطلاعات در گذشته شمال، جنوب، غرب و شرق بر اساس تقسیمات فلسفی و اقتصادی بود ولی امروزه بر اساس شکاف‌های دیجیتالی است، ادامه داد: امروزه تولید محتوا باید از جوشش و خیزشی از بطن جامعه باشد، حتی در این راستا، افرادی که هیچ مسئولیتی ندارند، می‌توانند رییس سازمان‌ها را به چالش بکشند.

سرمست، به اهمیت مخاطب‌شناسی در دنیای امروزه تاکید کرد و افزود: برخلاف گذشته که نخبان محتوا تولید می‌کردند و مردم پیرو بودند، اکنون این توده‌ها هستند که مسیر نخبان و اصحاب رسانه را تعیین می‌کنند، این وارونگی یکی از ویژگی‌های اساسی فرهنگ مدرن است.

وی با تاکید بر ضرورت توجه به نسل جدید و حضور مؤثر بانوان در عرصه‌های اجتماعی و فرهنگی، ادامه داد: نمونه‌هایی همچون حضور زنان در ورزشگاه‌ها و جشن‌های قهرمانی نشانه‌ای از تحول اجتماعی و تغییر نگاه جامعه است.

وظیفه روابط عمومی‌های دستگاه‌های اجرایی، دفاع از جمهوری اسلامی و دولت دکتر پزشکیان است

اصغر زارع کهنمویی، مدیرکل جدید روابط عمومی استانداری آذربایجان شرقی نیز در این مراسم، شرایط امروزی جامعه را خاص توصیف کرد و گفت: دستگاه‌های امنیتی و نظامی در آماده باش کامل هستند و جریان سومی به نام اصحاب رسانه در جنگ روایت‌ها درگیر هستند که اگر روایتی درست و صحیح از رویدادها نداشته باشیم، دشمن آن را به نفع خود ثبت خواهد کرد.

وی وظیفه اول و آخر روابط عمومی‌ها را دفاع از جمهوری اسلامی و دولت آقای پزشکیان عنوان کرد و افزود: روابط عمومی‌ها اگر به این وظیفه خود عمل نکنند، خیانت کرده‌اند.

زارع کهنمویی اصحاب رسانه را مجاهدان تبیین توصیف کرد و ادامه داد: نظام جمهوری اسلامی زیر تحریم‌های شدید آمریکا و کشورهای غربی ایستادگی کرده و بدون مشکل و بحران مدیریت می‌شود که این امر هم با تلاش و مجاهدت‌های مدیران استانی و کشوری صورت می‌گیرد.

وی به دیدار استانداران آذربایجان شرقی و زنجان در راستای حل مشکل بهسازی آزادراه تبریز-زنجان اشاره کرد و افزود: روند پیشرفت و بهسازی این آزادراه با تلاش شبانه‌روزی استاندار آذربایجان شرقی سرعت گرفته و هم‌اکنون سه تیم در حال بهسازی آزادراه تبریز-زنجان هستند که در دوره‌های گذشته مدیریت می‌شده این گونه اقدامات نبوده ایم.

روابط عمومی‌ها نیازمند یک پوست اندازی ساختاری هستند

مدیرکل سابق روابط عمومی استانداری و رئیس خبرگزاری جمهوری اسلامی نیز در این جلسه گفت: روابط عمومی‌ها در استان ما نیز همچون کل کشور، نیازمند یک پوست اندازی ساختاری و ماهوی هستند.

محمد عزیزی راد با بیان اینکه روابط عمومی‌ها هنوز که هنوز است در نهادها و سازمان‌ها به جایگاه شناخته شده و اصلی خود نرسیده‌اند، گفت: مدیران دستگاه‌ها روابط عمومی را نمادی نمی‌دانند که بتواند چهره‌ای موجه و مقبول در نزد افکار عمومی ارائه دهد. آنها روابط عمومی را در حد نهادی می‌بینند که تنها به عنوان بلندگوی تبلیغاتی عمل کرده، در مواقع نیاز بنری نصب کند یا صرفاً همراه مدیر در برنامه‌ها حضور داشته باشد. به همین دلیل، روابط عمومی‌ها نمی‌توانند آن گونه که باید و شاید نقش واقعی خود را ایفا کنند.

وی بیان کرد: به تبع این نگرش، افکار عمومی و رسانه‌ها که نمایندگان افکار عمومی هستند از عملکرد روابط عمومی‌ها و دستگاه‌ها ناراضی هستند.

وی ادامه داد: اگر امروز شاهد آن هستیم که عملکرد دستگاه‌ها در نزد افکار عمومی آن طور که باید منعکس نمی‌شود، شاید در ظاهر مشکل به گردن روابط عمومی‌ها انداخته شود؛ اما در حقیقت مشکل اصلی نوع نگاه مدیران دستگاه‌ها به مدیران روابط عمومی است چرا که نتوانسته‌اند آن‌ها را به درستی بپذیرند.

عزیزی راد گفت: تا زمانی که در سازمان‌ها و دستگاه‌ها جایگاه روابط عمومی در شأن و اندازه واقعی خود به رسمیت شناخته نشود، وضعیت به همین منوال خواهد بود و «در بر همان پاشنه خواهد چرخید».

وی بیان کرد: درخواست دارم مدیران روابط عمومی در دستگاه‌ها علاوه بر مدیریت روابط عمومی، به عنوان مشاور مدیر دستگاه نیز شناخته شده و حکم رسمی دریافت کنند. این گام تازه می‌تواند به پویایی مجموعه و ارتقای کارآمدی یاری رساند.