



باسمه تعالی

به مناسبت روز ۲۷ اردیبهشت روز ارتباطات و روابط عمومی

همدلی و هم‌زبانی معنی کاربردی روابط عمومی است

۲۷ اردیبهشت ماه روزی که در سطح جهانی به عنوان روز ارتباطات و جامعه اطلاعاتی نامگذاری شده است، به عنوان روز روابط عمومی و ارتباطات تعیین گردید. این روز فرصتی است تا نقش و جایگاه روابط عمومی را بعنوان هنر هشتم مرور کنیم.

سال جاری "همدلی و هم‌زبانی، دولت و ملت" شعار محوری سال ۹۴ که از سوی مقام معظم نام گذاری شده است، که روابط عمومی و ارتباطات برای تبیین و تحقق این شعار باید فعالیت های محوری خود را دوجندان می کنند.

در این راستا، بررسی ضرورت حضور فعالیت های روابط عمومی بصورت پژوهش و آکادمیک در حوزه های چیدمان فرهنگ، فرهنگسازی و اطلاع رسانی یک امر اجتناب ناپذیر است .

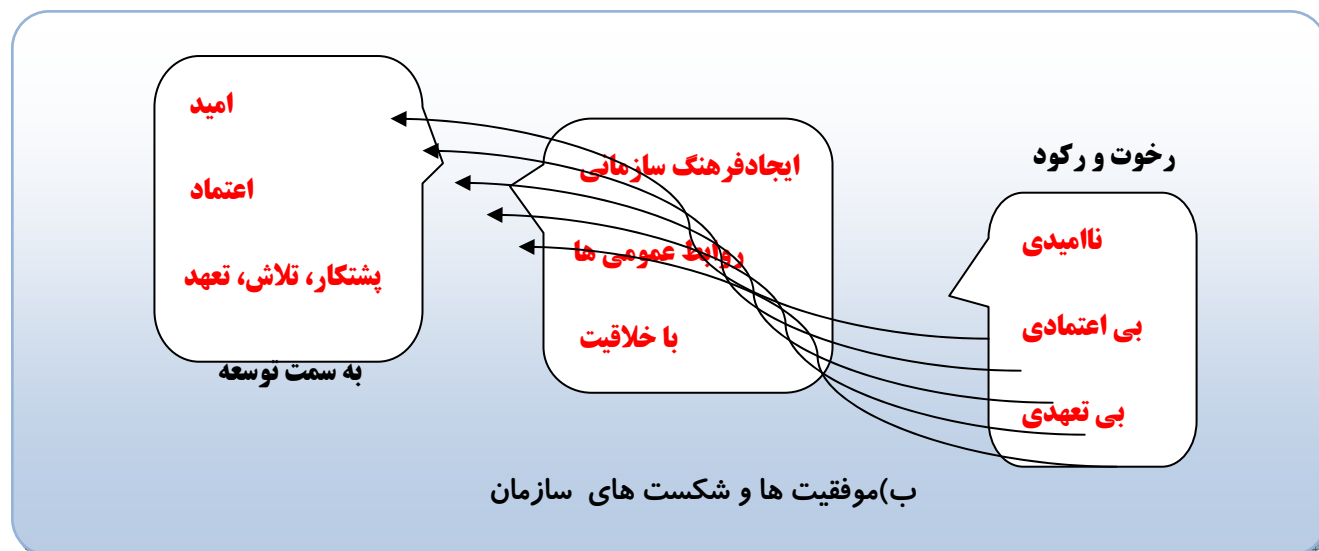
در حقیقت روابط عمومی با تعاریف منتج به پاسخگویی، اطلاع رسانی و شفاف سازی وظائف و خدمات خود را ارایه می کند و برای تحقق این امور از تکنیک های از قبیل : خبر رسانی، اطلاع رسانی الکترونیکی، سنجش افکار، تبلیغات خدمات و موفقیت ها، پذیرش نقد های سازنده و حضور در مجامع تخصصی و عمومی درون و برون سازمانی آینه تمام نمای سازمان ها و نهاد ها می باشند که همه این فعالیت ها در راستای ایجاد فضای همدلی و هم‌زبانی مردم و دولت است.

فضای تعامل ایجاد شده از سوی روابط عمومی



شکل: الف) فضای هم دلی و هم‌زبانی

روابط عمومی با نقش داشتن در تمام امور اجرایی و برنامه ریزی سازمان می تواند باعث ارتقا جایگاه سازمان در بین مخاطبان خاص و عام بصورت رو در رو یا از طریق رسانه های گروهی شود که در این مجالکلید موفقیت ، ارتقا جایگاه روابط عمومی و اعتماد به برنامه های روابط عمومی است.



هم دلی و هم زبانی دولت با ملت یعنی داشتن ارتباط قوی تر و هم رای و اندیشه بودن و تلاش برای ایجاد فضای همزاد پندارانه بین ملت و دولت می باشد، مجموعه روابط عمومی های دولت، تشکل ها، سمن ها و بخش خصوصی با تلاش برای ارسال پیام های واقعی و عینی از شرایط حاکم بر جامعه به رسانه ها، مردم و مسئولین فضای صمیمی و هم دلی را پدید می آورند.

روابط عمومی برای رسیدن به جایگاه واقعی خود گام های بسیاری باید بردارد و این گام ها را باید با تلاش و پشتکار همراه با توجه ویژه به علم، هنر و فنون و تکنیک برداشت، در این مقاله سعی می کنیم با میزان توانایی روابط عمومی در مجموعه های دولتی و خصوصی و اجتماعی را تعیین کنیم.

ضرورت های لازم برای بروز روابط عمومی:

- ✓ نگاه مدیرانه مسئولین به کارکرد روابط عمومی ها برای ایجاد فضای همدلی و همزبانی .
- ✓ تامین اعتبار معنوی به روابط عمومی برای نفوذ و تاثیر در افکار عمومی .
- ✓ اعتماد به تاثیر برنامه های روابط عمومی سازمان
- ✓ ارتقا جایگاه روابط عمومی از نگاه خدماتی به سازنده اندیشه و فکر ها و ایده های نو .

بایسته های فعالیت ها روابط عمومی :

- ✓ پیگیری برقراری نظم عملیاتی در برنامه های روابط عمومی و سازمانی.
- ✓ حضور فعال و پویا در عرصه ها متفاوت، آمادگی پاسخگویی، برنامه محور بودن، اعتقاد به پژوهش داشتن.
- ✓ رصد کردن امور مربوط : رسانه ها ، مصاحبه ها ، ملاقات ها نمایشگاه ها، نشست ها و...

نکته مهم: روابط عمومی در تعامل است خود باید برنامه محوری را عملیاتی کنند.

به دلیل نقش داشتن در نظم و ترتیب امور روابط عمومی باعث نوعی نگاه و توجه ویژه می شود چرا که روابط عمومی برای تبیین خود باید انرژی مضاعفی را هزینه کند.

سخن آخر؛ در جوامع برای ایجاد فضای مناسب و سالم در سطوح جوامع باید همدلی و هم زبانی را رواج داد و این نوع ایجاد فضای سالم به توسل به گویا بودن پاسخگو بودن اطلاع رسان بودن و پذیرش نقدها و پیشنهادات سازنده و ... که همه جزء فعالیت های ذاتی روابط عمومی است میسر می شود.

تهیه و تنظیم: سید محمد موسوی

مدیر روابط عمومی سازمان جهاد کشاورزی استان اصفهان

و مدرس دانشگاه فرهنگ و هنر اصفهان

اردیبهشت ماه ۱۳۹۴