



ویژه نامه روز جهانی ارتباطات و روابط عمومی استان البرز

تاکید استاندار البرز بر تشکیل شورای هماهنگی روابط عمومی ها و شورای اطلاع رسانی استان

دکتر شهبازی استاندار البرز:

هیچ اقدام موثری از سوی دولت و نظام نباید با ضعف در اطلاع رسانی مواجه شود

دکتر روحانی رئیس محترم جمهور:

روابط عمومی ها باید هنر مندانه زمینه مشارکت مردم را در آبادانی کشور فراهم آورند

علی تباری مدیر کل حوزه استاندار:

اداره کل روابط عمومی استانداری احیاء شد

رحماتیان مدیر کل روابط عمومی و امور بین الملل:

"تعامل" فصل بلامنازع موفقیت در عرصه روابط عمومی

امیر اشتری سرپرست اداره کل ارتباطات و امور بین الملل شهرداری کرج:

هنر هشتم نیازمند توجه و نگاهی نو است

علی منصورزاد عضو هیئت رئیسه و مدیر روابط عمومی فرمانداری ساوجبلاغ:

روابط عمومی مدون و برنامه ریزی شده یکی از ابزارهای قوی مدیریت افکار است

فرید نجف نیا عضو هیئت رئیسه و مدیر روابط عمومی دادگستری کل استان البرز:

مروری بر الزامات روابط عمومی

رضا افخمی عضو هیئت رئیسه و کارشناس روابط عمومی تأمین اجتماعی استان البرز:

نظرسنجی حلقه مفقوده رضایت مشتریان

زینب حدادی عضو هیئت رئیسه و مدیر روابط عمومی اداره کل راهداری و حمل و نقل جاده ای استان البرز:

شبکه های اجتماعی و روابط عمومی: فرصت یا تهدید

علی اکبری عضو هیئت رئیسه و مدیر روابط عمومی اداره کل اوقاف و امور خیریه:

نبود اعتماد لازم بین مطبوعات و روابط عمومی

داوود داوودی

عضو هیئت رئیسه و مدیر روابط عمومی اتاق بازرگانی

روابط عمومی و چالش های آن

علیرضا پیغمبر دوست

عضو هیئت رئیسه و مدیر روابط عمومی شهرداری فردیس

پاسخگویی مناسب از وظایف اصلی روابط عمومی ها است



رهبر فرزانه انقلاب اسلامی:

جای خالی روابط عمومی ها باید روشن شود.

۲۷ اردیبهشت

ارتباطات و روابط عمومی

گرامی باد

گرامیداشت هفته روابط عمومی ۲۷ اردیبهشت الی ۲ خرداد در استان البرز

اداره کل روابط عمومی و امور بین الملل استانداری البرز

روابط عمومی از نگاه مقام معظم رهبری



مطرح می شود که گویی دشمن آن را تهیه کرده است. زبان تبلیغ و لحن تبلیغ گاهی در خدمت ضد تبلیغ قرار می گیرد. بسیاری از اخباری که به رسانه ها داده می شود از طریق روابط عمومی انجام می گیرد و باید از افراط و تفریط دور باشد، در عین حال مسئولان در تنظیم خبر و در زمینه ارایه خبر مسئول هستند. نکته دیگر این است که برادران باید قدری در توسعه دادن به انتشارات روابط عمومی ها قناعت کنند. زیرا زیاد شدن خبرنامه ها هیچ لزومی ندارد. روح مصوبات مجلس هم همین بود که جلوی این کار را بگیرند اما این توسعه مناسبانه هنوز هم وجود دارد اما کارهای ابتکاری را باید توسعه داد. از جمله نظارت دادن خود مسئول به کار خود وی و تهیه جدول ها و نمودارها برای دیدن مسئولان که چه کارهایی کرده است. روابط عمومی بهترین نمایانگر اوضاع داخلی وزارتخانه از یک سو و از سوی دیگر منعکس کننده چگونگی مسایلی است که در آن نهاد می گذرد. سلامت یک دستگاه به اتصال اجزای آن و هم نواپی و هم سازی آنها ارتباط دارد. روابط عمومی هم می تواند فعالیت نهادها را از زیبایی و منعکس کنند و مشخص کننده روش ها و نقص های دستگاه مربوط خود باشند.

غلطی انجام می دهند، زیرا این اتمام حجت باید با مقام مافوق مثلا دولت یا مجلس صورت گیرد نه اینکه چنین اتمام حجتی دل مردم را خالی کند. این نشانه بر خورد صادقانه نیست بلکه ساده لوحانه است. باید مردم به دستگاه های اطمینان پیدا کنند، وعده های پوچ و صریح به مردم لزوم ندارد، در بیان حقیقت زبان صدق لازم است. ما بایستی بلندگوی مردم نسبت به خود را همواره باز نگاه داریم به هر صورتی که ممکن است ما باید همیشه به گوش باشیم و گرنه چیزهایی از ما فوت می شود که در تصمیم گیری های ما موثر خواهند بود. نقص بزرگ دچار شدن به افراط یا تفریط در رابطه با مردم است. به این معنی که گاهی آن قدر چیزی می گفتیم که اصلا مردم اطلاعی از جریانات پیدا نکرده اند. مثلا مردم هنوز از کارهایی که شده است، خبر ندارند. مردم ما نمی دانند که پس از پیروزی انقلاب چه تحولاتی صورت گرفته و همین امر موجب شد که امام فرمودند مسئولان باید کارهای خود را به مردم گوشزد کنند. گاهی هم در تبلیغ و بیان مطلب چنان زیاده روی و بدلجنی کرده ایم که به ضد تبلیغ مبدل شده است که آثار بد آن از تبلیغات سوء شاید کمتر نباشد. گاهی مطالب در مطبوعات و صدا و سیما بد بیان و ارایه می شود و گاهی تبلیغ به نوعی در صدا و سیما

انتظار و توقع دارند که همه واقفیت ها را بشنوند. بعضی هم عقیده دارند علاوه بر گفتن این حقیقت باید نظر مردم نسبت به آن وزارتخانه نیز مشخص و منعکس شود. عده ای می گویند تنها چیزهای امیدبخش را باید به مردم گفت و مطالب یأس آفرین را نباید ارایه داد روابط عمومی ها باید روش خود را از بین این سلیقه ها انتخاب کنند. به نظر من شما باید مشخص کنید انتظار مردم و دستگاه ها از شما چیست، باید با مردم صادقانه رفتار شود و با زبان فریب با آنها رفتار نشود. مهم ترین ممیزه جمهوری اسلامی ایران در بخش تشکیلات این است که مردم، مسئولان را از خود می دانسته و توقع غیرواقعی شنیدن و حرف سست شنیدن را ندارند. آنان حرف صادقانه می خواهند. از سوی دیگر لزومی ندارد همه حقایق را به مردم بگویند و این منافاتی با صادقانه بودن با مردم ندارد. باید ترکیبی از این دو شیوه را اتخاذ کرد. یعنی صادقانه، دور از اغراق و بدون قصد سرگرم کردن مردم با آنها ارتباط برقرار کرد. اصل این است که همه سخنان صدق به مردم منتقل نشود تا دشمن از خفایای دستگاه ها آگاه نشود. هیچ لزومی ندارد همه مسایل و دقائق را با شعار صدق و حسن نیت بگوییم. کسانی که خطاب به مردم از دستگاه های مختلف انتقاد می کنند و ضعف های آن را گوشزد و اتمام حجت می کنند کار

فکر اینکه برادران یک بخش مشابه در ارگان های کشور را مثل روابط عمومی ها گرد هم آوردند فکر خوبی است. ما در نظام خود احتیاج به یک انسجام حقیقی از هر طریق ممکن داریم یکی از طرق هم همین است که عرف روابط عمومی در وزارتخانه ها هم کون و هم نوا شود. حداقل فایده این کار بهره گیری از تجربیات یکدیگر است. در مورد خود روابط عمومی، برادران شاغل این کار به شأن و مسئولیت کار واقف هستند به خصوص در این ایام که با مسئولان کشور تماس گرفتند و نقطه نظر را روشن شده است. روابط عمومی ها می دانند کارشان چیست و چه توقعی از آنها می رود. شاید کار روابط عمومی ها را بتوان به عنوان رابط بین دستگاه ها و مردم ملاحظه کرد. روابط عمومی ها باید ببینند خلایق که وجود آنها را ضروری کرده است چیست. عشق به خدمت گاهی در برخی از افراد و دستگاه ها موجب می شود که قلمرو وسیع تری را برای کار خود جست و جو کنند و در نتیجه دخالت بخش های مختلف پیش می آید. جای خالی روابط عمومی ها باید روشن شود و باید روشن شود منظور از رابطه با مردم چیست. یعنی مردم باید از ما چه چیزهایی بدانند بعضی معتقدند که روابط عمومی ها بایستی حقیقت طلب در مورد دستگاه ها را بیان کنند زیرا مردم

و عده استاندار د البرز محقق شد

اداره کل روابط عمومی استانداری اچیا شد



علی نیازی مدیر کل دفتر استاندار؛

با نگاه ویژه استاندار البرز به حوزه ارتباطات و روابط عمومی مطالبه به حق فعالان این حوزه در مجموعه استان محقق شد. به گزارش پایگاه اطلاع رسانی استانداری البرز، علی نیازی مدیر کل دفتر استاندار که پیش از این مسئولیت دفتر استاندار و روابط عمومی را بر عهده داشت ضمن تبریک به مناسبت عید نوروز و میلاد پربرکت امیرالمومنین حضرت علی (ع) اظهار داشت: حوزه ارتباطات و روابط عمومی حوزه ای تخصصی و تاثیر گذار است که باید با نگاهی ویژه مورد توجه قرار گیرد.

وی افزود: احيای اداره کل روابط عمومی استانداری با توجه به جایگاه ویژه ای که در حوزه ششوراهای تخصصی؛ شورای اطلاع رسانی استان و شورای هماهنگی روابط عمومی دستگاه های اجرایی استان دارد باید در ابتدای امر خود از جایگاه ویژه ای برخوردار باشد تا بتواند حوزه ارتباطات مجموعه استان را مدیریت و برنامہ ریزی کند.

این مسئول با اشاره به اینکه تلاش اعضای هیئت رئیسه شورای هماهنگی روابط عمومی دستگاه های اجرایی استان از دوره گذشته تاکنون در پیگیری این امر قابل تقدیر است، یادآور شد: اطلاع رسانی خدمات دولت گامی بسیار موثر در هم افزایی و انسجام در فعالیت های مرتبط با بهبود وضعیت مردم است که منجر به تعامل بیش از پیش مردم با سیاست های نظام در حوزه های مختلف می شود.

مدیر کل دفتر استاندار در پایان سخنان خود خواستار تلاش مجددانه مدیران روابط عمومی دستگاه های اجرایی استان و رسانه های استان شد و گفت: امیدواریم در سال جدید با رویکرد و نگاهی نو به این حوزه شاهد برنامه ریزی های مطلوب و مناسب در مقوله مهم ارتباطات استان باشیم تا کارنامه این حوزه در پایان سال ۹۸ سرشار از آندیشه ای پویا و همتی والا باشد.

حیات اجتماعی در گروه ارتباطات صحیح است



سیدجمال بهشتی

بازرس و مدیر روابط عمومی اداره کل پست استان

حیات اجتماعی در گروه ارتباطات صحیح است امروزه ارکان جوامع بشری در تمامی عرصه ها بر زیرساختی کارآمد به نام علم "ارتباطات" استوار است، به همین دلیل عصر حاضر واژه و عنوان ارتباطات را بر خود دارد. بدیهی است امروزه ارتباطات نقش حیاتی در دوام و بقای سازمان ها داشته و سازمانی موفق تر است که با استفاده از ابزار و فنون نوین ارتباطی و اطلاعاتی نقش خود را در جامعه پررنگ تر نماید. به بیان دیگر علم ارتباطات با مدیریت صحیح و برنامه ریزی اصولی و ارائه اطلاعات مشاوره ای به مدیران ارشد سازمان، دسترسی مخاطبان به اخبار و اطلاعات روز، حضور مستمر خویش را اعلام می نماید. تعامل و ارتباط دوسویه با مخاطبان و مشتری مداری، از اصول اساسی هر سازمان و به عنوان یکی از عوامل مهم و تاثیر گذار در حیات اجتماعی آن به شمار می رود؛ همچنان که بهبود کیفی فعالیت ها و افزایش بهره وری سازمانی ناگزیر از برقراری ارتباطات تعاملی است نامگذاری این روز با نام روز "ارتباطات و روابط عمومی" فرصتی است مغتنم برای توسعه فعالیت ها، افزایش کارآمدی و تسری پاسخگویی به مردم با هدف تکریم ایشان. اینجانب ضمن تبریک فرارسیدن این روز بزرگ آرزوی توفیق روزافزون در پناه خداوند منان را برای تلاشگران حوزه ارتباطات و روابط عمومی دارم با امید به اینکه با استنانتان از درگاه حضرت باری تعالی، با نگاه مخاطب محوری و پاسخگویی، از طریق به کارگیری روش های ارتباطی مؤثر، در راستای شناساندن جایگاه صنعت پست و اهمیت این مجموعه نزد افکار عمومی و ارتقای منزلت آن توفیق روزافزون حاصل گردد.



پیام رئیس جمهور به مناسبت گر امیداشت هفته روابط عمومی و ارتباطات

روابط عمومی ها باید هنر مندانه زمینه مشارکت مردم را در آبادانی کشور فراهم آورند

بر این باورم که روابط عمومی ها باید مظهر و بازتابنده افکار، اراده و مطالبات به حق همه شهروندان کشور باشند و می توانند نقش بی بدیل و تعیین کننده در شفاف سازی ارتباطات بین مخاطبان و مسئولان سازمان ها و نهادها و خصوصاً شناسایی و انعکاس مشکلات و موانع موجود کشور و همچنین مطالبات مردم ایفا کنند. در دولت «تدبیر و امید» از تمامی مسئولین، کارشناسان و همه برادران و خواهران شغائل در مراکز روابط عمومی وزارتخانه ها، سازمان ها و نهادهای دولتی انتظار می رود ضمن تکریم مخاطبان و با تبیین اصول و منشور اخلاقی این دولت، ماموریت های مشخصی ابلاغی را با هنر متعهدانه و مسئولانه در آمیخته و با هم آندیشی، همسویی، همنوایی، همگرایی با دیگر نقش آفرینان عرصه رسانه و با به کارگیری ابتکارات بدیع، قانونمند، هدفمند و هوشمند، زمینه مشارکت و حضور فعال بیش از پیش تمامی مردم عزیز را در بسط و توسعه و آبادانی کشور فراهم آورند و در جهت بهبود شرایط ارتباطی میان کارگزاران و مسئولین اجرایی کشور با سطوح مختلف اجتماع، همت مضاعف و اهتمام ویژه نمایند. اینجانب ضمن پاسداشت این هفته ارجمند، لازم می دانم از همه کارکنان، تلاشگران و فعالان این حوزه خطیر قدرتی نموده و توفیق روز افزون همگان را از خداوند متعال مسالت نمایم.



دچار اختلاف نظر و در نهایت شکاف اجتماعی خواهیم شد که بواسطه این امر موضوعاتی رخ می دهد که کشور را دچار هزینه و خسارت می کند.

وی افزود: اطلاع رسانی مناسب کمک می کند که مردم در جریان خدمات دستگاه های دولتی و حاکمیتی قرار گیرند، بنابراین ما موظف هستیم برای جلوگیری از دلسردهی، یاس و ناامیدی کاذب در جامعه، اقدامات و عملکرد و فعالیت های خود را به نحو موثری به سمع و نظر مردم برسایم که تحقق این امر در گروی حضور فعال روابط عمومی ها و هم افزایی با رسانه ها است.

نماینده عالی دولت در البرز اضافه کرد: به طور قطع اگر مردم از فعالیت های شبانه روزی بسیاری از مسئولان و تلاش های وافر آنها با خبر شوند حتما تحت تاثیر فعالیت های سوء رسانه ای که برای انشقاق مردم است، قرار نمی گیرند.

وی گفت: دستاوردها و اقدامات بزرگی در مجموعه دولت وجود داشته که گاهی به دلیل ضعف در اطلاع رسانی بدرستی به مردم منتقل نشده است بنابراین باید تلاش کنیم که ارتباط و تعامل جدی بین مجموعه دولت و اصحاب رسانه به شکل منطقی رقم بخورد.

نماینده عالی دولت در استان البرز گفت: از مدیران دستگاه ها، سازمان ها، نهادها و موسسات می خواهم با توجه بیشتر به روابط عمومی ها و رسانه ها، باید به گونه ای اقدام کنند که هیچ تلاش مفید و موثری از سوی دولت و نظام با عدم اطلاع رسانی دقیق و درست مغفول نماند.

به گزارش اداره کل روابط عمومی و امور بین الملل استانداری البرز، شهبازی روابط عمومی ها را پسل ارتباطی مستحکمی بین مردم و مدیران دانست و افزود: روابط عمومی ها باید با ارائه اطلاعات درست، منطقی و به موقع در چارچوب منافع و مصالح ملی موجبات اعتماد و اطمینان مردم را به عملکرد سازمان، نهاد و دستگاه مربوطه جلب کنند و البته در بیان مطالب اغراق نکنند.

شهبازی تصریح کرد: همانطور که از رسانه ها انتظار می رود در بیان کاستی ها و نقاط ضعف موجود حد اعتدال و انصاف را رعایت کنند و زمینه سیاه نمایی از شرایط موجود را برای معاندان نظام فراهم نکنند از روابط عمومی ها نیز انتظار می رود در بیان دستاوردها اغراق نکنند و حقایق را همانطور که هست منعکس نمایند و به این ترتیب است که می توانند از سرمایه اجتماعی و امید مردم حراست کنند.

وی ادامه داد: ضرورت دارد با شفاف سازی و آگاهی بخشی، ششرايطی را ایجاد کنیم که مردم بتوانند بر احتی و بدرستی تصمیم بگیرند همچنین کیفیت بیان حقایق آنچنان باشد که ابهامات مردم بر طرف گردد تا بتوانند منصفانه قضاوت کنند و حتی اگر نقدی هم دارند اعتراض هایشان را با نگاه قانونمند و درست مطرح کنند.

استاندار البرز نقش روابط عمومی ها در حفظ و تقویت اعتماد عمومی و سرمایه اجتماعی بسیار سازنده توصیف کرد و افزود: اگر روابط عمومی ها به وظایف و تکالیف خود نسبت به مدیران سازمان و دستگاه متبوع خود و مردم آگاه نباشند، به طور حتم در اطلاع رسانی

هیچ اقدام موثری از سوی دولت و نظام نباید با

ضعف در اطلاع رسانی مواجه شود

دکتر شهبازی استاندار البرز:



"تعامل" فصل بلامنازع موفقیت در عرصه روابط عمومی



مهم اداری، جلسات، بازدیدها، جلسات شورای معاونین و ... به عنوان مشاور مدیر عالی هر دستگاه اجرایی را از جمله اموری عنوان کرد که مورد تاکید فعالان این عرصه است.

جانشین و دبیر شورای هماهنگی روابط عمومی دستگاه های اجرایی استان تصریح کرد: با توجه به تعیین اعضای هیئت رئیسه شورای هماهنگی روابط عمومی دستگاه های اجرایی استان که با ریاست استاندار محترم و جانشینی و دبیری مدیر کل روابط عمومی استانداری فعالیت می نمایند، بازدیدهای از ادارات استان انجام و گزارش اقدامات هر دستگاه در این حوزه، تقدیم استاندار البرز خواهد شد.

به گفته وی تاکید مکرر استاندار محترم بر ضرورت انسجام همه دستگاه ها و نهادها در توجه ویژه به موضوع اطلاع رسانی و برطرف کردن ضعف های موجود در این زمینه اهتمام همه ی ما را برای ساماندهی و سازماندهی حریف ای روابط عمومی ها و ایجاد شفافیت و اخلاقی مداری در فضای رسانه ای استان می طلبد که نتیجه ازبایی ها از میزان توجه مسوولان محترم به موارد مشروحه فوق به عالی ترین مقام استان منعکس خواهد شد.

وی یاد آور شد: با توجه به خدمات دولت تدبیر و امید به مردم و لزوم اطلاع رسانی گسترده تر از دستاوردهای دولت و تاکید دبیر محترم شورای اطلاع رسانی دولت مبنی بر ضرورت پرداختن به اصل مهم؛ شفافیت، پاسخگویی و بروز بودن در انجام امور، لزوم فراهم سازی بستر اطلاع رسانی مناسب به منظور تنویر افکار عمومی از طریق روابط عمومی ها بیش از پیش وجود دارد. از آنجا که هر گونه تغییر و تحولی با تکیه بر خرد جمعی و هماهنگی و همدلی همه مسئولان و وحدت رویه در تمامی بخشها محقق می شود؛ در راستای تحقق بهتر امور یاد شده و با توجه به نقش روابط عمومی های ادارات در برقراری ارتباط دوسویه در حوزه های درون و بیرون سازمانی، فراهم سازی امکان تحقق بهتر امور، دریافت بازخورد اقدامات و ... حمایت بیشتر نسبت به پشتیبانی سازمان ها از بخش روابط عمومی مورد انتظار است که امید می رود بیش از پیش مورد توجه و عنایت مسوولانشان قرار گیرد.

رحمانیان در ادامه سخنان خود به تشریح انتظارات روابط عمومی دستگاه های اجرایی استان از مدیران ارشد دستگاه ها پرداخت و خطاب به مدیران کل دستگاه های اجرایی استان گفت: شایسته است جهت تحقق امور یاد شده؛ روابط عمومی ها ضمن برخورداری از جایگاه اداری مناسب، امکان ارتباط مستقیم و هماهنگی امور مربوطه را با بالاترین مقام دستگاه داشته باشند. همچنین به منظور جلوگیری از ایجاد وقفه در انجام امور، تامین فضای اداری شایسته و تهیه تجهیزات نوین و بروز ارتباطی به عنوان ملزومات اولیه برای موفقیت روابط عمومی ها و کیفیت بخشی به ایفای نقش آنها مورد تاکید ماست.

وی افزود: شایسته است با توجه به تخصصی بودن و حساسیت کار روابط عمومی افراد توانمند، متخصص و علاقمند به امور روابط عمومی در این حوزه استفاده شود. تسیردن امور غیر مرتبط و چندین وظیفه به مسئول روابط عمومی از ایجاد هر گونه وقفه ای در انجام امور مربوط به روابط عمومی جلوگیری می کند و جایگاه سازمان ها را در افکار عمومی تقویت می نماید که توجه به این ظرایف به تدریج در روال کار شورای هماهنگی روابط عمومی ها نهادینه خواهد شد.

وی همچنین همراهی و حضور مسوول محترم روابط عمومی در رخدادهای

جانشین و دبیر شورای هماهنگی روابط عمومی دستگاه های اجرایی استان البرز ضمن تبریک به مناسبت ۲۷ اردیبهشت ماه روز جهانی ارتباطات و روابط عمومی "تعامل" فصل بلامنازع موفقیت در عرصه روابط عمومی عنوان کرد و انتظارات و خواسته های به حق فعالان عرصه روابط عمومی را از مدیران کل دستگاه های اجرایی استان تشریح کرد.

به گزارش اداره کل روابط عمومی و امور بین الملل استانداری البرز، حسین رحمانیان با بیان این مطلب با تاکید بر اینکه موفقیت هر سازمانی در گرو فعالیت حرفه ای مدیران روابط عمومی به عنوان پل ارتباطی میان مردم و مسئولان است، اظهار داشت: هر موفقیتی نیازمند زیر ساختهایی است که تامین آنها در گرو نگاه ویژه مدیران ارشد سازمان به مجموعه روابط عمومی آن دستگاه است. وی افزود: امروزه اهمیت تبادل اطلاعات صحیح و سریع و بهره گیری مناسب از ظرفیت های رسانه ای به منظور پیشبرد بهتر امور ضرورتی غیرقابل انکار است. در نیایی که اطلاعات و حضور تاثیر گذار در جامعه اطلاعاتی لازمه توسعه و پیشرفت محسوب می شود، بستر سازی برای تحقق این امور امری ضروری است. از جهتی اهمیت جایگاه روابط عمومی در عصر ارتباطات و در دورانی که اطلاع رسانی در همه عرصه ها پیشتر است، چندین برابر شده به گونه ای که موفقیت سازمان ها، ادارات و شرکت ها و دامشسان در عرصه فعالیت های تخصصی به عملکرد روابط عمومی های آنها وابسته است.

مدیر کل روابط عمومی و امور بین الملل استانداری البرز با اشاره به اینکه روابط عمومی مدون و برنامه ریزی شده یکی از ابزارهای قوی مدیریت افکار است، خاطر نشان کرد: روابط عمومی ها به عنوان اصلی ترین حلقه ارتباط بین مدیران و کارکنان بوده و مسوولیت های خطیری در این زمینه بر عهده دارند به همین دلیل توجه ویژه به روابط عمومی، به عنوان نهادی که می تواند به صورت نظام مند، برنامه ریزی شده و سنجیده در جهت ایجاد، حفظ و گسترش تعامل و تفاهم مدیران با کارکنان اقدام کند، بسیار حائز اهمیت است. درک اهمیت روابط عمومی به عنوان بخشی از مدیریت استراتژیک به منزله یافتن نوعی مهارت مبارزه برای پیشرفت در سازمان تلقی می شود.

الزامات روابط عمومی

روابط عمومی بخش مهمی از ساختار دستگاه های دولتی و غیردولتی را در جهان امروز تشکیل می دهد که قدرت آن می تواند در اجرایی شدن استراتژی های آن ارگان یا شرکت نقش مهمی داشته باشد. روابط عمومی قدرتمند، نیازمند شاخص هایی است که رسیدن به آن شاخص ها تضمین کننده موفقیت دانسته شده اند که از مهمترین آن ها می توان به موارد زیر اشاره کرد:

- ارتباطات رسانه ای: این وجه از توانایی قدرت هر سازمان در اقتناع افکار عمومی را از تقاضای دهد.
- ارتباطات دولتی و حاکمیتی: واقعیت این است که در دنیای امروز بدون ایجاد ارتباط با عناصر دولتی و حاکمیتی و استفاده از ظرفیت های آن

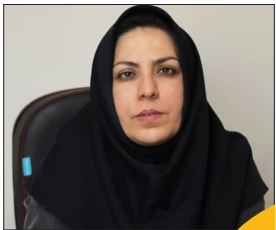


فرید نجف نیا
عضو هیئت رئیسه و مدیر
روابط عمومی دادگستری کل
استان البرز



شبکه های اجتماعی و روابط عمومی

فرصت یا تهدید؟



زینب حدادی

عضو هیئت رئیسه کارشناس ارشد
ارتباطات اجتماعی و مسئول روابط
عمومی اداره کل راهداری و حمل و نقل
جاده ای استان البرز

دنیای روابط عمومی و گردش اطلاعات در سنوات اخیر دست خوش تغییرات بسیاری شده که اغلب این تحولات را مدیون پیشرفت سریع تکنولوژی و ارتباطات است. بدون شک یکی از موثرترین این تغییرات، رشد و فراگیری شبکه های اجتماعی در بین همگان است. به همین دلیل، این شبکه ها ارتباطات و تعاملات انسانی را به شدت تحت تاثیر قرار داده و روز به روز رسوخ بیشتری در بین مردم پیدا کرده است.

شبکه های اجتماعی با محبوبیت و قدرت نفوذ بالایی که کسب کرده اند، توجه عموم را به سمت خود جلب کرده و به یکی از مهمترین و به روزترین منابع اطلاعاتی تبدیل شده اند و این دنیای وسیع ارتباطی را به یکی از دغدغه های اصلی این روزهای ارتباطات و تعاملات انسانی را به شدت تحت تاثیر قرار داده و روز به روز رسوخ بیشتری در بین مردم پیدا کرده است.

شبکه های اجتماعی با محبوبیت و قدرت نفوذ بالایی که کسب کرده اند، توجه عموم را به سمت خود جلب کرده و به یکی از مهمترین و به روزترین منابع اطلاعاتی تبدیل شده اند و این دنیای وسیع ارتباطی را به یکی از دغدغه های اصلی این روزهای ارتباطات و تعاملات انسانی را به شدت تحت تاثیر قرار داده و روز به روز رسوخ بیشتری در بین مردم پیدا کرده است.

شبکه های اجتماعی با محبوبیت و قدرت نفوذ بالایی که کسب کرده اند، توجه عموم را به سمت خود جلب کرده و به یکی از مهمترین و به روزترین منابع اطلاعاتی تبدیل شده اند و این دنیای وسیع ارتباطی را به یکی از دغدغه های اصلی این روزهای ارتباطات و تعاملات انسانی را به شدت تحت تاثیر قرار داده و روز به روز رسوخ بیشتری در بین مردم پیدا کرده است.



در شرایطی که امروزه رسانه های جمعی و فضای مجازی در انعکاس اخبار و رویدادها به شکل کاملاً فعالانه حرکت می کنند، ارائه اطلاعات سریع به خبرنگاران، از سوی روابط ضرورتی اجتناب ناپذیر است

نظر سنجی حلقه مفقوده رضایت مشتریان



رضا افخمی
عضو هیئت رئیسه و کارشناس روابط عمومی تامین اجتماعی استان البرز

امروزه اغلب مردم با نظر سنجی آشنا نیستند و آنها هم که می دانند نظر سنجی چیست، اهمیت اندکی برای آن قائل هستند. بعضی از مردم از نظر سنجی به عنوان یک امر بیهوده و بی فایده یاد می کنند. آنها معتقدند این نظر سنجی ها هیچ گونه تاثیری در تصمیم گیری های مدیران و مسئولان نداشته و دردی از مردم را دوا نمی کنند. برخی از مردم نیز هستند که همواره از پاسخ دادن به سوالات امتناع ورزیده و یا آنکه با احتیاط، نظرات غیر واقعی خودشان را ابراز می نمایند و این در حالی است که در مراکز ارائه دهنده و یا تولید خدمات، به منظور ارائه هر چه بهتر محصولات و یا خدمات و همچنین افزایش رضایت مخاطبین (با شرایط امکانات موجود تعریف شده) بررسی، پژوهش و افکار سنجی از نگرش ها و رفتار مشتریان (داخلی و خارجی)، بسیار مهم و ضروری بوده و اجرای دقیق آن ها می تواند زمینه بهبود سیستم ها کنترل روند تولید محصولات، ارائه خدمات بهتر و اخذ تصمیمات مدیریتی را فراهم نماید. با اجرای مدون روش های نظر سنجی، تحقیق و پژوهش می توان پیش از آنکه مشکلات پیچیده شود و یا نارضایتی ها افزایش یابد، آن ها را مورد شناسایی قرار داد و بدین ترتیب با تدابیر لازم در جهت حل فرایندهای ناقص اجرایی و یا رفع مشکلات و نارضایتی ها کوشید. این نکته را نیز باید در نظر داشت که تحقیق، نیازمند شفافیت و اجتناب از استنار حقیقت است، با نظر سنجی می توان به برخی نظرات مردم که به دلایلی ابراز نشده اند، دست یافت و قبل از آنکه برخی مسائل ساده و قابل حل در اثر ناگامی و سهل انگاری تبدیل به بحران شود، از بروز آن ها جلوگیری و یا در مقابله با آنان برنامه ریزی نمود.

در کشورهای توسعه یافته و یا در حال توسعه، به منظور تحقق یافتن اهداف، وضوح و شفافیت فرآیندهای داخلی، استفاده بهینه از موقعیت ها، جلوگیری و پیشگیرانه عمل نمودن در جای اصلاح خطاها، بهبود فعالیت ها و ارتقاء کارایی در سازمان به جهت بروز عدم انطباق، رضایت کارکنان و مشتریان، صرفه جویی در هزینه و زمان، بهبود مستمر فرآیند ها رو به گسترش بوده و نهایتاً اینکه نظر سنجی از دیدگاه های مشتریان می تواند تمامی برنامه های پیش گفت را تحت تاثیر قرار داده و یا دیگرگون نماید. در اهمیت انجام نظر سنجی می توان گفت: نظر سنجی ها هر چه قدر هم برای اندازه گیری افکار عمومی منحرف کننده یا کم حاصل باشند، از هر وسیله اندازه گیری دیگری که در اختیار داریم بهتر هستند. چرا که تنها در این صورت است که به نظرات مردم که به دلایلی ابراز نشده اند می توان دست یافت.

نظر سنجی ها امروزه به عنوان یکی از عوامل تعیین کننده در پیشرفت و توسعه کشورها و سازمان ها به شمار آمده و رکنی اصلی از دموکراسی محسوب می شود. واحدهای اجرایی و ارائه دهنده خدمات، توزیع کننده کالا و محصول مکلف هستند جهت شفاف سازی فعالیت ها، نسبت به ارائه خدمات مطلوب و شایسته، اقدام نموده و به منظور بررسی میزان رضایتمندی آنان از نحوه ارائه خدمات شامل: نوع خدمات قابل ارائه، مقررات مورد عمل و مراحل انجام کار، مدت زمان انجام کار، مدارک مورد نیاز و فرم های مورد عمل، عنوان واحد، محل استقرار، نام متصدی انجام کار و تعیین اوقات مراجعه، نوع فن آوری مورد استفاده و... نظر سنجی به عمل آورند. با امید به اینکه اجرای نظر سنجی در ادارات و سازمان ها توسط مدیران و تصمیم گیران و تصمیم سازان، امری مفید و مثبت ارزیابی شده و انجام به همگام آن در جهت ابراز حقایق و کسب دیدگاه های مشتریان زمینه رشد و بالندگی سازمان ها را به همراه داشته باشد.

روابط عمومی مدون و برنامه ریزی شده یکی از ابزارهای قوی مدیریت افکار است



علی منصور زارع
عضو هیئت رئیسه و مدیر روابط عمومی فرمانداری ساوجبلاغ

سالها تلاش و پیگیری دست اندرکاران روابط عمومی و جامعه، روابط عمومی ایران به ثمر نشست و جامعه روابط عمومی ایران را صاحب روز ملی کرد. ۲۷ اردیبهشت ماه روزی که در سطح جهانی نیز 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.

امروزه نقش روابط عمومی ها در کمک به تصمیم گیری های مدیریتی و استراتژیک یک سازمان نقشی قابل توجه است. نقش روابط عمومی به عنوان ابزار مدیریتی برای فعالیتهای حرفه ای، علمی و الکترونیکی، از مشخصه های جدید روابط عمومی در عصر ارتباطات است. بنا بر این، از نقاط برجسته و ممتاز در مدیریت استراتژیک، تأکید بر محیط برون سازمانی و حتی جهانی است و در واقع، منظور از وظایف استراتژیک روابط عمومی، دخالت در روند تصمیم گیری سازمانی است.

اهمیت جایگاه روابط عمومی در عصر ارتباطات و در دورانی که اطلاع رسانی در همه عرصه ها پیشتاز است، دوچندان شده است به گونه ای که موفقیت سازمان ها، ادارات و شرکتها و دوامشان در عرصه ها و فعالیت های تخصصی به عملکرد روابط عمومی های آن ها وابسته است.

روابط عمومی مدون و برنامه ریزی شده یکی از ابزارهای قوی مدیریت افکار است، روابط عمومی به عنوان اصلی ترین حلقه ارتباط بین مدیران و کارکنان، مسئولیت خطیری در فرآیند دسترسی مدیران و افکار جمعی کارکنان دارند به همین دلیل توجه ویژه به روابط عمومی، به عنوان نهادی که می تواند به صورت نظام مند، برنامه ریزی شده و سنجیده در جهت ایجاد، حفظ و گسترش تعامل و تفاهم مدیران با کارکنان اقدام کند، بسیار حائز اهمیت است.

آنچه اهمیت دارد این است که کار روابط عمومی تسهیل و خدمت به مدیریت است نه مدیر. برای آنکه محور اساسی کار روابط عمومی کسب منافع برای کل سازمان است نه برای شخصی که در رأس هرم سازمانی قرار گرفته است. بنابراین باید به روابط عمومی و کاردهای آن، بهتر و منطقی تر نگاه کرد. در این صورت است که روابط عمومی می تواند در سازمان موفق عمل کند. به هر حال نگاه حاضر به روابط عمومی و جایگاه روابط عمومی در کشور با اجرایی شدن این توجهات می تواند گام های بلندی را در حرکت روبه رشد نظام ارتباطی و روابط عمومی در کشور بردارد و این حرفه و فن تخصصی را در جایگاه و مرتبه و منزلت واقعی خویش قرار دهد.

در واقع می توان گفت روز ملی ارتباطات و روابط عمومی می تواند نقطه عطفی را در توسعه و تحول واحدهای روابط عمومی در ایران ایجاد نماید. بدون شک این مهم محقق نخواهد شد مگر با اصلاح نگرش مدیران و اعتقاد و باور به جایگاه روابط عمومی ها! در غیر اینصورت به گفته دکتر حمید نطفی، پدر علم روابط عمومی ایران روابط عمومی در متن است نه در حاشیه، ضرورت است نه در لوکس، در خود مدیریت است نه در بیرون آن، پس حق داریم بگوئیم هر مدیریتی سزاوار روابط عمومی ای است که دارد.

نبود اعتماد لازم بین مطبوعات و روابط عمومی است

اطلاعاتی که دارای تاریخ مصرف گذشته باشد، دردی از خبرنگار دوانمی کند و در همان حال سایر منابع ارتباطی کار خود را انجام می دهند و تاثیرشان را بر جای می گذارند.

مدیر روابط عمومی اداره کل اوقاف و امور خیریه استان البرز اظهار داشت: اساساً یکی از موفقیت های روابط عمومی این است که به مسائل از ابعاد ملی نگاه کند، در حالی که روابط عمومی عموماً به مسائل سازمانی خود می نگرند. در بسیاری از موارد دیدن مسائل سبب تاثیر گذاری هر چه بیشتر پیام روابط عمومی بر افکار عمومی است.

وی افزود: یکی از روش های دیگر و مطلوب در زمینه تبلیغ در واقع «انتقاد از فرد» و ارائه مسائل منفی است. به بیان دیگر تبلیغ اگر به گونه ای ارائه شود که مسائل منفی در آن مطرح نشود، تاثیر مورد انتظار را در افکار عمومی نخواهد گذاشت. این در حالی است که عموماً روابط عمومی ها از مطرح ساختن مسائل منفی سازمان خویش در سطح مطبوعات و یا خبرگزاری ها هراس دارند در حالی که چنین نگرشی مانع پیشرفت جامعه و سازمان مذکور می باشد.

عضو هیئت رئیسه شورای هماهنگی روابط عمومی ها در پایان اظهار کرد: متأسفانه امروز روابط عمومی در جامعه ما از سوی مردم به عنوان مبلغ و تبلیغ گر یکجانبه سازمان معرفی شده است به همین دلیل مردم ارتباط کمتری با روابط عمومی دارند.



علی اکبری
عضو هیئت رئیسه و مدیر روابط عمومی اداره کل اوقاف و امور خیریه

گذری بر تشکیل شورای هماهنگی روابط عمومی های البرز



شمسی یوسفی دبیر اجرایی شورای هماهنگی روابط عمومی های دستگاه های اجرایی استان البرز

در اجرای ماده ۵ تصویب نامه هیئت محترم وزیران به ششماره ۶۵۳۲۴/۶ت/۵۲۳۲۴ مورخ ۱۳۸۶/۱۲/۱۳ در سطح استان های سراسر کشور، شورای هماهنگی روابط عمومی دستگاه های اجرایی استان به ریاست استاندار محترم و در غیاب ایشان معاون محترم سیاسی، امنیتی و اجتماعی و با دبیری مدیر کل محترم روابط عمومی تشکیل می شود. بر این اساس پس تشکیل استان البرز، دبیر خانه شورای هماهنگی روابط عمومی دستگاه های اجرایی استان در سال ۱۳۹۲ به صورت متمرکز در اداره کل روابط عمومی استانداری البرز تشکیل و با تدوین اساسنامه این شورا از سوی اداره کل روابط عمومی استانداری نسبت به برگزاری انتخابات هیئت رئیسه شورای هماهنگی روابط عمومی دستگاه های اجرایی استان البرز اقدام گردید.

پیرو اصلاح اساسنامه شورا در سال ۹۷ و ابلاغ آن از سوی رئیس محترم مرکز اطلاع رسانی و امور بین الملل وزارت کشور در تاریخ ۹۷/۵/۲۳ سومین دوره انتخابات هیئت رئیسه شورای هماهنگی روابط عمومی دستگاه های اجرایی استان در تاریخ ۹۷/۷/۱۷ به ریاست جناب آقای شهبازی معاون محترم سیاسی، امنیتی و اجتماعی و با حضور جناب آقای گلشن مدیر کل محترم حوزه و روابط عمومی، جناب آقای طوسی مشاور محترم استاندار در امور رسانه و مدیران روابط عمومی دستگاه های اجرایی استان بر گزار و طی برگزاری انتخابات صورت گرفته، اعضای هیئت رئیسه شورای هماهنگی روابط عمومی دستگاه های اجرایی استان برای مدت دو سال انتخاب شدند.

بر اساس اطلاع قبلی دبیر خانه شورا مبنی بر اعلام کاندیداتوری اعضای علاقه مند جهت حضور در انتخابات هیئت رئیسه شورا؛ ۲۰ نفر از مدیران روابط عمومی دستگاه های اجرایی استان در بخش هیئت رئیسه شورا، دو نفر در بخش بازرس شورا و دو نفر نیز به عنوان خزانه دار شورا در این انتخابات شرکت کردند که پس از شمارش آراء مأخوذه؛ فرید نجف نیا از دادگستری البرز با ۴۹ رای، علی منصور زارع از فرمانداری ساوجبلاغ با ۴۸ رای، علیرضا پیغمبر دوست از شهرداری فردیس با ۴۶ رای، داود داودی از اتاق بازرگانی با ۴۰ رای، زینب حدادی با ۳۷ از اداره کل راهداری و حمل و نقل جاده ای، علی اکبری از اداره کل اوقاف و امور خیریه با ۳۶ رای، رضا فخمی از اداره کل درمان تامین اجتماعی با ۳۵ رای به عنوان اعضای اصلی هیئت رئیسه و علیرضا موسوی از شهرداری کرج با ۳۲ رای، لیلا قمیعی از بانک ملی با ۲۷ رای و زینب منجیری از اداره کل ورزش و جوانان با ۲۶ رای به تر تیب به عنوان اعضای علی البدل اول تا سوم انتخاب شدند.

همچنین بر اساس رای گیری صورت گرفته؛ سید جمال بهشتی از اداره کل پست استان با ۴۸ رای به عنوان بازرس اصلی و خانم رسولی از اداره کل استاندارد با ۲۰ رای به عنوان بازرس علی البدل انتخاب شدند. همچنین مهدی دانش شهرکی از بانک کشاورزی با ۳۵ رای و به عنوان خزانه دار اصلی و افسانه مهینی از اداره کل انتقال خون با ۳۴ رای به عنوان علی البدل انتخاب شدند.

خوشبختانه یکی از نقاط قوت اساسنامه نامه جدید تثبیت جایگاه روابط عمومی استانداری در مقام جانشین و دبیر شورا است که می تواند ضمانت اجرایی لازم را در خصوص اجرایی شدن مصوبات شورا به همراه داشته باشد.

خلاصه اساسنامه شورای هماهنگی روابط عمومی های دستگاه های اجرایی استان البرز

مقدمه

با توجه به اهمیت و نقش روابط عمومی ها در تنویر افکار عمومی و پاسخگو کردن دستگاهها و ایجاد زمینه مناسب برای تبادل اطلاعات و آگاهی ها و ضرورت ارتقای وضعیت کیفی واحدهای روابط عمومی و لزوم هماهنگی جامع و گسترده میان فعالیت های روابط عمومی سازمان ها، ادارات، نهادهای و شرکت ها در هر استان و بر اساس تبصره ماده ۵ تصویب نامه هیأت محترم وزیران موضوع آئین نامه "نحوه فعالیت،وظایف و اختیارات روابط عمومی دستگاه های اجرایی" (۶۵۳۲۴/۶ت/۵۲۳۲۴-هم مورخ ۱۳۸۶/۱۲/۱۳ و اصلاحات بعدی آن)-شورای هماهنگی روابط عمومی های استان زیر نظر استاندار مربوطه تشکیل می شود.
ماده یک: شورای هماهنگی روابط عمومی های استان ها، شورایی حرفه ای در عرصه روابط عمومی است که با ریاست استاندار و در غیاب وی معاون سیاسی استاندار و دبیری مدیر کل روابط عمومی استانداری تشکیل و به وظایف خود در این اساسنامه عمل می کند.

ماده سه: اهداف

الف. دانش افزایی مدیران و کارکنان روابط عمومی های سطح استان و شهرستان های تابعه.

ب. تلاش در راستای تقویت گفتمان نظام و تبیین و تبلیغ بهتر سیاست ها، برنامه ها و فعالیت های دولت در سطح ملی، استانی و شهرستانی.

پ. افزایش کارآمدی روابط عمومی های سازمان های دولتی در جهت تحکیم

ارتباط میان دولت و مردم و نیز کمک به تحقق اهداف توسعه ملی.

ت. نظارت، رتبه بندی و ارتقاء جایگاه روابط عمومی ها در سازمان.

ث. شناسایی و تاکید بر جذب نیروهای کارآمد برای پذیرش مسئولیت روابط عمومی - شرایط احراز علمی و تجربه، چ. تدوین چارچوب روش های مناسب و هماهنگ برای اطلاع رسانی، نظرسنجی، ارتباطات عمومی و تبلیغات پیشرفته

و مدیریت خبری در فضای مجازی ... با تاکید بر شیوه های نوین

ماده پنج: از کارکن شورا مجمع عمومی، هیأت رئیسه، بازرس، خزانه دار، کمیته ها و دبیر خانه.

ماده شش: مجمع عمومی با شرکت مدیران و مسئولین روابط عمومی دستگاه های استان تشکیل می شود و همه دارای حق رای مساوی هستند.

ماده نه: وظایف مجمع عمومی

الف. انتخاب اعضای هیأت رئیسه، بازرس و خزانه دار

ب. تغییر و اصلاح مفاد اساسنامه

ج. تصویب ای اصلاح خط مشی و برنامه های کلی و سالانه مجمع در چارچوب اساسنامه

د.استماع گزارش هیأت رئیسه، بازرس و خزانه دار.

ه. انتخاب، عزل و قبول استعفا انفرادی و یا جمعی اعضای هیأت رئیسه

روابط عمومی و چالش های آن



داوود داوودی عضو هیئت رئیسه و مدیر روابط عمومی اتاق بازرگانی، صنایع، معادن و کشاورزی استان البرز

دنیاى امروز دنیاى ارتباطات است. در سازمان ها داشتن اطلاعات موثق، دقیق و به موقع با توجه به هدف و ساختار، بزرگترین سرمایه یک سازمان است و حیات یک سازمان به داشتن یک ارتباط دوسویه درون سازمانی و برون سازمانی و انجام تبلیغات و کسب اطلاعات به روز و مفید و ارائه بسته های خدماتی نوع اورانه بستگی دارد که در این بز نگاه جایگاه واقعی روابط عمومی نمایان می شود.

در حال حاضر وضعیت ارتباطات و روابط عمومی از نظر اختصاص اعتبار و شرح وظایف در سازمانها و نهادهای دولتی و خصوصی بعضا متناسب با کارکرد اصلی و مفهوم واقعی آنها نیست و اگر روابط عمومی ها بخواهند تاثیر گذار باشند باید از همه نظر در جایگاه بایسته و شایسته خود قرار گیرند.

از این منظر روابط عمومی اتاقی شیشه ای برای جامعه و مسئولان است که وظیفه خطیر اطلاع رسانی شفاف و اعلام وضعیت سازمان را در سطح جامعه و افکار عمومی برعهده دارد و اگر نتواند مسئولیت خود را به درستی انجام دهد نمی توان به اثربخش بودن فعالیتهای آن سازمان و امیدواری مردم نسبت به کارکردش اطمینان داشت.

امروز یکی از دلایل ایجاد فاصله بین مردم و دستگاه های اجرایی نبود روابط عمومی های کارآمد و توانمند در حوزه های اداری است که این مهم منبعث از ناکارآمدی در حوزه های سخت افزاری و نرم افزاری است.

به عینیه می بینیم هر کجا روابط عمومی یک ارگان، نهاد و سیستمی موفق عمل کرده و در حوزه اطلاع رسانی خوب ظاهر شده است آن نهاد و اداره توانسته در بین مردم جایگاه خوب و مناسبی بدست آورد و اگر روابط عمومی یک مجموعه ضعیف عمل کند به رغم تمام کارایی ها و توانایی ها و کارکرد در دید افکار عمومی آن نهاد و اداره کاری نشده است.

چالش های موجود در این حوزه را می توان به اختصار ضعف در تشکیلات، اعتبارات، آموزش، نیروی انسانی و وجود نگرش های منفی و همچنین نداشتن متولی مشخص، نبود شکل های حرفه ای کافی و نبود قانون مندی مسئولیت های استراتژیک و حرفه ای روابط عمومی، ناآشنایی و نداشتن تخصص کافی مدیران روابط عمومی در زمینه دانش روابط عمومی و ارتباطات اجتماعی عنوان نمود.

در حال حاضر نگرش به روابط عمومی صرفا تبلیغاتی است نه تولید محتوای تخصصی... که این امر باعث تحریف افکار و دورشدن روابط عمومی از رسالت اصلی خود شده است و اگر نقش روابط عمومی را در ایجاد یا تقویت فرهنگ توسعه، بومی کردن سرمشق های توسعه، کشف و معرفی ظرفیت های جامعه، بازآفرینی فرهنگی، حفظ تعلق و پیوستگی بدانیم در اینصورت باید بتواند اثری در جلوگیری از گسستگی و ناپیوستگی و با حداقل کاهش دهنده فاصله و شکاف میان جامعه و دستگاه های اجرایی باشد.

در پایان ضمن گرامیداشت روز روابط عمومی امیدوارم با همکاری و همفکری بیشتر میان مسئولان ارشد دستگاهها و مدیران روابط عمومی شاهد گفتگوی مشترک برای رسیدن به رسالت واقعی جایگاه روابط عمومی ادارات باشیم.

ماده ۱۰: هیأت رئیسه شورا؛ اعضای هیأت رئیسه شورا ۹ نفر هستند که دو عضو

آن شامل: استاندار (در غیاب وی معاون سیاسی استاندار) به عنوان رییس شورا و مدیر کل روابط عمومی و امور بین الملل استانداری بعنوان جانشین و دبیر شورا ثابت بوده و ۷ نفر باقیمانده به وسیله رای مستقیم مجمع عمومی برای مدت ۲ سال انتخاب می شوند.

تبصره ۱: احکام اعضای منتخب هیأت رئیسه شورا، از سوی استاندار صادر و ابلا می شود.

تبصره ۲: دبیر خانه شورا ز بر نظر دبیر شورا اداره می شود و مسئول اجرایی دبیر خانه با معرفی مدیر کل روابط عمومی و با حکم رئیس شورا تعیین می شود.

تبصره ۶: شرکت اعضا در جلسات هیأت رئیسه شورا الزامی است و غیبت هر یک بدون هماهنگی با دبیر شورا (۴ جلسه متوالی و ۵ جلسه متناوب) به منزله استعفا خواهد بود.

تبصره ۷: برگزاری و اداره جلسات از وظایف رییس شورا است.

تبصره ۸: ابلاغ و هماهنگی در اجرای تصمیمات شورا با کمیسیون های مربوطه وظیفه دبیر شورااست.

تبصره ۹: حضور بازرس و خزانه دار در جلسات هیأت رئیسه با هماهنگی دبیر خانه و بدون حق رای بلامانع است.

تبصره ۱۰: هیأت مسئولان کمیته ها را با اکثریت آرا از میان خود انتخاب می کند. دبیر نمی تواند کاندیدی مسئول کمیته شود.

ماده یازده: وظایف هیأت رئیسه

الف. اتخاذ تصمیم در مورد امور مالی شورا.

ب. تعیین مسئولان کمیته ها مدیر مسئول و هیات تحریریه نشریه یا نشریات مجمع از میان اعضای مجمع.

پ. اخذ اعتبار، قبول کمک های مالی، حق عضویت و تامین نیازهای مالی.

ت. تعیین محل تجمعات و محل برگزاری نشست ها و سمینارها.

ث. برگزاری مجمع عمومی و فوق العاده با ارسال دعوت نامه کتبی.

ج. تهیه گزارش سالانه و ترازنامه برای تقدیم به مجمع عمومی.

چ. تهیه و تدوین آیین نامه های مورد نیاز شورا.

ح. جذب نیرو برای هر یک از کمیته ها از میان اعضای مجمع عمومی بر حسب نوع تخصص کمیته ها و پیگیری فعالیت و برنامه های کمیته ها.

خ. ارسال منظم صورت جلسات و ارائه گزارش هر ۶ ماه یکبار از وضعیت روابط عمومی های استان به مرکز اطلاع رسانی و امور بین الملل وزارت کشور

د. بررسی و تصویب پیشنهادات واصله.

ذ. تشکیل جلسات هیأت رئیسه حداقل ماهی یکبار

ر.ارایه نظرات مشورتی در خصوص نصب و عزل مسئولان روابط عمومی های سطح استان

ز. نظارت بر شوراهای روابط عمومی تابعه استان

ژ. تعیین حق ارقام حق عضویت سالانه اعضا

ماده پانزده: شرایط لغو عضویت در هیأت رئیسه

چ. موارد ذیل عضویت افراد هیأت رئیسه لغو و اعضا علی البدل با رعایت شرایط.

۲۷

اردیبهشت ماه

روز جهانی

شاسنامه تشریه:

ویژه نامه ۲۷ اردیبهشت روز ملی ارتباطات و روابط عمومی

زیر نظر اداره کل روابط عمومی و امور بین الملل

روابط عمومی استانداری البرز

شورای سردبیری: اعضای هیئت رئیسه شورای هماهنگی روابط عمومی

دستگاه های اجرایی استان البرز با همکاری اداره کل روابط عمومی و

امور بین الملل شهرداری کرج

تلفن: ۳۴۴۷۴۲۳۳ – ۳۴۴۹۳۶۳۸

صفحه آرا: محمدرضا جانشانلو

هنر هشتم نیازمند توجه و نگاهی نو است



امیر اشتری سرپرست اداره کل ارتباطات و امور بین الملل شهرداری کرج

امیر اشتری با تریک روز ملی ارتباطات و روابط عمومی افسزود: روابط عمومی به عنوان هنر هشتم و یکی از ابزارهای مدیریت افکار نیازمند توجه و نگاهی جدید است.

وی بیان کرد: بسا این که امروز کارکرد روابط عمومی ها با ماهیت آن که کمک به تصمیم گیری های مدیریتی

است فاصله دارد اما باید تلاش کنیم این نقیصه جبران شود.

سرپرست اداره کل ارتباطات و امور بین الملل شهرداری کرج با اشاره به کارکرد اصلی روابط عمومی گفت: روابط عمومی باید در

قامت یک نهاد فعال، پویا و استاندارد با بهره گیری از شیوه های نوین ارتباطی و اطلاع رسانی به نیاز مخاطبان پاسخ دهد و رضایتمندی

حداکثری را در راستای پیشرفت و تعالی سازمان به ارمان آورد.

اشتری با تاکید بر اهمیت تخصص گرایسی در روابط عمومی توضیح داد: بهره گیری از افراد توانمند برای

معرفی هر چه بیشتر دستاوردها نقش موثری دارد.

وی با اشاره به اینکه روابط عمومی از رسانه ها جدا نیست، خاطر نشان کرد: روابط عمومی کارآمد بسا ارتباط

و تعامل مطلوب بسا رسانه ها زمینه معرفی فعالیت های

سرا فرارهم، به نشد و پیشرفت آن کمک می کند.

سرپرست اداره کل ارتباطات و امور بین الملل شهرداری کرج گفت: روابط عمومی پیشانی هر سازمان است و می تواند چهره ای مناسب از هر سازمان را آرایه دهد.

وی در بخش دیگری با تاکید بر ضرورت به روز رسانی امکانات و زیرساخت های روابط عمومی افزود: روابط عمومی موفق به ابزار

به روز و کارآمد مجهز است و همگام با تکنولوژی روز پیش می رود.

اشتری افزود: اغلب روابط عمومی ها امروز با مشکلات سخت افزاری و کمبود نیروی انسانی مواجه هستند که این امر سبب و کار فعالیت آن ها را با مشکلاتی مواجه کرده است.

وی با بیان این که حل مشکلات موجود در گرو تغییر نگرش کلان به این بخش است، توضیح داد: با تغییر نگرش مدیران نسبت به جایگاه

روابط عمومی شاهد تحولات مثبتی در این بخش خواهیم بود.

پاسخگویی مناسب از وظایف اصلی

روابط عمومی ها است



نوک پیکان پاسخگویی در هر نهادی، روابط عمومی است لذا کار شناسان ارتباطات فعال در این حوزه میبایست از شناسایی مشکلات و همچنین برنامه های سازمان جهت رفغ آن در راستای پاسخگویی مناسب، مطلع باشند تا بتوانند با حفظ کرامت انسانی مخاطبین نسبت به جلب رضایت آنان اقدام نمایند.

مقام معظم رهبری (مدظله العالی) روابط عمومی را ایته تمام نمای مراکز، سازمانها و نهادهای مختلف برشمرده اند لذا باید حوزه روابط عمومی در جهت ارتقای سطح ارتباطات در بخشهای مختلف جامعه

و بهبود خدمات رسانی به مردم گام بردارد.

در دنیاى امروز ضریب شتاب تحولات بسیار بالاست که در اکثر حوزه ها از جمله عرصه های فرهنگی و اجتماعی کاملا ملموس است لذا در عصر ارتباطات، شناخت حقوق شهروندی را بدنبال داشته و این مهم

تاثیر بسزایی در نحوه ارائه خدمات بدنبال دارد.

شرح وظایف برخی از دستگاههای اجرایی از جمله شهرداریها بنحوی است که با احاد جامعه در همه عمرشان ارتباط مستقیم

دارند لذا همواره در راستای تحقق مطالبات بحق آنها تلاش می کنند. اینجاست که نقش روابط عمومی در برقراری ارتباط موثر و کسب رضایت مردمی بسیار حائز اهمیت است و البته اهمیت خدمات

رسانی این نهاد مردمی زمانی نمایانتر می شود که بپذیریم اعضای شورای اسلامی شهرمنتخبین مردم هستند و در نگاهی دیگر شهردار

نیز منتخب منتخبین مردم تلقی می شود و به عبارتی خدمتگزاران بطور مستقیم یا غیر مستقیم توسط شهروندان انتخاب شده اند اما

نباید فراموش کرد که فارغ از نحوه پذیرش مسئولیت، همگی باید پاسخگوی مردم باشیم و البته این مهم در شرایط حاکم کشور از

درجه بالاتری برخوردار است و چمگلی باید با وحدت و همدلی تلاش کنیم تا ارائه خدمات مطلوب و درخور شان امید را در دل مردم

تأمید نکنیم.

در پایان، فرصت را غنیمت شمرده و با تریک فرارسیدن ۲۷

اردیبهشت (روز ملی ارتباطات و روابط عمومی) از راهنمائیهای همکاران ارجمندم در دستگاههای اجرایی استان البرز تقدیر نموده

و از درگاه احدیت برایشان سلامتی و توفیق روزافزون مسئلت نمایم.



روابط عمومی

اتاق شیشه ای

برای مردم و

مسئولان است.