

در نشست متخصصان روابط عمومی در روز ملی ارتباطات مطرح شد

روابط عمومی‌ها باید روندهای بروکراتیک را متوقف کنند

تهران (پانا) - در نشستی که از سوی انجمن متخصصان روابط عمومی به مناسبت روز ملی ارتباطات برگزار شد نقش روابط عمومی‌ها در مدیریت بحران مورد بحث و بررسی قرار گرفت و بر نقش روابط عمومی‌ها بر توقف روندهای بروکراتیک در سازمان‌ها تاکید شد.

نشست متخصصان روابط عمومی به مناسبت روز ملی ارتباطات و روابط عمومی با همکاری شرکت آسانگار(مجری امور تبلیغاتی مترو) و با حضور اساتید، مدیران و کارشناسان روابط عمومی های سازمان ها و نهادهای بخش دولتی و خصوصی در هتل المپیک تهران برگزار شد.

محسن راعی، پژوهشگر حوزه ارتباطات و مدیریت، با تاکید بر موضوع مدیریت بحران در عصر انفجار اطلاعات گفت: داده‌های زیادی در جهان در حال تولید است. در هر دقیقه ۵۰۰ ساعت ویدئو در یک دقیقه در یوتیوب درحال آپلود شدن است و در هر دقیقه ۴۴۸ هزار پست در توئیتر منتشر می‌شود.

وی ادامه داد: همچنین در هر دقیقه ۳.۳ میلیون پست در فیس‌بک منتشر می‌شود این به آن معنا است که در شبکه‌های اجتماعی به اندازه خلقت بشر فیلم و مطلب منتشر می‌شود.

وی با تاکید بر اینکه مدیریت بحران علم و هنر کنترل رویدادهاست، گفت: روابط عمومی‌ها با اتخاذ برنامه استراتژیک و دریافت سیگنال‌های متعدد موجود و با پرهیز از فرو رفتن در باتلاق اطلاعات می‌توانند نقش مهم خود را ایفا کنند.

عصر کنونی عصر شوک محتواست

راعی با تاکید بر اینکه این عصر را می‌توان به شوک محتوا نام‌گذاری کرد، گفت: به طور قطع همه افرادی که به این اطلاعات دسترسی دارند قادر به هضم درست و درک صحیح از آن نخواهند بود و اگر روابط عمومی‌ها وارد عرصه نشوند کثرت اطلاعات می‌تواند بحران اطلاعاتی را ایجاد کند.

بحران‌ها تاثیرات دومینویی دارند

پژوهشگر حوزه ارتباطات و مدیریت با بیان اینکه رویدادها تاثیر دومینویی دارند، گفت: اگر بحران‌ها مدیریت نشوند بحران‌ساز می‌شود و در این میان روابط عمومی‌ها در سه بخش پیش از بحران، زمان بحران و پس از بحران وظایفی برعهده دارند که باید به درستی به آن عمل کنند.

راعی گفت: در سال ۲۰۱۹ جهان با بحران‌های متعددی روبه رو است که از جمله آنها مسئله انرژی، بحران آب و تغییرات آب و هوایی است که کم و بیش بخش عمده‌ای از کشورهای جهان را درگیر کرده است.

وی با بیان اینکه کشورهای جدیدی وارد عرصه تجدید قوای اقتصادی شده‌اند، گفت: چین، روسیه و برزیل موفقیت‌های زیادی در توسعه اقتصادی به دست آورده‌اند که می‌تواند رویدادهای جدیدی را رقم بزند. قوهای سیاه اصطلاحی است که در جهان به تازگی شکل گرفته است و بسیم طالب در کتاب «قوهای سیاه» می‌نویسد که برخی رویدادهای اتفاق می‌افتد که در جهان سبب

می‌شوند؛ ZWNJ

در مدیریت استراتژیک به سیگنال‌های ضعیف توجه شود

راعی گفت: سیگنال‌های ضعیف حاوی اطلاعاتی مهم هستند که باید در مدیریت استراتژیک به آنها توجه شود. سیگنال‌های ضعیف ابتدا نویز هستند که پس از تبدیل به سیگنال ضعیف تبدیل به سیگنال قوی می‌شوند.

وی ادامه داد: آنچه در زمان بحران‌ها بسیار حائز اهمیت است اطلاع‌رسانی قوی و درست است. شهروند خبرنگار‌ها هم پدیده‌های اطلاع‌رسانی هستند که اگر به آنها توجه نشود فرآیند اطلاع‌رسانی به مسیر درستی هدایت نمی‌شود.

پژوهشگر حوزه ارتباطات و مدیریت عنوان کرد: روابط عمومی‌ها باید پس از بحران نیز داده‌ها را تحلیل کنند و مستندسازی درستی برای آن انجام دهند. اعتماد عمومی باید پس از رفع بحران دوباره ترمیم شود می‌توان گفت عصر جدید عصر عدم قطعیت‌ها است و در عصر شوک و تردید هیچ چیزی قوی‌تر از احتمال نیست.

دنیا دیگر به میل گذشتگان ما آینده را نمی‌سازد

در ادامه این نشست، فرشید گل‌زاده، مدیرعامل اسبق فروشگاه رفاه نیز با تاکید بر ضرورت بکارگیری مدیریت دانش برای بهره‌وری و اثرگذاری بیشتر در سازمان‌ها گفت: آن چیزی که قطعیت دارد، عدم قطعیت است و فهم ارتباط معنادار میان حجم انبوه اطلاعات و دیتاها منجر به خلق دانش و بکارگیری آن برای تولید محتوای مناسب خواهد شد.

وی افزود: دنیا دیگر مطابق میل گذشتگان ما آینده را نمی‌سازد. حجم اطلاعات از سال ۲۰۱۰ به بعد هر سال دو برابر می‌شود و مدیریت‌های مبتنی بر دانش و دانش‌محور نیز متحول شده‌اند.

کسب و کارهای سنتی ناچار به تغییر ماهیت هستند

گل‌زاده با تاکید بر اینکه کسب و کارهای سنتی ناچار به تغییر ماهیت هستند، گفت: دیتا، اینفورمیشن و دانش مواد اولیه‌ای هستند که با ارتباط مفهومی داده‌ها و اطلاعات را حاصل می‌کنند.

وی با بیان اینکه علم معادل دانش نیست، گفت: دانش و تجربه داده‌ها را تبدیل به تصمیم‌های درست می‌کنند. مدیران در محیط تصمیم‌گیری نیازمند تجربه هستند و مدیران سازمان‌ها نمی‌توانند تنها به اطلاعات و تحلیل توجه کنند بلکه باید متناسب با اقتضائات مدیریت بحران تصمیم‌گیری کنند.

گل‌زاده تاکید کرد: کار روابط عمومی‌ها این است که باید به گیت‌وی یا محلی برای تبادل نظر بین درون و برون سازمان بدل شوند. روابط عمومی‌ها باید اجازه روند بروکراتیک را ندهند و انعکاس‌دهنده برون سازمان به درون سازمان باشند تا حوزه‌های مختلف این امکان را داشته باشند تا در کنار هم کار کنند.

زندگی بدون ارتباطات خاموش است

در این مراسم حسام الدین بیان، استاد دانشگاه با اشاره به فلسفه آفرینش و زندگی و پایه و اساس بودن مقوله ارتباط در کنه و ذات هستی گفت: زندگی بدون ارتباطات خاموش است و دنیا باید در روز ملی ارتباطات از فعالان این عرصه تجلیل

کند.

محمود مختاریان، استاد روزنامه‌نگاری؛ ZWNJ؛ نگاری نیز با ارایه آماری از حجم و میزان انتشار میلیون‌ها E&ZWNJ؛ها عکس و مطلب در فضای مجازی بر تاثیر و نقش رسانه‌ها؛ ZWNJ؛های مکتوب به عنوان قدرت ملی کشورها تاکید کرد گفت: انتشار روزنامه یومیوری با شمارگان ۱۴ میلیون نسخه در روز، بیانگر نقش رسانه‌ها؛ ZWNJ؛های مکتوب در عصر شبکه‌ها؛ ZWNJ؛های مجازی و اینترنتی است.

وی مردم‌ها؛ ZWNJ؛ محوری روابط عمومی های کشور را در ارتقای جایگاه این نهاد در نزد جامعه و موفقیت بهتر آن مورد تاکید قرار داد.

در این نشست، حامد جمالی مدیرعامل شرکت آسانگار نیز در تشریح ویژگی‌ها؛ ZWNJ؛های اثرگذار در تبلیغات محیطی بویژه تبلیغات در فضاهای متنوع مترو گفت: مترو پر ازدحام‌ها؛ ZWNJ؛ترین شهر زیرزمینی کشور با چهار میلیون سفر در یک روز، بستر بسیار مناسبی برای معرفی توانمندی‌ها؛ ZWNJ؛ها و اطلاع‌ها؛ ZWNJ؛رسانی پیرامون سازمان‌ها؛ ZWNJ؛ها و نهادها به شمار می‌ها؛ ZWNJ؛رود.

جمالی با بیان اینکه ۳۷ درصد سفرها در استان‌ها؛ ZWNJ؛های تهران و البرز از طریق مترو صورت می‌ها؛ ZWNJ؛گیرد افزود: ۵۷ درصد مسافران مترو مرد و ۴۳ درصد آن را زنان تشکیل می‌ها؛ ZWNJ؛دهند که می‌ها؛ ZWNJ؛توان با اتکای به آمار موجود به تولید محتوای مناسب برای مخاطبان پرداخت و از رسانه مترو با بهره‌ها؛ ZWNJ؛گیری از خلاقیت‌ها؛ ZWNJ؛ها و جاذبه‌ها؛ ZWNJ؛های بصری به بهترین شکل استفاده کرد.

ضرورت همگرایی برای رسیدن به گفتمان درون‌ها؛ ZWNJ؛سازمانی

در ادامه این نشست، محمدعلی سهرمانی، مدیرعامل بانک رفاه کارگران، روابط عمومی را از مهم‌ها؛ ZWNJ؛ترین بازیگران عصر اطلاعات و ارتباطات دانست و افزود: همگرایی برای ایجاد گفتمان در درون سازمان، تبادل اطلاعات میان سازمان و جامعه، یکپارچگی درون سازمانی، برقراری ارتباط مستمر با جامعه اطلاع‌ها؛ ZWNJ؛رسانی و کمک به تصمیم سازی توسط مدیران ارشد سازمان از وظایف و کارکردهای موثر روابط عمومی است و ضرورت تعامل هرچه بیشتر با رسانه‌ها؛ ZWNJ؛ها را در راستای شفاف‌ها؛ ZWNJ؛سازی و تبیین نقش مهم شبکه بانکی کشور در حوزه اقتصاد بسیار با اهمیت است.

در ادامه نشست متخصصان روابط عمومی ایران، مهدی باقریان با ارایه گزارشی در خصوص فعالیت‌ها؛ ZWNJ؛های انجام گرفته‌ها؛ ZWNJ؛شده در انجمن متخصصان روابط عمومی از اجرای طرح اعتبار سنجی و تایید صلاحیت حرفه‌ها؛ ZWNJ؛ای متخصصان روابط عمومی همراه با اعطای گواهینامه حرفه ای از سوی انجمن خبر داد.

برگزاری جشنواره ملی انتشارات و روابط عمومی‌ها؛ ZWNJ؛ها، انتشار کتاب‌ها؛ ZWNJ؛های روابط عمومی از جمله کتاب سال با نگاهی به مهمترین رویدادهای حوزه روابط عمومی ایران و جهان از دیگر محورهای سخنان باقریان بود.