

در نشست روابط عمومی‌های دستگاه‌های اجرایی استان تهران مطرح شد

تأکید معاون رسانه‌ای وزیر ارشاد بر استقرار روابط عمومی جامعه‌محور در شهرستان‌ها

دکتر محمدرضا نوروزپور، معاون رسانه‌ای و تبلیغات وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی، در نشست روابط عمومی‌های دستگاه‌های اجرایی استان تهران که پیش از ظهر امروز در محل استانداری تهران برگزار شد، با تبریک روز جهانی روابط عمومی، بر ضرورت بازتعریف نقش روابط عمومی‌ها با رویکردی اجتماعی و جامعه‌محور تأکید کرد.



نشست روابط عمومی‌های دستگاه‌های اجرایی استان تهران با حضور مدیران روابط عمومی استانداری، فرمانداری‌ها و دستگاه‌های دولتی و عمومی استان برگزار شد. در این نشست، دکتر محمدرضا نوروزپور، معاون رسانه‌ای و تبلیغات وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی، ضمن تبریک روز جهانی روابط عمومی، اظهار داشت: جایگاه روابط عمومی در نظام اداری کشور هنوز به اندازه شایستگی‌های این حرفه تثبیت نشده است. اینکه روابط عمومی‌ها در فرآیندهای تصمیم‌سازی یا مدیریت بحران کمتر دیده می‌شوند، واقعیتی انکارناپذیر است، اما این نباید بهانه‌ای برای کناره‌گیری از مسئولیت تلقی شود.

وی تأکید کرد: فعالان این عرصه به خوبی می‌دانند که مسیر روابط عمومی همواره با چالش‌ها و فشارهایی همراه بوده و باید با درک صحیح از مسئولیت اجتماعی خود، نقش مؤثری در ارتباط میان مردم و حاکمیت ایفا کنند.

نوروزپور با اشاره به ویژگی‌های خاص روابط عمومی‌های شهرستانی گفت: این روابط عمومی‌ها به دلیل ارتباط مستقیم با مردم، بیش از دیگران در معرض مطالبات، فشارها و انتظارات اجتماعی قرار دارند. بنابراین، لازم است الگوی فعالیت آن‌ها بر مبنای مدل «روابط عمومی جامعه‌محور» تعریف شود؛ مدلی که بر شنیدن صدای مردم، گفت‌وگوی متقابل و مشارکت شهروندان در فرآیندهای ارتباطی تأکید دارد.

معاون وزیر ارشاد با انتقاد از رویکردهای هیجانی و غیرکارشناسی در مواجهه با چهره‌های اجتماعی گفت: نهضت سلبریتی‌زدایی که بدون آگاهی و مطالعه در برهه‌ای شکل گرفت، ظرفیت‌های ارتباطی و فرهنگی کشور را تضعیف کرد. روابط عمومی‌ها باید نقش رهبران افکار و جامعه‌محور از مذهب، هنر، ورزش، دانشگاهی و رسانه‌ای را به درستی درک کنند و از این سرمایه‌های اجتماعی برای تقویت انسجام محلی و منطقه‌ای استفاده کنند.

وی افزود: روابط عمومی‌ها در شهرستان‌ها باید با شناسایی فعالان تأثیرگذار در حوزه‌های مختلف و ایجاد شبکه‌ای منسجم از آنان، از ظرفیت اجتماعی آن‌ها در زمان بحران‌ها، رویدادها یا مناسبت‌های عمومی بهره‌گیرند. این رهبران افکار، پل اعتماد مردم به نهادهای رسمی هستند و سرمایه اجتماعی آن‌ها باید در جهت همگرایی و آرام‌سازی اجتماعی به کار گرفته شود.

نوروزپور همچنین نسبت به ظهور پدیده «روابط عمومی سیاه» هشدار داد و گفت: با توسعه فناوری‌های نوین، جریان‌هایی شکل گرفته‌اند که با تولید شایعه، فیک نیوز و تخریب هدفمند، تلاش می‌کنند رابطه میان مردم و دستگاه‌های اجرایی را تضعیف کنند. روابط عمومی‌ها باید با روایت‌سازی صحیح و به موقع، اجازه ندهند واقعیت‌ها تحریف شود.

در پایان، وی بر لزوم تفکیک رسانه‌های حرفه‌ای از شبه‌رسانه‌ها تأکید کرد و گفت: روابط عمومی‌ها موظف‌اند تعامل شفاف و سازنده با رسانه‌های مجوزدار داشته باشند، اما در برابر رسانه‌نماهایی که بدون هویت حرفه‌ای به تخریب و باج‌خواهی می‌پردازند، باید قاطعانه بایستند. در عصر بحران، مدیریت ارتباطات نیازمند تشخیص درست مرز میان رسانه واقعی و رسانه نماست.