



بهبود ای برای تقدیر از تلاشگران بی منت هنر هشتم

روابط عمومی یعنی سلام، لیخند، همدلی و همزمانی

دنیای امروز، دنیای شتاب، خبر و اطلاع رسانی است و بر این اساس نقش نهادهای اطلاع رسانی و رابطی مانند روابط عمومی بیش از پیش مشخص می شود. با این دیدگاه نه تنها یک روز خاص در طول سال که همه روزها، سال، روز، روابط عمومی است و گستره فعالیت ها، ادب، نهاد شب و روز، نم، شناسد. 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 و دوام سازمان ها، ادارات و شرکت ها در عرصه ها و فعالیت های تخصصی، به عملکرد روابط عمومی ها، آنها وابسته است.

روابط عمومی هنر خدمت به مردم، ارتباط موثر و به هنگام با مردم و مشتریان است (نقش وکیل مدافع سازمان در جامعه) و در عین حال هنر ارتباط درست با مدیران و انتقال نظرات مدیران به مردم و همچنین انتقال نظرات و انتقادهای مردم به مدیران (نقش مدعی العموم در سازمان) و هنر ارتباط با رسانه ها و انتقال صحیح اخبار، انتقادات و گزارش ها، حرفه ای، تخصصی و مانند اینهاست.

بی شک روز ارتباطات و روابط عمومی تداعی گر اهمیت و نقش روز افزون صنعت روابط عمومی در دنیای ارتباطات است که امروزه به قلب تپنده مجموعه ها، مختلف تبدیل شده است.

امروزه نقش روابط عمومی ها در کمک به تصمیم گیری های مدیریتی و استراتژیک یک سازمان نقشی غیر قابل انکار است. نقش روابط عمومی به عنوان ابزار مدیریتی برای فعالیتهای حرفه ای، علمی و الکترونیکی، از مشخصه های نوین روابط عمومی در عصر ارتباطات است. بنابراین، از نقاط برجسته و ممتاز در مدیریت استراتژیک، تاکید بر محیط برون سازمانی و حتی جهانی است و در واقع، منظور از وظایف استراتژیک روابط عمومی، نقش، تبدیل، در روند تصمیم گیری سازمان است.

امروزه روابط عمومی نه به عنوان یک سامانه تشریفاتی و حتی اجرایی؛ بلکه به عنوان یک سامانه مشورتی، مدیریتی و در جایگاه عنصر اصلی در ارتقاء و پیشرفت هر سازمان جایگاه ویژه ای دارد و بدون آن نتایج هیچ فعالیتی، ارزیابی و

و نمود پیدا نخواهد کرد.

در عصر حاضر روابط عمومی ابزار دست مدیریت نیست بلکه فلسفه مدیریت است. اگر در سازمانها روابط عمومی در جایگاه اصلی خود نباشد و یا ناکارآمد شود، سیستم مدیریتی منفعل، فرسوده و ناکارآمد حاصل می گردد. روابط عمومی می تواند با بالا بردن قدرت رقابت و پذیرش ریسک سازمانها و با جاری ساختن روح جلوه گری فعالیت های عملکردی سازمان (روابط عمومی) در کل سازمان که با ایستایی و سکون منافات دارد، زمینه تحول، ادب، نام را در سراسر مذهب، اسلام، فراهم آورد.

حوزه کاری رسمی سازمانها و نهادهای طراحی شده که درهای سازمانها به روی مراجعان، ساعتی مشخص گشوده و ساعتی دیگر بسته می شوند؛ اما این آغوش باز روابط عمومی هاست که همواره پذیرای اقشار مختلف جامعه بوده و لحظه به لحظه می تواند رسیدن به اهداف والای توسعه را دنبال نموده، نشاط و سرزندگی را در نهادها و سازمانها، کشورها، حاکم، سازد.

جای بسی خوشحالی دارد که در تقویم کشور عزیزمان هم، روزی با عنوان روابط عمومی به مانند دیگر کشورهای جهان وجود دارد؛ 27 اردیبهشت فرصتی است تا نقش و جایگاه روابط عمومی را بعنوان هنر هشتم مرور کنیم و با اقدامات ادب، بخش، تلاش، و مخاطره در سازمانها بشت آشنا شوم.

با عنایت به اهمیت و کارکردهای ویژه روابط عمومی ها، اعتقاد داریم اختصاص یک روز در تقویم رسمی کشور به این حوزه مهم و اثرگذار، نشانگر توجه مسئولان به جایگاه و اثرگذاری نهاد روابط عمومی است و اینک پس از چند سال از آغاز این رویداد می توانند با تکیه مبارک بر هویت فلسفی و تاسیسی خود، تاثیرگذاری بیشتری در ارتباطات اجتماعی داشته باشند، زیرا بر این باوریم کارآمدی روابط عمومی در پرتو هویت یابی حقیقی آن امکان، بذ است.

روز ملی ارتباطات و روابط عمومی می تواند محملی مناسب در راستای اعتلای هر چه بیشتر نام و جایگاه روابط عمومی در کشور باشد. این روز، فرصت ارزشمندی است تا با پاسداشت حرمت و جایگاه علم و هنر روابط با فرهنگ سازی و اطلاع رسانی به عموم مردم، با فراهم آوردن بسترهای مناسب و آگاهی رسانی به مردم، از پیشرفت ها و موفقیت های مجموعه های مختلف خبر داده و راه را برای اعتلای میهن عزیزمان خصوصاً در عرصه های بین المللی بیش از پیش مهیا و آماده نماییم؛ که این امر در دنیای امروز با وجود حجم های عظیم خبری و خبرسازی از سوی منابع اطلاع رسانی جهانی بسیار بسیار از درجه اهمیت بالایی برخوردار می باشد، که بازخورد عملکرد مناسب در این عرصه رقابت؛ بی شک نتایج ارزشمندی در کلیه زمینه ها از جمله اقتصادی، فرهنگ، اجتماع، و... در کشور خواهد داشت.

تلاشگران عرصه ارتباطات و روابط عمومی ها؛ امیدوارم همواره در سایه ایزد تبارک، با ذهنی خلاق، دستانی پرتوان و قلبی سرشار از الطف الهی باشند.