

در سومین نشست میز مشترک رسانه و روابط عمومی مطرح شد:

همافزایی رسانه‌ها و روابط عمومی‌ها در چارچوب اهداف مشترک

سومین نشست میز مشترک رسانه و روابط عمومی به میزبانی دفتر خبرگزاری جمهوری اسلامی (ایرنا) در آذربایجان شرقی برگزار شد و شرکت‌کنندگان در آن، ضمن آسیب‌شناسی تعاملات دوجانبه، راهکارهایی برای ارتقای سطح همکاری‌های متقابل ارائه کردند.



ضرورت تلاش برای انتشار یک فصلنامه تخصصی در حوزه روابط عمومی و رسانه، لزوم شناسایی و تعریف مدل‌های رسانه‌ای حاکم بر فضای رسانه‌ای استان و اهتمام برای آشنا کردن مدیران سازمان‌های مستقر در آذربایجان شرقی با جایگاه واقعی روابط عمومی از جمله مباحث مطروحه در این نشست 2 ساعته بود.

شرکت‌کنندگان در این نشست که جمعی از اعضای شورای هماهنگی روابط عمومی آذربایجان شرقی و پیشکسوتان و فعالان رسانه‌ای استان بودند درباره نحوه حمایت از رسانه‌های پرمخاطب و تاثیرگذار و راهکارهای تعمیق روابط فی‌مابین رسانه‌ها تبادل نظر کردند.

دبیر شورای هماهنگی روابط عمومی‌های آذربایجان شرقی در این نشست با استقبال از آسیب‌شناسی تعامل روابط عمومی و رسانه در این نشست بر ضرورت تداوم این رویکرد تاکید کرد و گفت: رسانه و روابط عمومی در قبال تنویر افکار عمومی رسالت سنگینی دارند که تلاش برای تحقق آن در گروی ارتقای سطح همکاری‌های این دو نهاد است.

جواد آهنگری افزود: بدیهی است که عمل به اصول حرفه‌ای فعالیت در نهادهای رسانه و روابط عمومی مستلزم تعامل و ارتباط هر چه بیشتر کنشگران و فعالان آنهاست و اجرای این مهم می‌تواند به ارتقای کارآمدی هر دو کمک کند.

وی ادامه داد: با برگزاری مستمر نشست‌های مشترک، دنبال راهکارهای اساسی، منطقی و عملی هستیم تا مسایل فراروی روابط عمومی‌ها و رسانه‌ها را بهبود بخشیم و با درک مشترک در جهت تعمیق مناسبات سالم، سازنده و بدور از مسایل حاشیه‌ای، همکاری‌های دامن‌دار را توسعه دهیم.

وی همچنین با اشاره به قرارگرفتن در آستانه هفته دولت گفت: در این امر، نیازمند مشارکت عمومی هستیم و از دستگاه‌های دولتی انتظار داریم برای بزرگداشت این رویداد فعالتر شوند و برنامه عملی‌ارایه کنند.

آهنگری افزود: انتظار می‌رود رسانه‌ها و روابط عمومی‌ها در بزرگداشت هفته دولت با تدوین و ارایه ویژه برنامه‌های ابتکاری، زمینه‌آشنایی هر چه بیشتر مردم با دستاوردهای دولت‌داری، طمانینه، هفته‌فاهم‌کننده نقش، رسانه‌ها در فضاسازی مناسب، استقلال، از هفته دولت مهم است.

وی ادامه داد: تبیین عملکرد دستگاه های دولتی در رسانه ها، تشریح دستاوردهای دولت برای عموم مردم و عمومی کردن آن از طریق کمک گرفتن از ویژه برنامه های هنری و جشنواره ای باید از جمله این برنامه ها باشد.

دبیر شورای هماهنگی روابط عمومی های استان آذربایجان شرقی گفت: به باور من انجمن صنفی روزنامه نگاران و خانه مطبوعات استان می توانند در هفته دولت میزبان برگزاری نشست های خبری مدیران کل در راستای تبیین و تشریح دستاوردهای دولت تدبیر و امید در چهار سال نخست خدمت آن باشند.

آهنگری همچنین ادر خصوص پایگاه های اطلاع رسانی ادارات، از برنامه پایش پایگاه های خبری نهادهای دولتی خبر داد و افزود: پایش پایگاه های اطلاع رسانی دستگاه های دولتی در اسرع وقت بررسی، ارزیابی و نتایج آن اعلام می شود.

مدیر خبرگزاری جمهوری اسلامی (ایرنا) در آذربایجان شرقی نیز اظهار داشت: رسانه و روابط عمومی به عنوان دو رکن روشن سازی افکار عمومی در عین تضادهای ناشی از ساختارها و ماموریت های ذاتی، ناگزیر از هم افزایی و تعامل بر مبنای رفتارهای حرفه ای هستند.

محمد عزیزی راد افزود: هر دو نهاد روابط عمومی و رسانه در آذربایجان شرقی با مشکلاتی در پیشبرد ماموریت های شناخته شده و نهادینه شده مواجه هستند؛ روابط عمومی ها با چالش هایی همچون ناآشنایی و عدم باور به جایگاه این نهاد از سوی مدیران سازمان ها و نهادهای مواجه اند و رسانه ها نیز با ضعف اقتصاد رسانه و نبود آموزش های کافی روبرو هستند.

وی خاطرنشان کرد: مدیران کل نهادها و سازمان های مستقر در آذربایجان شرقی مهم ترین وظایف رسانه ها را دادن خبرهای مهندسی شده و ناقص به رسانه ها، چسباندن بنر و اطلاعیه و برگزاری جشن ها و مراسم سوگواری را تلقی می کنند، در مقابل رسانه ها نیز احساس می کنند که تنها در موارد نیاز مدیران به تبلیغ دستاوردهای خود بدون تحمل موارد نقد مورد توجه قرار می گیرند.

عزیزی راد ادامه داد: با این تفاسیر، ارتقای تاثیرگذاری رسانه ها و روابط عمومی ها در جامعه به عنوان مجرای اصلی اطلاع رسانی به مردم نیازمند آسیب شناسی مشکلات موجود در تعامل دوسویه و همسنگ این دو نهاد و تلاش برای یافتن راهکارهایی برای تعمیق مناسبات دوجانبه می باشد.

وی ابراز امیدواری کرد که فصلنامه مشترک رسانه و روابط عمومی با همت نهادهای دولتی و غیردولتی و همکاری انجمن صنفی روزنامه نگاران استان ، خانه مطبوعات و انجمن مدیران مسوول به مناسبت هفته دولت منتشر شود.

سیدمسعود پیمان، مدیرمسئول روزنامه مهد آزادی نیز گفت: روابط عمومی ها نزدیک ترین بخش سازمان ها و نهادها به حوزه رسانه هستند و فعالان عرصه رسانه، روابط خود با سازمان ها را بر مبنای ارتباط با نهاد روابط عمومی تنظیم می کنند.

وی افزود: امیدوارم ادامه نشست های میز روابط عمومی و رسانه به حل مشکلات فراروی تعامل این دو نهاد کمک کند.

وی با اشاره به انتقاد بعضی از صدور مجوزهای گسترده رسانه ای در دولت تدبیر و امید گفت: اگر می گوئیم کشور ما مردمسالار است، طبیعی است که باید رسانه ها متکثر و متعدد باشند، اما وظیفه دولت این است که توزیع منابع و کمک به رسانه ها متناسب با وزن رسانه ها باشد.

مختار خوش پیمان، عضو شورای هماهنگی روابط عمومی های آذربایجان شرقی نیز در این نشست گفت: جامعه هدف میز مشترک متشکل از مدیران کل نهادها، مسئولان و کارشناسان روابط عمومی و فعالان رسانه ای است.

وی با بیان اینکه هر کدام از این سه برای خود ظرفیت ها و نقاط ضعفی دارند؛ افزود: ماحصل نشست های میز مشترک در مرحله اول شناسایی این ظرفیت ها و تقویت آنها و شناسایی و رفع نقاط ضعف در مرحله بعدی است.

وی ادامه داد: متأسفانه باور مدیران کل ما به اثرگذاری روابط عمومی ها بسیار اندک است؛ اگر رسانه آسیب می بیند یا جایگاه روابط عمومی ها ضعیف است، منشاء اصلی آن این مقوله است.

خوش پیمان اضافه کرد: عده ای از کسانی که وارد عرصه روابط عمومی شده اند، هیچ گونه زمینه قبلی برای فعالیت در این حوزه ندارند که همین به عرصه روابط عمومی آسیب می زند؛ رسانه ها نتوانند ظرفیت بالا، خد، همگام، ندارند و ه کدام با دیدگاه خاص، خد مسابا، وابنگد، می کنند.

بخشعلی زاده، عضو دیگر هیات رئیسه شورای هماهنگی روابط عمومی های آذربایجان شرقی گفت: ارتقای جایگاه روابط عمومی ها برای افزایش تاثیرگذاری آنها از پایین پاسخگو نیست و این اتفاق باید از سطح بالای مدیریت سازمان ها روی دهد.

محمد عزیزپور، از اعضای دیگر شورای هماهنگی روابط عمومی های استان نیز اظهار کرد: یکی از مسایل مورد توجه میز مشترک می تواند بررسی جایگاه رسانه و روابط در سند تدبیر و توسعه استان آذربایجان شرقی باشد که از چهار سال قبل از اولویت های استان محسوب می شود.

وی این سوال را مطرح کرد که آیا در تدوین این سند از ظرفیت های رسانه و روابط عمومی استفاده شده است و جایگاه این دو نهاد در سند یاد شده کجاست؟

وی یادآور شد: با توجه به تعدد و تکرر رسانه ها در استان هنوز در مورد موضوعات واحد زبان مشترک نداریم؛ به عنوان نمونه هنوز درباره توسعه آذربایجان شرقی به این اجماع نرسیده ایم که محور اصلی توسعه استان، صنعتی، کشاورزی، گردشگری و یا ... است.

محمدحسن علملو از پیشکسوتان عرصه روزنامه نگاری آذربایجان شرقی و مدیر روزنامه حیدرآباد نیز در این نشست بر ضرورت موضوع محور بودن جلسات و تعیین یک موضوع خاص برای نتیجه گیری هرچه بهتر از نشست های مشترک تاکید کرد.

وی بر ضرورت ارایه راهکارهای عملیاتی برای هم افزایی رسانه ها و روابط عمومی های استان در راستای کمک به تحقق برنامه های توسعه آذربایجان شرقی تاکید کرد.

خانم ادیسی، مدیر روابط عمومی سازمان صنعت، معدن و تجارت آذربایجان شرقی نیز از تشکیل میز مشترک روابط عمومی ها و رسانه به عنوان بستر خوبی برای هم افزایی دو نهاد تاثیرگذار در افکار عمومی یاد کرد.

وی افزود: تشکیل جلسات میز و ادامه آن می تواند این تلنگر را به مدیران بزند که تاثیرگذاری نهاد روابط عمومی فراتر از انگاره های نهادینه شده و چارت سازمانی تعریف شده است و

وی پیشنهاد کرد: ادامه جلسات با حضور مدیران کل در سازمان باشد تا آنان از نزدیک با ظرفیت ها و ضعف های نهاد روابط عمومی آشنا شوند.

اسد بابایی، عضو هیات رئیسه شورای هماهنگی روابط عمومی های استان و هیات مدیره خانه مطبوعات نیز در این نشست، بازبینی و بازتعریف دیدگاه روابط عمومی درباره رسانه ها و کارکرد آنها را ضروری دانست.

وی با طرح این سوال که چند درصد روابط عمومی ها بین خبر تولیدی و کپی برداری شده تمایز قایل اند و چه تعداد از آنها با رسانه ها ارتباط مستمر و تاثیرگذار دارند؟ اظهارکرد: متأسفانه بعضا مدیران برخی از روابط عمومی ها نه با طیف خبرنگار بلکه با کسانی ارتباط دارند که در لباس خبرنگار برای جذب آگهی به ادارات و سازمان ها مراجعه می کنند و کاری با خبر و تولید خبری ندارند.

بابایی با اشاره به اینکه مدیران ما دید کوتاه مدت نسبت به رسانه و روابط عمومی دارند؛ گفت: روابط عمومی های باید با سوژه دادن به رسانه ها و دریافت بازخورد آن، زمینه تحرک بیشتر مدیریت سازمانات متبوع خود را فراهم کنند.

سیدعلی موسوی، مدیر روابط عمومی اداره کل فناوری اطلاعات و ارتباطات نیز با اشاره به اهمیت نشریات مکتوب و حمایت از آن ها، بیان کرد: هر چند حلاوت و تاثیر گذاری روزنامه های کاغذی زیاد است اما امروزه جای خود را به سایت ها و فضای مجازی داده در این خصوص باید راهکارهایی اندیشیده شود.

سیدکمال مسلمی، مدیر روابط عمومی شرکت برق منطقه ای آذربایجان نیز بر تخصصی شدن محتوای رسانه ها و تولید مطالب مخاطب محور با همکاری روابط عمومی ها تاکید کرد.

حسن اسدزاده، مدرس علوم ارتباطات اجتماعی دانشگاه های تبریز نیز در این نشست گفت: رابطه بین نهاد روابط عمومی و رسانه ها در تضاد است؛ زیرا رسانه ها به دنبال پاستوریزه و بزک کرده نشان دادن سازمان های متبوع خود هستند و رسانه ها نیز در راستای عمل به وظایف نهادینه شده خود به دنبال نقد هستند.

وی افزود: تشکیل میز مشترک روابط عمومی و رسانه در آذربایجان شرقی می تواند ما را در رسیدن این دو نهاد (رسانه و روابط عمومی) به یک نقطه مشترک و تلطیف فضای ذاتا متضاد همکاری میان این دو کمک کند.

وی اضافه کرد: البته روابط عمومی ها در تعامل با رسانه ها نباید تمایز بین رسانه های دولتی و بخش خصوصی و مسایل برخاسته از آن را فراموش کنند، زیرا خبرنگاران رسانه های دولتی از بابت تامین معاش در حد معمولی، مشکلی ندارند، اما خبرنگاران رسانه های بخش خصوصی وضعیت متفاوتی دارند.

اسدزاده ادامه داد: تمام ادارات بودجه فرهنگی دارند و می توانند به رسانه ها کمک کنند و وظیفه رسانه ها در این خصوص بسیار سنگین است.

مدرس دانشگاه های تبریز، افزایش سطح تعامل روابط عمومی و رسانه را موجب رفع بسیاری از مشکلات ناخواسته پیش آمده در حوزه تعاملات دوسویه دانست.

نادر فکورنیا، مدیر روابط عمومی آموزش و پرورش آذربایجان شرقی نیز با اشاره به نهادینه شدن جایگاه واقعی نهاد رسانه ها در چارت سازمانی و تصمیم گیری های مدیریت های مختلف، گفت: نهاد روابط عمومی امروز مانند یک آچار فرانسه عمل می کند که مدیران همه جا و همه مواقع از آن استفاده می کنند.

فکورنیا ادامه داد: واقعیت این است که یا نهاد روابط عمومی تاکنون نتوانسته به شکل احسن قدرت نمایی کند و یا مدیران از ظرفیت آن غافل مانده اند.

وحید زینالی، رئیس انجمن صنفی روزنامه نگاران آذربایجان شرقی نیز از هرج و مرج حاکم بر حوزه روابط عمومی و رسانه انتقاد کرد و گفت: این چه وضعیتی است که در یک نشست خبری که 30 نفر دعوت شده اند، بیش از 70 نفر خبرنگار شرکت می کنند.

وی اضافه کرد: متأسفانه برخی از مدیران به دنبال مالکیت رسانه ها هستند و به رسانه های خاص منابع مالی تزریق می کنند و به دنبال اداره و کنترل رسانه ها هستند.

وی افزود: روابط عمومی ها باید با این وضعیت مقابله کنند و نشست های خبری متناسب با فهرست دعوت شده ها برگزار شود.

زینالی همچنین لحاظ کردن شاخص ارتباط و پاسخگویی با رسانه در انتخابات دستگاه های برتر در جشنواره شهید رجایی همزمان با هفته دولت را خواستار شد و گفت: برخی از مدیران در تمام طول مسئولیت خود حتی یک بار نیز با رسانه ها رو در رو نمی شوند.

وی بر توجه بیشتر مدیران نهادها و سازمان ها به استفاده درست از ظرفیت رسانه ها در راستای شفاف سازی رویدادها و اتفاقات و نیز تبیین عملکردشان به افکار عمومی تأکید کرد.

رئیس انجمن صنفی روزنامه نگاران آذربایجان شرقی تشریح کرد: ما با افزایش رسانه ها مخالف نیستیم، اما بالاخره باید نظارت و آموزشی باشد تا تازه واردان به صورت ناخواسته فضای رسانه ای را خراب نکنند.

وی همچنین توزیع عادلانه و با اولویت رسانه های محلی آگهی های شرکت و نهادهای مستقر در استان را خواستار شد و افزود: پذیرفتنی نیست که بیشترین بخش آگهی های برخی سازمان ها به آن دسته از جراید سراسری و چاپ تهران اختصاص یابد که حتی دو نسخه نیز در آذربایجان شرقی خریدار ندارد.

دکتر حسن آذری، مدرس روزنامه نگاری دانشگاه های تبریز نیز آسیب شناسی تعاملات رسانه و روابط عمومی را ضروری دانست و گفت: رسانه ها در حوزه سیاستگزاری نقش ویژه ای دارند به طوری که ورود جراید به موضوع گلدکوئیست در چند سال قبل، مجلس را ناگزیر از ورود کرد.

وی با بیان اینکه کارکرد رسانه ها، نمود عینی 'سیاست در عمل' است، اظهارکرد: فعالان رسانه ای می توانند با طرح مسایل و مشلات مبتلابه جامعه، زمینه تصمیم سازی و سیاستگزاری درست را در ارتباط با آنها فراهم کنند.

وی با اشاره به اینکه روابط عمومی به دنبال مهندسی رضایت و رسانه به دنبال مهندسی نظارت است، افزود: بدیهی است که جمع شدن این دو تضادهایی را سبب می شود که تنها راه فائق آمدن بر آن رعایت اصول کار حرفه ای در هر دو نهاد رسانه و روابط عمومی است.

وی یکی از مشکلات رایج در نهاد روابط عمومی را ناآشنائی برخی از فعالان آن با رسالت و مأموریت های این نهاد دانست و گفت: بعضی ها وظیفه روابط عمومی را اطلاع رسانی می دانند در حالی که روابط عمومی بخشی از ساختار مدیریتی است که وظیفه برنامه ریزی و سیاستگزاری در سطوح بالا را دارد.

مدرس روزنامه نگاری دانشگاه های تبریز، رویکرد مدیران مبنی بر تلقی روابط عمومی به عنوان نهادی برای زدن بنر و ارتباط صرف با رسانه ها را نادرست دانست و اضافه کرد: برخی از مدیران روابط عمومی ها حتی از نظریه های اولیه حوزه روابط عمومی از قبیل 'ارتباط دو سویه و همسنگ' ناآگاهند و به آن باور ندارند و روابط عمومی را با امور عمومی اشتباه می گیرند.

وی تشریح کرد: بخش عمده روابط عمومی ها در مدیریت اطلاعات به معنای اطلاع یابی، اطلاع شناسی و اطلاع رسانی با چالش های اساسی مواجه اند.

آذری تأکید کرد: وظیفه روابط عمومی تأمین داده خام برای رسانه هاست تا آنها با توجه به خط خبری سازمانی، زاویه دید و مصالح خاص خود نسبت به تولید محتوا اقدام کنند.

وی ادامه داد: در حوزه رسانه استان نیز مشکلات اساسی داریم و اقتصاد رسانه و اقتصاد سیاسی رسانه ها با چالش مواجه اند و تسلط تعداد انگشت شماری سازمان ها و نهادها بر رسانه های کلان شهر تبریز بسیار مذموم و نپذیرفتنی است.

وی یادآوری کرد: طبق قانون دسترسی آزاد به اطلاعات، نهادها موظف به دادن اطلاعات به رسانه ها هستند هر چند این قانون استثناهایی هم دارد.

تاکید بر ضرورت راه اندازی خانه روابط عمومی به عنوان بازوی کارشناسی و مشورتی شورای هماهنگی روابط عمومی آذربایجان شرقی از مصوبات این نشست بود.

در پایان این نشست لوح سپاس، استاندار، آذربایجان، شوق، به محمد عذرا، ادا، مدد خدنگ، حمزه، اسلام، در استان، و نامسند کتاب تاریخ مطبوعات آذربایجان، اهدا شد.



پایگاه اطلاع رسانی استانداری آذربایجان شرقی



پایگاه اطلاع رسانی استانداری آذربایجان شرقی



پایگاه اطلاع رسانی استانداری آذربایجان شرقی

