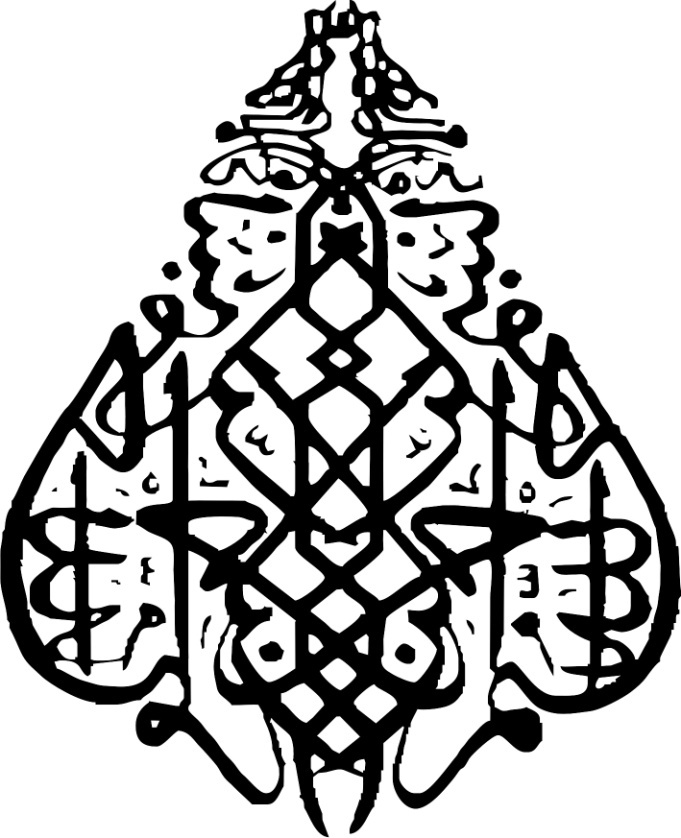
****

**تهیه‌کننده:**

**علی‌اصغر کاظم‌زاده**

**مسئول روابط عمومی و تكريم ارباب رجوع دانشكده طب سنتي**

**دانشگاه علوم پزشكي تبريز**

**زمستان: 1392**

* **مقدمه:**

روابط عمومي آئينه تمام نماي يك سيستم مي‌باشد، از تعاريف روابط عمومي مي‌توان تلاش و كوشش طراحي شده براي نفوذ در افكار عمومي از طريق عمل قابل قبول در ارتباط دو جانبه مي‌باشد.

سازمان به عنوان بستر کار روابط عمومی، با محیط بزرگتر خودش تعاملاتی دارد. این تعاملات به طور دائمی باعث می‌شود سازمان به عنوان یک سیستم زنده، بتواند خودش را در محیط پویا نگهدارد، بازخورد از محیط بگیرد و داده‌های اولیه ایکه از سیستم می‌گیرد و ستانده‌هایی که محیط از سازمان می گیرد را برای بازسازی فضای واقعی سازمان بکارگیرد. این یک نگاه سیستمی به سازمان است. در این نگاه سیستمی، شما به عنوان یک سیستم باز، نیازمند ارتباط تعامل دائم با محیط بیرون هستید. این نگاه برای یک موجود زنده و یک سیستم زنده کار کردهایی فراهم می‌کند تا در قالب این کارکردها، سازمان بتواند با محیطش تعامل منطقی برقرار کند.

* **مستندسازي در روابط عمومي:**

از جمله مسئولیت های روابط عمومی انجام مستندسازی از فعالیت ها، برنامه ها و همایش ها و .. است که این موضوع در قسمت مستندسازی روابط عمومی پیگیری می شود.  
الف- عکاسی و فیلم برداری: واحد عکس و فیلم با هدف گردآوری مستندات تصویر از مراکز، فعالیت ها و همایش ها و .. پیش بینی شده است.  
ب- جمع آوری گزارشات(دبیرخانه): گردآوری گزارشات مکتوب، تولیدات و بروشورها و .. از جمله مسئولیت های این قسمت است.

در روابط عمومي جهت بهبود عمليات مستندسازي مي‌توان الزامات سيستم‌هاي ISO از قبيل

ISO 9001-2008 (مديريت كيفيت) و... استفاده كرد كه در زمينه اجراي صحيح اين سيستم كليه مستندات قابل پيگيري و پايش مي‌باشد و خطاهايي كه در اين زمينه خواسته و يا ناخواسته توسط كارشناسان روابط عمومي انجام مي‌شود جلوگيري مي‌گردد.

* **توليد خبر:**

فعالیت روابط عمومی نباید به تولید خبر محدود شود. منظور از توليد خبر در روابط عمومي توليد دانايي و باز كردن افكار عموم در مورد موضوعات خواصي است كه در باب ميل جامعه و ايجاد فرهنگ و فرهنگ‌سازي بايد باشد.

يكي ديگر از راه‌هاي توليد خبر بايد در راستاي منشور اخلاقي سازمان و فرهنگ جامعه باشد كه مي‌توان با نوعي رنگ بخشي به تبليغات و خبرسازي در راستاي منشور اخلاقي كه باعث رخنه كردن در افكار پرسنل سازمان مي‌گردد كه اين امر هم باعث خبر سازي مي‌شود و هم اينكه كليه بندهاي منشور نيز اجرا مي‌گردد.

* **منشور اخلاقي در روابط عمومي و سازمان:**

     بیانیه ایی که مجموعه ای از ضوابط اخلاقی - اصول معنوی و ارزش های سازمانی را مطرح کرده و در راستای استاندارد نمودن رفتار اعضای سازمان با ذی نفعان به کار می رود.

     این منشور ابزاری است تا با ایجاد تعهد در کارکنان سازمان باورها و ارزش های اخلاقی را در نوع ارتباط با مشتریان درون و برون سازمانی نهادینه نماید.

* **نظرسنجي در روابط عمومي:**

از جمله ابزار روابط‌عمومی برای شناسایی نقاط قوت و ضعف سازمان و آگاهی از دیدگاه همکاران، مخاطبین و مراجعین و استفاده کنندگان از خدمات سازمان نظرسنجی است. روابط عمومی سازمان دراین راستا نظرسنجی هایی از بخش های مختلف انجام مي‌دهد که نتایج آن به واحد مربوطه ارائه شده و مورد بررسی قرار مي‌گيرد.

* **افكارسنجي:**

مسئولين روابط عمومي بايد در سازمان و جامعه نيازهاي مردم و پرسنل و چالش‌هاي بوجود آمده در سازمان را توسط نظرسنجي ها شناسايي كرد كه اين امر همان افكار سنجي مي‌باشد و در راستاي اين افكار سنجي با مستند سازي و بررسي مسائل روز و پايش مستندات و اولويت بخشيدن به مسائل بايد توليد خبر كرد و در اين زمينه‌ها بايد افكار را آماده كرد تا توسط تبليغات اين افكار را در زمينه منشورهاي اخلاقي و اجرايي سازمان و جامعه تغيير داد و مشكلات بوجود آمده را حل و فصل كرد.

مسئولين روابط عمومي انتقال پیام های رسانه ای به گروه های اجتماعی نقش واسطه ای و پرنفوذی بازی می کنند. (مسئولين روابط عمومي بايد رهبران افکار جامعه باشند و با توجه بیشتری به رسانه ها و اطلاعات دریافتی با گزینش و تغییر به دیگران ابلاغ کنند.

* **ارتباط روابط عمومي و رسانه‌ها:**

یکی از وظایف مهم و در عین حال اصلی روابط عمومی ها انعکاس اخبار و رویدادهای سازمانی به مخاطبان از طریق رسانه ها می باشد، که با توجه به حساسیت و اهمیت این امر معمولاً روابط عمومی ها در چارت خود واحدی را تحت عنوان مدیریت ارتباط با رسانه ها یا شخصی را به عنوان مسئول ارتباط با رسانه ها در چارت سازمانی خود دارند که در هر حال افراد شاغل در این واحد باید از تجربه، تخصص، درایت و آگاهی کافی نسبت به وظایف و حوزه سازمانی خود برخوردار بوده و دارای ارتباطات قوی و مؤثر باشد. بخش ارتباط با رسانه ها در هر روابط عمومی از بخش های مهم و ضروری است که بدون آن روابط عمومی از وظیفة اصلی خود دور خواهد ماند. از دیدگاهی دیگر روابط عمومی ها و رسانه ها هردو دارای ماهیتی رسانه ای هستند. هردو به دنبال تهیه، تدوین، انعکاس اخبار و گزارش رویداد ها هستند و در این فرآیند از فنون، تکنیک ها و ابزارهای مشترکی بهره می گیرند.

* **روابط عمومي الكترونيكي:**

به نوعی از روابط عمومی اطلاق می شود که در آن از ابزارهای الکترونیک نظیر سیستم پاسخگویی الکترونیک، رادیو، Voice و نظایر آن برای انجام ماموریت های روابط عمومی استفاده می شود. قرار دادن متون انتشاراتی تولید شده در روابط عمومی با همان شکل و فرمت مثلا در قالب PDF نیز در چارچوب روابط عمومی الکترونیک قرار می گیرد.

در روابط عمومی الکترونیک به جای بهره گیری از شیوه های سنتی مواجهه با مشتریان یا مخاطبان، از تکنولوژی های الکترونیکی به منظور سهولت، سرعت و فراگیری بیشتر استفاده می شود.  
در هر صورت فرآیند گام گذاشتن روابط عمومی از شکل سنتی به عرصه الکترونیک، یک جهش و گام اساسی برای ورود به دنیای مجازی Cyberspace محسوب می شود و سنگ بنای سایر فعالیت های روابط عمومی در فضای آنلاین در همین مرحله گذاشته می شود.

* **روابط عمومی دیجیتال**

شاید بتوان گفت بعد از پروسه تبدیل روابط عمومی سنتی به روابط عمومی الکترونیک، انجام فعالیت ها در چارچوب روابط عمومی دیجیتال، دومین گام بنیادی در این راستا تلقی می شود. در روابط عمومی دیجیتال متون تولیدی و محتوای مورد نظر Contents از فرمت معمولی چاپی printed به فرمت صفر و یک تبدیل و به عبارت دیگر در این حالت، صفحات pdf تبدیل به صفحات HTML می شود. در روابط عمومی دیجیتال هنوز محتواها همان محتواهای روابط عمومی سنتی هستند با این تفاوت که قابلیت جستجو (Search) و کپی مطالب به صورت Text برای مخاطب وجود دارد.  
برخی از اسناد، نامه ها، فرم ها و تقاضاها به وسیله ابزارهایی نظیر Email امکان ارسال و نقل و انتقال دارند، اما جهت فعالیت هنوز یک طرفه است؛ یعنی هنوز ارتباط فرد به فرد یا چهره به چهره در فضای سایبر، برقرار نشده است و همه چیز در یک چارچوب به شدت بوروکراتیک و مطابق ضوابط حاکم بر فضای رسمی و اداری روابط عمومی ها صورت می گیرد.

* **روابط عمومی آنلاین**

در این مرحله، روابط عمومی گامی بلند و شتابان به سمت تحول ماهیت فرآیندهای روابط عمومی برمی دارد. با آنلاین شدن روابط عمومی، خدمات به صورت شبانه روزی در اختیار مخاطب و مشتری قرار می گیرد. برای رسانه های مبتنی بر web اعتبار قائل می شود، خبردهی و خبریابی مبتنی بر فضای وب مرسوم می شود، اخبار روابط عمومی علاوه بر رسانه های مکتوب printed Media و رسانه های صوتی و تصویری، برای رسانه های آنلاین و اینترنتی نیز ارسال می شود، همایش های خبری آنلاین برگزار می شود، امکان انتشار همزمان مصاحبه ها و گفتگوهای زنده روی اینترنت فراهم می شود، تکذیبیه ها و پاسخ های رسمی برای نشریه های الکترونیکی، سایت ها، وبلاگ ها، روزنت ها و خبرگزاری های اینترنتی فرستاده می شود و به طور کلی روابط عمومی آنلاین نسبت به محتوای تولید شده در اینترنت عکس العمل نشان می دهد.  
همچنین شرکت در چت روم ها (chatrooms) و ارسال نامه ها از طریق پست الکترونیکی جدی گرفته می شود و وب سایت سازمانی فعال می شود.

* **تشكيل كميته همفكري در روابط عمومي: (پيشنهاد)**

از بين كليه مسئولين روابط عمومي در سازمان افراد با تجربه و خلاق و با شناخت علمي در عرصه روابط عمومي مي‌‌توان در غالب همفكري براي تدوين هرچه بهتر برنامه ها از اين افراد استفاده كرد و اين افراد مي‌توانند پل ارتباطي بين سازمان و ساير مراكز تابعه باشند.

* **فعالیت های فوق برنامه: (پيشنهاد)**

حفظ سلامت، افزایش نشاط و تقویت انسجام سازمانی و ارتقای آگاهی های فردی و گروهی، حفظ و تقویت روحیه جهادی و انتقال این میراث ارزشمند که بر ارزش های ایمانی و اخلاقی استوار است، از جمله ماموریت های روایط عمومی است که در این راستا برنامه های متعددی پیش بینی و اجرا می گردد.

-1 برگزاری اردوها   
2- برگزاری کارگاه های آموزشی و جلسات سخنرانی

3- استفاده بهينه از مراكز رفاهي فرهنگي و تفريحي و ورزشي براي كاركنان، اساتيد و حتي دانشجويان

* **نكته: (پيشنهاد)**

از الزامات سيستم مديريت كيفيت ISO 9001-2008 مي‌توان براي بهبود سيستم و علمي تر كردن راهكارها و سيستماتيك كردن كليه مسائل از اين استاندارد و يا ساير استانداردهاي موجود استفاده كرد.