گفت‌وگوی پاسارگاد با مدیر روابط‌عمومی فرمانداری سیرجان

وظیفه روابط‌عمومی‌ها تعریف از مدیران نیست

■ گروه خبر

«مدیران سازمان‌ها اعتقادی به روابط‌عمومی ندارند و معمولا به اصطلاح «بی‌کارترین» آدم را در پست روابط‌عمومی می‌گذارند» این را علیرضا پوررضاقلی مدیر روابط‌عمومی فرمانداری سیرجان می‌گوید. او که به مناسبت روز جهانی روابط‌عمومی مقابل مادر نشریه پاسارگاد نشسته است از این شغل و سختی‌هایش می‌گوید. اینکه در سیرجان اغلب افراد در روابط‌عمومی علاقه‌ای به این کار ندارند و برخی از مدیران هم دانشی نسبت به این شغل ندارند و همین باعث مشکلاتی در ادارات شده است.

■ تعریف روابط‌عمومی چیست؟ و سابقه تشکیل آن به کی برمی‌گردد؟

اگر بخواهیم به این موضوع بپردازیم، خودش موضوع مفصلی است و شاید هم از حوصله خوانندگان خارج باشد. بحث روابط‌عمومی بحث تقریبا جدیدی است و برای اولین‌بار در ایران در صنعت نفت شکل گرفت. عمر تشکیل روابط‌عمومی در ایران نیز به حدود ۶۰-۷۰ سال پیش برمی‌گردد. حتی رشته‌ی علوم ارتباطات که روابط‌عمومی زیرمجموعه‌اش است، تقریبا ۴۰-۵۰ سال بیشتر نیست که در ایران راه افتاده و در واقع رشته‌ی نوپایی است. در دنیا خیلی قبل‌تر از ما به اهمیت و ضرورت این موضوع پی بردند. اگر بخواهم از اهمیت وضرورت روابط‌عمومی بگویم همین بس که علمای علوم ارتباطات و کارشناسان همیشه تاکید دارند که روابط‌عمومی هر سازمان و اداره‌ای چشم بینا، قلب تپنده، صف اول، ویترین آن سازمان است و این نشان می‌دهد روابط‌عمومی نقش مهمی در سازمان‌ها دارد. در واقع روابط‌عمومی یک پل ارتباطی بین مردم و سازمان است و این پل ارتباطی خیلی مهم است. یک روابط‌عمومی خوب تلاش می‌کند تا یک ارتباط دوطرفه برقرار شود و اگر روابط‌عمومی در سازمان نباشد، هیچ‌وقت این رابطه‌ی دوطرفه برقرار نمی‌شود. اگر هم برقرار شود مطمئن باشید رابطه معیوب است.

■ علی‌رغم اینکه همه ادارات ما روابط‌عمومی دارند، این پل ارتباطی هنوز بین مردم و ادارات به وجود نیامده است، این مشکل ناشی از چیست؟

مشکل اصلی این است که فردی مسئول روابط‌عمومی آن سازمان است که به حیطه اختیارات خودش اشراف ندارد و در واقع دانش این کار را ندارد. دلیلش هم این است که در راس آن سازمان مدیر اعتقاد و اطلاعات جامعی درباره روابط‌عمومی ندارد. بنابراین می‌آید به اصطلاح «بی‌کارترین» آدم را در پست روابط‌عمومی می‌گذارد. وقتی کسی بدون دانش وارد روابط‌عمومی می‌شود، تصورش از روابط‌عمومی در حد چیزهای بدیهی و ابتدایی مثل نصب بنر، خیرمقدم گفتن، برگزاری جشن و... است. در صورتی که این کارها وظیفه ثانوی روابط‌عمومی‌هاست. اگر روابط‌عمومی خوب کار کند مردم و خود سازمان مشکلات‌شان کمتر می‌شود.

■ فهم پایین روابط‌عمومی‌ها چه آسیب‌هایی به ادارات وارد می‌کند؟

یک بحثی در روابط‌عمومی‌ها هست که می‌گوید حتی سازمان‌ها و شرکت‌هایی که کار تولیدی انجام می‌دهند و محصول‌شان را پیش‌فروش کردند، حتی آن‌ها هم اگر فکر کنند نیاز به روابط‌عمومی ندارند سخت در اشتباه هستند، چه برسد به سازمانی که مدام با مردم در تعامل هستند و به نوعی خدمت ارایه می‌دهند. بزرگ‌ترین ضربه را هم خود مدیر می‌خورد که زمانی متوجه می‌شود که کار از کار گذشته است. چون وقتی که یک مدیر دارد کار می‌کند ولی روابط‌عمومی‌اش نتواند ارتباط لازم را برقرار کند و بازخوردها را به آن مدیر نگوید، شاید رییس اداره یا سازمان دارد در حوزه‌ای کار می‌کند که خواسته و مطالبه مردم نیست. اگر روابط‌عمومی بتواند خوب کار کند می‌تواند بیاید بگوید آقای رییس در این حوزه مردم خیلی مشکل ندارند و مشکل مردم در فلان حوزه است. روابط‌عمومی‌ها هم زمانی می‌توانند چنین اطلاعاتی داشته باشند که با مردم در ارتباط باشند و بتوانند از ابزارهایی که در دست‌شان هست استفاده کنند.

■ بنظرتان در سیرجان روابط‌عمومی‌ها چقدر از دانش این پست بهره برده و توانسته‌اند این تعامل را شکل دهند؟

ما اگر بخواهیم نگاه آکادمیک داشته باشیم در کل ادارات و سازمان‌ها، شاید به اندازه انگشتان دست هم نرسد تعداد افرادی که واقعا سواد حوزه ارتباطات و روابط‌عمومی را دارند. به نظر من مدرک دانشگاهی خیلی مهم نیست چون از قدیم گفته‌اند تجربه پدر علم است. خیلی‌ها هستند که در زمینه روابط‌عمومی تحصیلات ندارند ولی تجربه‌ی این کار را دارند. یعنی به دلیل تجربیاتی که داشتند، به اندازه کسانی که در این حوزه مدرک دارند می‌توانند کار کنند. ولی اگر کسی پیدا شود که هم تحصیلاتش در این حوزه باشد و هم تجربه کاری داشته باشد، آن دیگر نور علی نور است. در سیرجان فقط یکی دو نفر هستند که این ویژگی‌ها را با هم دارند.

■ به نظر می‌آید خود مدیران هم فهم درستی از روابط‌عمومی ندارند و برای همین بها داده نمی‌شود؟

دقیقا مشکل از همین جا شروع می‌شود. در هر سازمان و مجموعه‌ای راس آن مهم است. بالاخره تفکرات، سیاست‌ها، دستورالعمل‌هایی که دارد اجرا می‌شود از راس آن مجموعه می‌آید. وقتی راس مجموعه هیچ شناختی نداشته باشد و برایش روابط‌عمومی مهم نباشد و اطلاعاتش در این زمینه زیاد نباشد، روابط‌عمومی هم ضربه می‌خورد. مثلا سازمانی با یک بحران مواجه می‌شود اما اگر روابط‌عمومی درست عمل کند، آن بحران اصلا ایجاد نمی‌شود یا حتی اگر ایجاد شود روابط‌عمومی می‌تواند آن را مدیریت کند. ما گاهی اوقات در دل بحران، بحران داریم. یعنی یک اتفاقی می‌افتد و چون سواد و تجربه نداریم که با این بحران چگونه برخورد کنیم، جوری عمل می‌کنیم که اثرات آن تشدید می‌شود. نقش روابط‌عمومی‌ها در زمینه بحران خیلی مهم است و این یکی از وظایف روابط‌عمومی‌هاست.

■ شما گفتید خیلی از روابط‌عمومی‌ها در سیرجان تحصیلات آکادمیک ندارند، آیا برای ارتقای سطح علمی‌شان کلاس آموزشی گذاشته می‌شود؟

یک عده که بر حسب علاقه در چنین دوره‌هایی که در شهرهای دیگر تشکیل می‌شود شرکت می‌کنند. چون طرف علاقه دارد به صورت شخصی شرکت می‌کند و گاهی اوقات مدیران هم موافق نیستند و هزینه دوره را نمی‌دهند و طرف باید از جیب‌اش هزینه را بدهد. گاهی سازمان مدیریت یا بخش آموزش استانداری چنین دوره‌هایی می‌گذارد و معمولا من ندیدیم روابط‌عمومی‌ها راغب باشند در این دوره‌ها شرکت کنند یا مدیر، روابط‌عمومی‌اش را ملزم کند که در این دوره شرکت کند. در حالی که بحث آموزش یکی از نقاط ضعف روابط‌عمومی‌هاست. البته در مقاطعی با همکاری سازمان‌های غیردولتی مثل گل‌گهر و شرکت‌های منطقه گل‌گهر دوره‌های کوتاه‌مدتی گذاشته شد و خوب هم بود ولی این‌ها باید تداوم داشته و هدفمند باشند.

■ در سیرجان اغلب شاهد حضور خبرنگاران در پست‌های روابط‌عمومی هستیم. این برای روابط‌عمومی‌ها نقطه ضعف محسوب می‌شود یا نقطه قوت؟

این نقطه ضعف و ایرادی نیست که بگوییم چرا یک خبرنگار مدیر روابط‌عمومی شده است. چون روابط‌عمومی یکی از کارهایش کار با رسانه است، باید یک مسئول روابط‌عمومی با اصول خبرنویسی و روزنامه‌نگاری آشنا باشد و چه بهتر که خبرنگار باشد و کار روزنامه‌نگاری کرده باشد. این خیلی به مدیر روابط‌عمومی کمک می‌کند. چون رسانه و روابط‌عمومی همیشه در ارتباط با هم بودند و بیشترین ارتباط را این دو حوزه با هم دارند. زمانی که یک خبرنگار بیاید و در حوزه روابط‌عمومی کار کند، مسلما تنگناها و محدودیت‌های رسانه را درک می‌کند و از آن طرف هم می‌داند چقدر این ارتباط مهم است و می‌تواند کمک کند.

■ با این حال همیشه بین رسانه‌ها و روابط‌عمومی‌ها چالش وجود داشته است، به نظرتان مهم‌ترین چالش چیست؟

همین عدم ارتباط؛ وقتی همدیگر را درک نمی‌کنند یعنی روابط‌عمومی رسانه را درک نمی‌کند و از آن طرف رسانه روابط‌عمومی را درک نمی‌کند. اگر این ارتباط خوب برقرار می‌شد، خیلی از مشکلات هم حل بود و خیلی بهتر می‌توانستیم به جامعه کمک کنیم. چون هر دو گروه در واقع یک هدف را دنبال می‌کنند که آن هم برداشتن مشکلات از پیش پای مردم است..

■ فکر نمی‌کنید روابط‌عمومی بعضی ادارات خودشان را تافته جدابافته می‌دانند و همکاری لازم را با نشریات و مردم ندارند؟

وقتی کسی مسئولیت روابط‌عمومی را می‌پذیرد، اگر به وظایف و جایگاه روابط‌عمومی اشراف نداشته باشد و سواد این کار را هم نداشته باشد، این مشکلات پیش می‌آید. در واقع آنچه که به ذهن خودش می‌رسد، می‌خواهد آن را در سازمانش جاری و ساری کند. فکر نمی‌کند این چیزی که الان در ذهن خودش می‌گذرد، شاید با دستورالعمل‌ها و آیین‌نامه‌ها و اصول روابط‌عمومی مغایر باشد. فکر می‌کند چون این او را گذاشته‌اند روابط‌عمومی او دیگر عقل کل است و هرچه خودش می‌گوید، درست است. اگر مسئولیت روابط‌عمومی را به من دادند، باید ببینم تجربه چه می‌گوید، دنیای علم چه می‌گوید، دانش روابط‌عمومی چه‌می‌گوید. اینجا باید پنهان‌کاری کنم یا شفاف‌سازی؟ اینجا باید مدیر را در معرض رسانه‌ها قرار بدهم یا پنهانش کنم؟ اینکه بیایم اطلاعات غلط به مدیرم بدهم و بگوییم همه می‌گویند به‌به و چه‌چه و شما عالی کار کردی و او هم به همین روند غلطش ادامه بدهد درست نیست. باید بدانم اگر بیایم حقایق را صادقانه بگویم. به او بگویم اینکه شما در این حوزه که این کارها را انجام دادید اما بهتر بود در فلان حوزه انجام شود و مردم توقع و مطالبه‌شان چیز دیگری است. البته همه‌ی اینها برمی‌گردد به همان عدم دانشی که روابط‌عمومی‌ها دارند. یک موقعی ما آن‌قدر عقب عقب می‌رویم که از پشت می‌افتیم و یک زمانی آن‌قدر جلو می‌رویم که از این طرف می‌افتیم. وقتی می‌گوییم ارتباط دوسویه یعنی؛ هم مردم با مسئولان ارتباط داشته باشند و هم مسئولان با مردم. ما گاهی این کانال را یک‌طرفه می‌کنیم. یعنی می‌آییم اطلاعات مردم را به مسئولان می‌دهیم اما اطلاعات مسئولان را به مردم نمی‌دهیم. گاهی روابط‌عمومی‌ها آن‌قدر با مدیران‌شان راحت نیستند که بتوانند حرف‌شان را بزنند و همیشه بله‌قربان‌گو نباشند و بگویند شما دارید اشتباه می‌کنید و مردم راضی نیستند.

■ قبول دارید بعضی از روابط‌عمومی‌ها محتاط‌اند و اهل شفاف‌سازی نیستند و اطلاعات را پنهان می‌کنند؟

چون درک درستی از شغل روابط‌عمومی ندارند. اگر مدیر روابط‌عمومی صادقانه و بر مبنای اصول اخلاقی و اصل شفاف‌سازی عمل کند، در درازمدت باعث ایجاد اعتماد عمومی می‌شود. وقتی اعتماد به وجود بیاید شما آن سرمایه اجتماعی را به دست می‌آورید. مردم دیگر شما را قبول دارند و به شما ایمان دارند و فردا اگر کمکی هم بخواهید می‌آیند در کنارتان می‌ایستند. اما وقتی شما پنهان‌کاری کردید و اطلاعات ندادید، هیچ موقع نمی‌توانید همراهی مردم را داشته باشید.

■ علیرضا پوررضاقلی از چه سالی کار در روابط‌عمومی‌ها را شروع کرد و چه شد که از روابط‌عمومی باشگاه گل‌گهر به روابط‌عمومی فرمانداری آمد؟

من از سال ۸۴ وارد باشگاه گل‌گهر شدم و یک‌سال و نیم در کانون هواداران بودم. این‌قدر عاشقانه و صادقانه کار کردیم که خودشان پیشنهاد دادند برویم توی روابط‌عمومی کمک بدهیم. آن زمان عباس ایران‌نژاد مدیر من در روابط‌عمومی بود و تا سال ۸۸ من کارشناس روابط‌عمومی بودم. بعد که عباس ایران‌نژاد به گل‌گهر رفت، من مسئولیت روابط‌عمومی باشگاه را تا سال ۹۴ بر عهده گرفتم تا اینکه از فرمانداری به من پیشنهاد دادند و گفتند ما یک نیرو برای روابط‌عمومی می‌خواهیم. آن زمان آقای آتشی‌پور مدیر روابط عمومی فرمانداری بود که بنا به دلایلی گفت نمی‌توانم همکاری‌ام را ادامه دهم و من را به فرماندار وقت آقای مکی‌آبادی پیشنهاد داد. آقای آتشی‌پور با من صحبت کرد و من هم با چندتا از دوستان مشورت کردم. علی‌رغم اینکه اکثرا گفتند توی فرمانداری به دلیل یک سری محدودیت‌ها نمی‌توانی کار کنی ولی باز خودم سبک و سنگین کردم و به این نتیجه رسیدم که می‌توانم کار کنم و از ۱۱ مهر ۹۴ کارم را شروع کردم. یک نکته دیگر هم بگوییم؛ در سال ۸۶ قبل از اینکه اولین شماره پاسارگاد چاپ شود، سردبیر پاسارگاد آقای محمودآبادی از من خواست که در حوزه ورزشی مطلب بنویسم. من از سال ۸۴ وارد باشگاه شده بودم اما همکاری من با پاسارگاد از سال ۸۶ آغاز شد یعنی دو سال بعد از ورودم به باشگاه، اما خیلی‌ها تصور می‌کردند که من به واسطه ورزشی‌نویسی پایم به باشگاه باز شده است.

■ در این مدتی که در حوزه روابط‌عمومی کار می‌کنید چه چالش‌ها و مشکلاتی سر راه‌تان بود؟

من خوشبختانه از همان اول مدیران خوبی داشتم. چهار مدیر را در باشگاه تجربه کردم؛ آقایان ایران‌نژاد، کشاورز، رادفر، جواهری و دوتا مدیر هم در فرمانداری. از شانس من همه خودشان دستی بر آتش داشتند و از حوزه روابط‌عمومی مطلع بودند. این بود که خیلی از چیزها برایم آسان بود. واقعا اگر یکی از این مدیران آشنایی نداشت، کار من خیلی سخت می‌شد. در کل حوزه باشگاه با فرمانداری خیلی تفاوت دارد. در فرمانداری مسئولیت بیشتر و سنگین‌تر است. حوزه کاری وسیع‌تر است و همه حوزه‌ها را در برمی‌گیرد. ولی در باشگاه حوزه کاری فقط در حیطه ورزش است و آنجا خیلی حساسیت وجود ندارد. مثلا در ورزش اگر بنری را اشتباه بزنیم و به جای مقام دوم بنویسیم مقام سوم اتفاقی نمی‌افتد اما در فرمانداری امان از روزی که در حوزه سیاسی پست یک مدیری را اشتباه بنویسی یا اتفاقی نیفتاده و شما بنویسی اتفاق افتاده و... این‌ها خیلی حساسیت را زیاد می‌کند.

■ در روابط‌عمومی فرمانداری یک سری انتقادات از سوی بعضی نشریات و خبرنگاران به شما می‌شد مثلا فلان جلسه ما را خبر نکردند، یا در زمان انتخابات انتقاداتی وارد شد. نظرتان چیست؟

اولا هیچ‌کس نمی‌تواند ادعا کند که کامل است و هیچ نقطه‌ضعفی ندارد و همه چیز را می‌داند. من هیچ ادعایی ندارم که کارم عالی بوده و هیچ نقطه‌ضعفی نداشته‌ام ولی این ادعا را دارم که کم‌کاری نکردم و تا جایی که در توانم بوده، کار کردم. اگر از من بپرسند در کارنامه کاری‌ات یک نقطه مثبت را بگو، یکی از نقاط مثبت برای خودم انتخابات است. برای اولین بار خبرنگاران را داخل فرمانداری بردیم، امکانات برای‌شان فراهم کردیم، اینترنت در اختیارشان قرار دادیم. وقتی فاصله فیزیکی با محل برگزاری انتخابات کم شد، در جو برگزاری قرار گرفتند. در تمام جلسات من خودم نماینده خبرنگاران بودم و هرچه خبر بود بلافاصله به خبرنگاران اطلاع می‌دادیم. این‌ها در حالی بود که پیش از من و در تمام ادوار انتخابات هیچ خبرنگاری حتی اجازه حضور در حیاط فرمانداری را هم نداشت. حداقل در سه سال اول حضورم در فرمانداری برای خبرنگاران و روابط‌عمومی‌های شهرستان کارهایی را کردم که الان خاطره هست و همه از آنها به نیکی یاد می‌کنند.

■ شنیده شده با تغییر فرماندار، تغییراتی هم در فرمانداری شروع شده است. این تغییرات شامل شما هم می‌شود؟

در هر سازمانی تصمیم‌گیرنده راس آن مجموعه است. این موضوع از اختیارات فرماندار است که بخواهد از من استفاده کند یا نه! و من با کمال میل به نظر ایشان احترام می‌گذارم.

■ اگر در فرمانداری ماندگار بودید اولویت کاری‌تان چیست؟

من با آقای محمودآبادی صحبت کردم. ایشان خیلی به حوزه روابط‌عمومی اشراف دارد. چون سال‌ها در این حوزه‌ها فعالیت کرده است و یک‌سری توقعاتی دارد و می‌خواهد خیلی بهتر از این عمل کنیم و همه این‌ها به امکاناتی نیاز دارد. گفتم باید یک‌سری حداقل‌ها برای هر کاری وجود داشته باشد. ما در بحث امکانات و نیروی انسانی کمبود داریم و ایشان قول دادند که در این زمینه‌ها مشکل نخواهید داشت. در کل اولویت من امسال ارتباط بیشتر با رسانه‌هاست. اینکه نگاه ویژه‌ای به این قسمت داشته باشیم و افکارسنجی کنیم تا ببینیم مطالبات مردم چیست.

■ هیچ‌وقت از شغل روابط‌عمومی خسته شدید؟

واقعیتش روابط‌عمومی خیلی استرس دارد و تا الان خیلی اذیت شدم. بعضی افراد هستند از لحاظ ذاتی بی‌خیال هستند و حساسیت زیادی ندارند اما من برعکس هستم. مثلا وقتی داریم همایشی برگزار می‌کنیم اگر سیستم صوتی کوچک‌ترین صدایی بدهد ناراحت می‌شوم. این چیزها اذیتم می‌کنند.

■ پیشنهادتان برای بهتر شدن عملکرد روابط‌عمومی‌ها در سیرجان چیست؟

بحث آموزش خیلی مهم است آموزشی که هدفمند و مستمر باشد. البته اقبال عمومی از سوی روابط‌عمومی‌ها وجود ندارد. به دلیل اینکه طرف به حوزه روابط‌عمومی علاقه نداشته و فقط از سر اجبار این پست را به او دادند. به نظرم اگر مدیران دقت می‌کردند و افراد علاقه‌مند را می‌گذاشتند، آنها خودشان دنبال آموزش می‌رفتند.

سرمقاله

شاید گره خورد

■ رضا مسلمی‌زاده

برجام که به بلای ترامپ گرفتار آمد و بدفرجام شد، مخالفان داخلی‌اش همپای بیگانگان و اپوزسیون خارجی به رقص آمدند که بزرگ‌ترین دستاورد دولت اعتدال‌گرایان نقش بر آب شده است. ایشان که از منافع ملی درک چندانی ندارند، در روزهای پرالتهاب کنونی حرف‌هایی می‌زنند که عاقلان را به شگفتی انداخته. هرچند که ناظران از این بر سر شاخ نشسته و بن بریدن این جماعت کم ندیده‌اند. دریغا که هزینه این گفتار و کردار ناپسند از منافع ملی پرداخت می‌شود و جان و مال طبقات محروم و بی‌پناه را بازیچه می‌کند.

برجام بنا به گفته‌ی تهیه‌کنندگان و امضاکنندگان آن، بخش نانوشته‌یی داشت که از آن به عنوان «روح برجام» یاد می‌شد. بی‌توجهی به این ویژگی جز کالبدی بی‌روح، چیزی باقی نمی‌گذاشت اما تفسیر و توقع متفاوت طرف‌های اصلی این قرارداد، از همان روزهای نخست شکل‌گیری‌اش به موضوعی مناقشه‌برانگیز بدل شد که گاه و بی‌گاه روح برجام را آشفته می‌ساخت.

با روی کارآمدن پوپولیست‌های راستگرا در امریکا، روح آشفته و سرگردان از کالبد برجام رخت بربست، حتا پیش از آنکه ترامپ رسما خروج دولتش از آن را اعلام کند. تلاش اروپایی‌ها که واسطه‌ی اصلی این معامله‌ی دیپلماتیک بودند نیز نتوانست آن روح زتن رفته را به تن بازرساند و برجام به پیکره‌ای بدل گشت که تنها نشانه‌ی حیات آن به لطف پایبندی طرف ایرانی، تنفسی بود که نمونه‌اش را معمولا در بیماران مرگ مغزی سراغ داریم.

ایران از یک سال پیش و پس از خروج امریکا از برجام در کالبدی می‌دمید که جز حمایت لفظی اروپاییان و اندک همراهی چین و روسیه، خاصیتی بر آن متصور نبود، هرچند سند و نشانه‌ی محکمی از یکجانبه‌گرایی و زورگویی امریکا و اثبات حقانیت و مظلومیت ایران در عرصه‌ی بین‌المللی است اما با توقع ملت ایران که «چرخش توامان سانتریفیوژها و چرخ زندگی مردم» بود، فرسنگ‌ها فاصله دارد.

حالا همزمان با شاخ‌وشانه کشیدن‌های امریکا، نشانه‌های تازه‌ای از تحرک در دیپلماسی ایران به چشم می‌خورد که حیات نباتی برجام را در مخاطره افکنده است. دیگ برجام اگر قرار است برای ما نجوشد، دیگر مهم نیست داخلش چه باشد و تلاش برای حفظ آن در شرایطی که دولت ترامپ هر روز خرش را درازتر می‌بندد، صرفه‌ی سیاسی هم ندارد و ای بسا اصرار بر حفظ آن می‌تواند نشانه‌ی ضعف و استیصال سیاسی و دیپلماسی قلمداد شود.

رفتار دوگانه‌ی ترامپ که از یک سو بر طبل تحریم می‌کوبد و از سوی دیگه شماره تلفن می‌فرستد، نشان می‌دهد که مخالفت او با برجام، بیش از آن که مبتنی بر یک سیاست استراتژیک باشد، ریشه در مخالفتش با میراث و سیاست‌های باراک اوباما دارد. او در همان نطق‌های انتخاباتی هم برجام را قراردادی ننگین می‌دانست و معتقد بود با پاره‌کردنش می‌تواند قرارداد بهتری با ایران ببندد. ترامپ در آرزوی بستن قراردادی بهتر از برجام و گرفتن ژست پیروزمندانه مقابل دوربین‌ها، به دام جنگ‌طلبانی افتاده است که فروپاشی نظام سیاسی ایران رویای دیرینه‌شان است. ای کاش مشاورانش به وی می‌فهماندند با تکیه بر موشک و ناو و هواپیما نمی‌توان میز خوبی برای مذاکره مهیا کرد و عزت ملی مردم ایران قابل معامله و مذاکره نیست.

در این روزهای پرالتهاب، گوشه‌ای نشستن و محافظه‌کارانه به اوضاع نگریستن، اگرچه معقولانه‌ترین کنش به نظر می‌رسد اما از آنجا که فاقد عنصر مسئولیت‌پذیری است، محکوم است. انسان نظاره‌گر بخشی از انسانیت خویش را وامی‌نهد تا با آن عافیت بخرد.

خبر

اعطای تسهیلات بیمه‌ای به ناوگان حمل و نقل درون شهری

مدیرعامل سازمان حمل و نقل بار و مسافر شهرداری سیرجان از اعطای تسهیلات ۳۰ میلیونی بیمه به ناوگان تحت پوشش این سازمان خبر داد.

به گزارش واحد خبر مدیریت ارتباطات شهرداری سیرجان، رضا یوسفی در این باره افزود: با توجه به پیگیری‌ها و هماهنگی‌های انجام‌شده با اتحادیه تاکسیرانی و اتحادیه اتوبوسرانی شهری کشور و بیمه دانا و بانک قرض‌الحسنه مهر ایران، کلیه رانندگان تحت پوشش این سازمان شامل تاکسی درون شهری، خودروهای آژانس دارای کارت آژانس، وانت بارهای دارای کارت تاکسیرانی، مینی‌بوس‌ها و اتوبوس‌های درون‌شهری و همچنین کلیه ناوگان دیزلی درون شهری دارای پروانه فعالیت می‌توانند تا سقف ۳۰ میلیون ریال از تسهیلات بیمه‌ای از جمله بیمه شخص ثالث، بیمه بدنه، بیمه آتش‌سوزی منازل مسکونی، بیمه عمر و حوادث، به صورت اقساط ۱۲ ماهه بدون پیش‌پرداخت و بدون بهره تا پایان سال جاری استفاده کنند.

وی افزود: متقاضیان می‌توانند با دریافت معرفی‌نامه از سازمان حمل و نقل بار و مسافر، به شعبه بیمه مورد نظر مراجعه و از خدمات بیمه‌ای استفاده کنند.

مدیرعامل سازمان حمل و نقل بار و مسافر شهرداری سیرجان تصریح کرد: کلیه خودروهای مذکور باید تحت مدیریت سازمان بوده و کارت تاکسیرانی یا پروانه بهره‌برداری از این سازمان را داشته باشند و همچنین امکان ثبت اطلاعات در مورد بیمه تکمیلی درمان نیز وجود دارد.

رضا یوسفی افزود: رانندگان آژانس و تاکسی درون‌شهری جهت ثبت اطلاعات می‌توانند به سامانه Irtusan.ir و رانندگان اتوبوس، مینی‌بوس، کامیون و ناوگان دیزل شهری به سایت bimeh.uicb.ir مراجعه کنند. وی همچنین در خصوص بیمه مسئولیت رانندگان بار درون‌شهری بیان کرد: رانندگانی که بار درون‌شهری خود را در سامانه www.baarbang.ir در قسمت حقیقی ثبت می‌کنند، می‌توانند گزینه بیمه را انتخاب کرده تا از خدمات بیمه مسئولیت رانندگان بار شهری در قبال خطرات احتمالی حمل ونقل بهره‌مند شوند.

اجرای طرح فرهنگسازی تفکیک زباله

مدیر سازمان پسماند شهرداری سیرجان از اجرای طرح آموزش و فرهنگ‌سازی تفکیک زباله با مشارکت مدیریت ارتباطات شهرداری در دبستان‌های شهر سیرجان خبر داد.

علی رضایی در گفت‌وگو با واحد خبر مدیریت ارتباطات شهرداری سیرجان، گفت: اجرای طرح‌های انضباطی از جمله طرح پسماند از موضوعات مهم و به روز شهر است که در راستای فرهنگ‌سازی طرح تفکیک زباله از مبدا فردا در تعدادی از مدارس مقطع ابتدایی اجرا می‌شود.

وی با بیان اینکه اگر زباله‌های خشک و تر از مبدا جدا شود، بسیاری از هزینه‌ها کاهش می‌یابد، افزود: این مهم با همکاری مدیریت ارتباطات و آموزش از منازل و مدارس و اطلاع‌رسانی میسر می‌شود.

مدیر سازمان پسماند شهرداری سیرجان تفکیک زباله را اقدامی در راستای حفظ منابع ملی دانست و افزود: تفکیک زباله از مبدا علاوه بر کارآفرینی موجب افزایش درآمدهای پایدار شهری می‌شود که در این راستا باید از تمام ظرفیت‌های شهروندی برای اجرای طرح تفکیک زباله استفاده کرد.

علی رضایی با تاکید بر اجرای صحیح الگوی مصرف با تفکیک زباله از مبدا که منجر به کاهش میزان زباله‌های شهر می‌شود، اظهار کرد: با تفکیک می‌توان مواد آلی زباله‌ها را به کود کمپوست برای کشاورزی تبدیل کرد.

همچنین در ادامه سرپرست مدیریت ارتباطات شهرداری سیرجان با تاکید بر نقش مهم و ارزشمند رسانه‌ها و اطلاع‌رسانی در حوزه مشارکت شهروندی و نیز کاهش تولید زباله و تفکیک از مبدا گفت: آموزش و اطلاع‌رسانی در فرهنگ‌سازی جامعه برای تفکیک زباله از مبدا نقش تاثیرگذاری دارد.

مهدی طیبی افزود: بدون شک مجموعه مدیریت ارتباطات شهرداری سیرجان با رویکرد جدید و در راستای اجرای فعالیت‌های آموزشی و فرهنگ‌سازی با مشارکت شهروندان اقدام خواهد کرد

روی خط

پیامک: ۳۰۰۰۹۹۰۰۴۸۰۶

شماره تلگرام پاسارگاد: ۰۹۲۱۷۵۱۹۲۹۰

■ یکی از مسئولان گفته گرانی ربطی به تحریم‌ها ندارد، این همان چیزی است که همه ملت مدت‌ها به آن پرداخته‌اند فقط دلیلش می‌تواند: ۱.خودشما مسئولان باشید که نتوانسته‌اید توازون بین صادرات و واردات برقرار کنید ۲. عدم نظارت کافی درتوزیع عادلانه مایحتاج مردم ۳. عدم برخوردبا گرانفروشان ۴. عدم تعادل بین گرانی‌ها و افزایش حقوق کارمندان ۵. عدم هماهنگی مسئولان در تصمیماتی که می‌گیرند۶. از همه مهمتر نبوداقتصاددان مجرب دربدنه دولت ۰۱۱۴

■ شهردار محترم، موزاییک‌های خیابان مولوی، خیام ولیعصر هنوز کار نگذاشتن کنده شدن، یک موزاییک باید یک ماه کار کنه یا چند سال لطفا بیشتر نظارت کنین بر کار پیمانکارها، حیف زحمت کشیدن شما و همکارهایتان ممنون. ۴۷۲۹

■ صدای ما کسبه شهر را به گوش نماینده سیرجان برسانید فروشگاهای زنجیره‌ای کاسبی ما راکساد کرده تکلیف ماچیست؟ از فرماندار جدید سیرجان هم تقاضاداریم فکری به حال ما کسبه شهر بکنند چون هرکجای شهر یک فروشگاه زنجیره‌ای هست یا دارد باز می‌شود. ۵۴۲۸

■ سلام از همسایگان و کسبه‌ی بلوار دکتر صادقی همجوار افق کوروش هستیم فروشگاه زنجیره‌ای باید پارکینگ داشته باشد. جلوی فروشگاه جای پارک نیست و مزاحمت برای ما ایجاد کرده است. خواهشمند است مسئولان رسیدگی کنند.۷۵۶۲

■ به گوش مسئولان دولت برسانید چرا به داد مردم فقیر و بی‌بضاعت آن هم روستاییان نمی‌رسندتا کی مردم باید این گرانی‌ها را تحمل کنند؟۲۰۵۲

■ اصولگراواصلاح‌طلب، تندرو، میانه‌رو فقط بازی با کلمات بوده که از تنور هیچ کدام‌شان چیزی عایدمردم‌نشده، هیچکدام‌دردومشکلات کارمند و کارگر را لمس نکرده اند و به فکررفع مشکلات آنهانبوده‌اندونیستند بلکه‌سال‌به‌سال‌وضعیت معیشت آنهابدترهم‌شده‌فقط تاتوانسته‌اندشعار داده اند ولی عملگرا نبوده اند، پس درانتخابات مجلس و ریاست جمهوری عاقلانه تصمیم بگیریدوگول زبون‌بازی و وعده‌های دروغین آنها رانخورید۰۱۱۴۰

■ به گوش مسوولان دفاترازدواج‌برسانید که‌بااین گرانی سکه وطلا، چرا سکه ر ابرای مهریه ملاک قرارمی‌دهند همین هست که جوان‌ها زیر بار ازدواج‌نمی‌روند، اگرشخصی بخواهدزندگی کند، زندگی می‌کند.۲۰۵۲

■ شهردارمحترم‌ازبرخوردوحسن‌اخلاق شمادر احترام‌به‌جانبازان‌وایثارگران تشکرمی‌کنم.۱۵۲۴

■ باسلام پرچم های پل هوایی آباده را همه را باد برده، لطفا جایگزین کنید چون خیلی بی‌روح شده است. ۰۲۲۹

■ خواستم‌ازطریق‌نشریه‌شماتشکرویژه‌ای کنم ازجناب‌دکترمکی‌آبادی‌فرماندارسابق‌شهرستان سیرجان که چندین سال الحق والانصاف جوانمردانه و صادقانه برای شهرمان ومردمانش زحمت کشیدند واز جان مایه گذاشتند البته کم وکاستی‌هایی‌همیشه‌وهمه‌جابوده‌وهست‌منتهی چیزی که ازجناب دکتر در ذهن اکثرمردم مانده خوبی ونام نیکی‌ست که ایشان بعد از رفتن‌شان برجای گذاشته‌اند، خاطره‌ای هیچ‌وقت یادم‌نمیره اینکه هیچ وقت صدای خودشان را روی مردم وکارمندان بلندنکردندوهمیشه‌بانرمش‌وآرامی شنونده‌حرف‌مردم‌ونیازمندان‌بودند.۲۰۱۷

■ حدود ۱۰ روزپیش شهرداری با آوردن لودراقدام به‌تخریب‌تمامی‌پل‌های‌جلوی‌منازل‌اهالی‌خیابان مدیریت شهرک رزمندگان کرده است بدون هماهنگی‌باساکنان‌این‌خیابان، وخسارات‌سنگینی دراین شرایط اقتصادی به‌اهالی‌واردکرده‌است آقای سروش‌نیا با چه توجیهی اقدام به چنین کارخلاف قانونی نموده است حدودیک میلیون تومان به هرخانه خسارت‌وارد شده است ۸۳۴۸

گفت‌وگو با مدیر روابط عمومی دانشکده علوم‌پزشکی سیرجان

نقش دوسویه روابط‌عمومی‌ها بین سازمان متبوع‌شان و رسانه‌ها

■ پاسارگاد

۲۷ اردیبهشت روز روابط عمومی و ارتباطات نام گرفته است. به همین بهانه و به منظور بررسی کوتاهی از وضعیت روابط‌عمومی‌ها در شهرستان سیرجان خصوصا ابعاد اطلاع‌رسانی و ارتباط با رسانه‌ها توسط ادارات، نهادها و شرکت‌های اقتصادی، با سیدعلی آتشی‌پور مدیر روابط‌عمومی دانشکده علوم پزشکی و خدمات بهداشتی درمانی سیرجان به گفت‌وگو نشستیم که در ادامه می‌آید. وی دانش‌آموخته رشته روابط‌عمومی با گرایش امور رسانه است و علاوه بر یک دهه فعالیت خبرنگاری و روزنامه‌نگاری، مدت پنج سال مسئولیت روابط‌عمومی دانشکده علوم پزشکی سیرجان را بر عهده دارد.

■ مهم‌ترین وظیفه امروزه روابط‌عمومی‌ها را چه می‌دانید؟

جدای از اینکه وظایف درون‌سازمانی روابط‌عمومی ادارات، نهادها و شرکت‌های اقتصادی چیست، از مهم‌ترین وظایف آنها که جزو کارکردهای برون‌سازمانی‌شان مدیریت نظام ارتباطی سازمان متبوع‌شان، اطلاع‌رسانی دقیق، صحیح، سالم به مردم و مخاطبان و ارتباطی مناسب و موثر با رسانه‌ها است. البته در سیرجان می‌توان گفت این وظیفه ذاتی روابط‌عمومی به یک چالش تبدیل شده است.

■ چرا؟

نمی‌توان همه ضعف‌های اطلاع‌رسانی، ارتباط با رسانه و مخاطب را بر گردن روابط‌عمومی‌ها انداخت. تفکر مدیریتی حاکم بر آن اداره یا سازمان بر عملکرد روابط‌عمومی‌ها در تحقق اهداف‌شان تاثیر فراوان دارد. وقتی یک مدیر اداره، نهاد یا سازمان ترس از دیده شدن داشته باشد، خود را در جایگاه پاسخگویی قرار ندهد، نگاه از بالا به پایین به مردم داشته باشد و ارتباط با رسانه ها را از وظایف سازمان خود نداند، حتا اگر ماهرترین روابط‌عمومی را هم در اختیار داشته باشد، در حوزه روابط عمومی و ارتباطات منفعل خواهد بود.

■ ترس مدیران از دیده شدن؟!

شاید تفکری اشتباه در میان برخی مدیران ادارات و سازمان و شرکت‌های اقتصادی باشد، مبنی بر اینکه هر چه بیشتر در چشم باشند و اخبارشان در رسانه دیده شود، بیشتر مورد نظر و نشانه مردم و مخاطبان قرار گرفته و این مسئله موجب می‌شود تا مجبور به پاسخگویی بیشتر بوده، نقاط ضعف مدیریتی نمایان‌تر شده و توانایی استفاده موردی از روابط‌عمومی را در برجسته‌سازی عملکردش از دست می‌دهد. این تفکر یک مدیر پاسخگو که بایستی مردم را ولی‌نعمت خود بداند، نیست. مدیرانی که از خود مطمئن هستند، مسلما در برابر هر گونه سؤال مردم و رسانه‌ها پاسخگو خواهند بود و قبل از اینکه رسانه‌ها به سراغ او بیایند، خود به سراغ آنها خواهد رفت. به جز دو سه دستگاه اجرایی و نهاد در شهرستان سیرجان، مابقی در طول سال حتی یک نشست خبری با رسانه‌های محلی ندارند. این را هم بایستی متذکر شوم که از سویی دیگر برخورد نامتعارف و غیرحرفه‌ای برخی رسانه‌ها با روابط‌عمومی‌ها و سازمان‌ها در برقراری این ارتباطات تاثیر منفی داشته است.

■ رسانه‌ها در برقراری این ارتباط چه نقشی دارند؟

برخی روابط‌عمومی‌ها از رسانه‌ها انتظار دارند فقط خوبی‌های سازمان انعکاس دهند و در مقابل نقاط ضعف سازمان را پنهان و پرده‌پوشی کنند و البته برخی از آنها که قدرتی هم دارند، با استفاده از اهرم‌های گوناگون بر این مسئله نامیمون اصرار می‌ورزند. این در حالی است که رسانه‌ها با توجه به نقش نظارتی و تلاش برای اطلاع‌رسانی دقیق، به دنبال دسترسی به اطلاعات صحیح هستند و بایستی مسایل را نقد کنند. اینکه گاهی این تضاد بین روابط‌عمومی و رسانه به نفع روابط‌عمومی‌ها رقم می‌خورد بخشی به دلیل نگاه غلط و سلطه‌جویی آن روابط‌عمومی‌ها و بخشی به دلیل نگاه غیرحرفه‌ای رسانه‌ها در جهت تحقق رسالت رسانه‌ای است. البته مسلما ارتباط خوب و تعامل دوسویه روابط‌عمومی و رسانه با مباحثی که مطرح شد منافاتی ندارد. مسلما همواره دریافت آگهی و رپرتاژ آگهی توسط رسانه‌ها از روابط‌عمومی‌ها بوده و در تعامل روابط‌عمومی و رسانه بدیهی است اما اینکه روابط‌عمومی یا رسانه بخواهند از این نوع تعامل سوءاستفاده کنند، فضای اطلاع‌رسانی به سوی نابودی می‌رود.

■ از دیگر نیازهای روابط‌عمومی‌ها بگویید؟

روابط‌عمومی‌ها نقش دوسویه دارند. به‌طوری که از یک سو نماینده سازمان متبوع خود بوده و از سوی دیگر بایستی ارتباط‌دهنده و انعکاس دهنده نظرات رسانه‌ها و مردم مطالبه‌گر از سازمان باشند. این نقش دو سویه کار روابط‌عمومی موثر را کمی سخت می‌کند. مسلما بایستی تخصص و تجربه از ملاک‌های انتخاب روابط عمومی باشد اما می‌بینم همان تفکرات اشتباه گاهی در انتخاب مدیران روابط‌عمومی در ادارات، سازمان‌ها و شرکت‌ها دخیل بوده و راه را بر روابط‌عمومی موثر و کارآمد می‌بندد. انتظار رسانه از روابط‌عمومی انتقال صحیح اطلاعات و دسترسی آسان به اطلاعات و منابع خبری است و در این بین روابط‌عمومی متخصص می‌تواند بهترین کارایی را داشته باشد. آموزش از نیازهای اساسی امروزه روابط‌عمومی‌هاست. برگزاری دوره‌های آموزشی در شهرستان با حضور مدرسان باتجربه کشوری و استانی در سیرجان می‌تواند کمک بزرگی به پیشرفت روابط‌عمومی و ارتباطات داشته باشد. در برگزاری دوره‌های آموزشی علاوه بر نهادهای متولی، سایر سازمان‌ها و شرکت‌ها هم می‌توانند یاری‌رسان باشند.