رییس دانشگاه یزد: اطلاعات صحیح، کج فهمی ها را اصلاح می کند

01 آبان 1393 - 12:48 تعداد بازدید: 1831 کد خبر : 95069

در گردهمایی آموزشی پژوهشی مدیران و کارشناسان روابط عمومی های ادارات استان یزد که صبح امروز با حضور رییس دانشگاه یزد، معاون سیاسی امنیتی و اجتماعی استاندار و جمعی از مدیران و کارشناسان روابط عمومی های استان در سالن آمفی تئاتر دانشگاه یزد برگزار شد، درباره مدیریت استرتژیک در روابط عمومی بحث و تبادل نظر شد و نقش حساس روابط عمومی در مدیریت استراتژیک سازمان مورد تأکید قرارگرفت.

رییس دانشگاه یزد در این گردهمایی با تسلیت ارتحال آیت الله مهدوی کنی، به معرفی کوتاهی از دانشگاه یزد پرداخت و افزود: دانشگاه یزد در سال 67 با حداقل امکانات شروع به کار کرد و تاکنون توسعه بسیار قابل توجهی داشته است به طوری که در مقایسه با بسیاری از دانشگاه های معتبر کشور، جایگاه قابل توجهی دارد. وی در عین حال خاطرنشان کرد: دانشگاه یزد به این جایگاه قانع نیست و هدفش رسیدن به جایگاهی در ردیف ده دانشگاه برتر کشور است.

دکتر محمدصالح اولیاء با اشاره به در نظر گرفتن یک سری مشوق ها برای دانش آموزان ممتازی که دانشگاه یزد را برای ادامه تحصیل خود انتخاب می‌کنند، گفت: برای رتبه های زیر 100 تا 1000 امتیازات خاصی بسته به سطوح رتبه ای آنان پیش بینی و به طور وسیع اطلاع رسانی شد و دانشگاه یزد در سال جدید ارتقای چشمگیری در این خصوص داشته است. وی افزود: مهمترین سرمایه دانشگاه ها ورودی های دانشگاه هستند اگر دانشجویان خوبی جذب دانشگاه شوند همراه با خود نیاز به ارتقای کیفیت را می آورند و مهمترین عامل پیشرفت دانشگاه های ممتاز جذب دانشجویان خوب است و ما تلاش کردیم دانشجویان ممتاز کشور و به ویژه استان یزد را جذب کنیم.

رییس دانشگاه یزد در خصوص ارتباط بین نقش روابط عمومی و برنامه ریزی استراتژیک گفت: برای انجام برنامه ریزی استراتژیک معمولا هم نیازمند تحلیل شرایط درونی و بیرونی سازمان هم نیازمند چشم اندازها و اهداف سازمان هستیم.هم واقعیت ها باید درک شود و هم نگاه به افق آینده داشته باشیم. وی افزود: در تحلیل درونی ما نقاط ضعف و قوت را باید شناسایی کنیم و طبیعتا نقش روابط عمومی ها به واسطه شناختی که می توانند داشته باشند از مجموعه مسایل داخل سازمان می تواند تعیین کننده باشد اطلاعات مناسب می تواند به مدیران انتقال دهد که باعث درک ضعف ها و قوت های مجموعه خواهد شد. از روابط عمومی ها انتظار می رود که اطلاعات را خوب تحلیل و درک کنند و افراد متخصص و کارشناس در حوزه خود باشند.

وی در روابط استراتژیک در خصوص بحث ذی نفعان و کسانی که به نحوی عملکرد آن سازمان برمنافعشان تاثیرگذار است گفت: جامعه یکی از ذی نفعان مهمی است که معمولا در انجام همه تحلیل های استراتژیک، باید نیازها و انتظارات جامعه از سازمان تحلیل و شناسایی شود و نقش روابط عمومی در اینجا بسیار کلیدی است چراکه بیشتر از هر نهاد دیگری در ارتباط بیرونی با افراد قرار دارد و شرایط را بهتر می تواند درک کند و مخاطبان سازمان نیز در همین دسته قرار می گیرند و درک خواسته های مخاطبان دارای اهمیت زیادی است. وی افزود: مجموعه اطلاعات جمع آوری شده در تحلیل های استراتژیک به ما کمک می کند تا چشم اندازها و اهداف آینده را بهتر ترسیم کنیم. وی تاکید کرد اطلاعات باید درست منتقل شود تا بسیاری از کج فهمی ها اصلاح شود.

دکتر اولیاء یکی از راه های رسیدن به اهداف بعد از مشخص شدن چشم انداز سازمان را استراتژی های مرتبط با ارتباطات دانست و افزود: در ارتباط با مخاطبان و جامعه، استراتژی روابط عمومی باید با استراتژی کل سازمان هماهنگ باشد و بعد از آن برنامه عملیاتی متناسب با آن تنظیم شود. وی ارتباط با مخاطبان در سطوح مختلف را یکی از وظایف کلیدی روابط عمومی عنوان کرد و افزود: انتظار از روابط عمومی ها این است که یک ارتباط دوطرفه با مخاطبان داشته باشند و اطلاعات نباید به صورت یک طرفه به جامعه انتقال داده شود و همچنین دیدگاه های مخاطبان نیز باید به درستی به سازمان منتقل شود.

وی توانمندسازی افرادی که به نحوی با مخاطبان در تماس هستند را یکی از موضوعات مهم دانست و افزود: این افراد باید هم به لحاظ دانش و هم نحوه برخورد توانمند باشد. روابط عمومی ها باید از جریانات و اتفاقات سازمان اطلاع داشته باشند و از آن جریانات گزارش خوبی تهیه کنند. وی تاکید کرد انتظاری که معمولا غیر از جنبه های تخصصی و کارشناسی از روابط عمومی ها می رود این است که بهترین برخوردها و اخلاقی ترین رفتارها را در حوزه کاری خود داشته باشند و بتوانند با همکاران ومخابان بیرون از سازمان تعامل برقرار کنند و این مسؤولیت این واحد را سنگین می کند که هم به لحاظ تخصصی و هم به لحاظ رفتاری ما نیازمند افراد توانمند هستیم.

دکتر اولیاء با تأکید بر اهمیت دادن دولت جدید به بخش روابط عمومی ها و نقش مخاطبان و برقرای ارتباط منظم و سیستماتیک با مخاطبان ابراز امیدواری کرد که این جایگاه تقویت شود و دانشگاه در این جهت حمایت وکمک های لازم را خواهد داشت.

معاون سیاسی امنیتی و اجتماعی استاندار یزد نیز در این نشست در سخنانی به مدیران روابط عمومی خدا قوت گفت و اظهار داشت: روابط عمومی ها تلاش بسیار خوبی در راستای انعکاس فعالیت ها و برنامه ها و تبیین سیاست های ادارات و مجموعه های خود داشته اند.

محمدعلی طالبی گفت: با تاکید معاون اول رییس جمهور و تبیین جایگاه روابط عمومی در دستگاه ها و تاکید بر تخصص و استفاده از نیروهای کارآمد در روابط عمومی‌ها نشان دهنده نوع نگاه دولت و اهمیت دادن به این حوزه است. بدون تردید وضعیتی که امروزه به عنوان دولت با آن مواجهیم، یک سری تهدیدهای خارجی و بخشی بی مهری های داخلی است که نسبت به دولت روا داشته می شود و فضای رسانه ای که علیه دولت و دولت مردان ما وجود دارد نشان دهنده اهمیت و جایگاه روابط عمومی در حوزه سازمان های دولتی است که بتوانند با همه ابزارها و امکانات و ظرفیت های خود در جهت تبیین سیاست ها و برنامه های دولت و همچنین انعکاس فعالیت ها و اقدامات خوبی که در حوزه های مختلف انجام می شود تلاش کنند.

وی با اشاره به این که با ضعف هایی در حوزه رسانه مواجه هستیم گفت: یک سری موانع فراروی فعالیت هاست که یکی از این موانع نیاز به پشتیبانی مالی و کمبود نیروی انسانی متخصص است ولی با تمام این محدودیت ها و موانع فعالیت های خوبی صورت گرفته است. وی تاکید کرد چنانچه در ارتباط مستقیم با مردم و رسانه های گروهی و همدلی با مدیریت ارشد دستگاه تعامل و همکاری خوبی ایجاد شود زمینه های بهتری از فعالیت های ما در حوزه روابط عمومی ایجاد می شود. وی ابراز امیدواری کرد برگزاری اینگونه نشست ها باعث ارتقای جایگاه روابط عمومی شود و عملا تأثیر روابط عمومی را به عینه و ملموس تر در ارتقای عملکرد دستگاه های اداری و اجرایی استان و ارتقای مدیران استان شاهد باشیم.

خبرنگار: الهام میرفخرائی

تصاویر: فاطمه تیو

سایت خبری یزد فردا

7:30