

گزارشی از چهارمین همایش ملی روابط عمومی‌های

دستگاه‌های اجرایی

روابط عمومی‌های برگزیده در

دستگاه‌های اجرایی؛

کاستی‌های امروز؛ چشم انداز فردا

مسعود صادقی

اشاره

چهارمین همایش ملی روابط عمومی‌های دستگاه‌های اجرایی ۲۸ اردیبهشت

امسال در تالار وحدت برگزار شد. برپایه اعلام

شورای عالی اطلاع‌رسانی دولت قرار بود رئیس

هیئت دولت هم در این همایش حضور داشته

باشد اما با شروع مراسم، محمدرضا رحیمی

معاون اول وی اعلام کرد آقای احمدی‌نژاد به دلیل فشرده‌گی کارها نتوانست

در این همایش حاضر شود. اگرچه رئیس دولت به این همایش نرسید اما

معاون اول وی و سخنگوی دولت رییس دفتر او، همچنین وزیران ارشاد

و فرهنگ اسلامی و فناوری اطلاعات و ارتباطات، اعضای شورای اطلاع

رسانی دولت و مدیران کل روابط عمومی‌های دستگاه‌های اجرایی در این

مراسم حاضر بودند. همه سخنرانان همایش در سخنان خود به ارائه تعریف

خود از روابط عمومی پرداختند و بر اهمیت و جایگاه آن تاکید کردند و البته

از حجم بالای فعالیت‌های دولت سخن‌ها به میان آمد و با اشاره بر ضرورت

تبلیغ روی این حجم بالای کار و فعالیت تاکید شد که این رسالت تبلیغی

برعهده روابط عمومی‌هاست. از این همه که بگذریم گه‌گاه سخنرانان به

کمبودها و مشکلات ساختاری هم اشاره می‌کردند، در این حوزه سخنان

سیدمحمد حسینی، وزیر فرهنگ و ارشاد اسلامی درخور توجه است. وعده

محمدرضا رحیمی برای اجرایی شدن نظام روابط عمومی‌ها در این دوره هم

نشان می‌دهد که هنوز آیین‌نامه روابط عمومی‌ها اجرایی نشده است.

نماینده از سخنان اسفندیار رحیم مشایی، حمید مولانا و حسین افخمی،

مدرس ارتباطات درباره جایگاه و اهمیت روابط عمومی تهیه شده بود که در

۲مرحله پخش شد و در پایان مسؤولان برگزیده روابط عمومی‌ها معرفی

شدند و با اهدا تندیس و لوح سپاس از آنان قدردانی شد.

رحیم مشایی:

امروز مهم‌ترین کار دنیا دیپلماسی عمومی و از جنس روابط عمومی است

اسفندیار رحیم مشایی رییس دفتر ریاست جمهوری یکی از سخنرانان این

همایش بود وی مهمترین کار دنیا را دیپلماسی عمومی اعلام کرد و آن را از جنس روابط عمومی دانست و افزود: در دنیای آینده استعمارگران سلطه خودشان را از جنس روابط عمومی بر دنیا برقرار می‌کنند.

وی افزود: روابط عمومی که امروز به‌عنوان بخشی از دستگاه اجرایی شناخته می‌شود، از نتایج زندگی مدنی در دنیاست و دستاورد جامعه شرقی نیست و در غرب به تناسب نیازهای اداری ایجاد شده است.

رحیم مشایی اظهار کرد: جایگاه روابط عمومی خوب شناخته نشده است، مدیریت اطلاعات اعم از محتوا، فن‌آوری و ارتباطات و نیز تبلیغات، شاخص‌های اصلی کار در حوزه روابط عمومی هستند که تاکنون شناخته نشده‌اند.

وی افزود: اگر قدر روابط عمومی به میزان لازم شناخته نمی‌شود، دلیل آن این است که این نهاد محصول طبیعی جامعه ما نبوده است و ما به آهستگی با آن آشنا می‌شویم؛ اگرچه ممکن است در تحلیل‌های گذشته ما، نیازهایی که به روابط عمومی وجود داشته، روشن شود اما چون ساختار سیاسی ما طوری بوده است که نمی‌توانستیم با آن به‌طور تخصصی مواجه شویم، دیر با ارزش آن آشنا شدیم.

اسفندیار رحیم مشایی با بیان اینکه مدیریت روابط عمومی بالاتر از مدیریت‌های تخصصی سایر بخش‌ها است گفت: هر بخش تخصصی در دستگاه‌ها فرزند اصلی است اما روابط عمومی فرزند اصلی به حساب نمی‌آید، در حالی که این کاملاً غلط است؛ همه دستگاه‌ها اگر به‌واسطه یک روابط عمومی قوی کار خود را عرضه کنند، موفق خواهند بود.



رحیم‌مشایی افزود: روابط عمومی در ایران به‌عنوان یک بخش پشتیبان شناخته می‌شود که این سرآغاز یک اشتباه است و به همین دلیل به جایگاهی که باید دست پیدا نکرده است؛ اگرچه شاید پشتیبان هم باشد اما واقعیت یا همه حقیقت این نیست، بلکه اصلی‌ترین جایگاه روابط عمومی با مولفه‌هایی که در آن دیده می‌شود، مستقل است.

مشایی اظهار کرد: دریافت حقیقت یک جامعه از هویت خود و شرایط مطلوب و موجود و افق‌هایی که می‌شناسند، کار دستگاه‌های خاص نیست، این دریافت‌های جمعی متوجه روابط عمومی‌ها است. وظیفه روابط عمومی است که به مردم بگوید کار سازمان‌ها در حال حاضر چیست، افق پیشروی سازمان را معرفی کند که این یک کار فرهنگی از لحاظ محتواست تا به یک باور جمعی تبدیل شود و

و کار دارند شامل مسؤولان و مخاطبان قرار دهد.

سیدمحمد حسینی در ادامه اظهار کرد: در حال حاضر باید از همه ابزارها در روابط عمومی‌ها استفاده کرد زیرا مخاطبان گوناگون هستند، پس فقط فضای مجازی برای این کار کافی نیست.

وی افزود: انتظاراتی که از روابط عمومی‌ها وجود دارد، باید از زبان‌های مختلف گفته شده و آسیب‌شناسی شود زیرا در این حوزه ضعف‌هایی وجود دارد و باید در این کار دائما پویایی باشد چراکه ابزارها به سرعت در حال دگرگونی هستند.

وزیر فرهنگ و ارشاد اسلامی بر اهمیت سرعت در کار روابط عمومی اشاره کرد و گفت: نمی‌توان با شیوه‌های گذشته لنگ‌لنگان پیش رفت؛ روابط عمومی تلاشی مداوم است برای ایجاد ارتباط بین یک دستگاه و مخاطبان و هیچ‌وقت نباید این پل ارتباطی قطع شود و وظایف خود را در اطلاع‌رسانی به مردم و آگاه کردن مسؤولان از نقدها و ضعف‌ها نادیده بگیرد.

سیدمحمد حسینی خاطر نشان کرد: روابط عمومی‌ها باید حیطه‌ی وظایف دستگاه‌ها را برای افکار عمومی روشن کنند تا مردم توقعی بیش‌تر از حد وظایف مسؤولان نداشته باشند و به این ترتیب انتقادات تیز و تند برخی حتی قشر تحصیلکرده نرم شود.

وزیر فرهنگ و ارشاد اسلامی گفت: این پرسش پیش می‌آید که آیا گاهی تبلیغات با اخلاص افراد تناقض ندارد؟ یک شخصیت حقیقی و یک شخصیت حقوقی وجود دارد و نباید سمت‌ها شخصی شود؛ یک فرد حقوقی که وابسته به یک نظام است، نباید نسبت به شخصیت خود بی‌تفاوت باشد و از آن صیانت نکند بلکه باید از جایگاه خود پاسداری کند که یکی از راه‌های آن، اطلاع‌رسانی درباره کارهاست.

حسینی با بیان این که انتظار می‌رود روابط عمومی‌ها مشاوران امین مدیران باشند، تاکید کرد: روحیه‌ی بالا و والایی برای فعالان عرصه روابط عمومی‌ها لازم است زیرا این کار پرچالش است و مثل یک نبرد باید آن را در نظر گرفت و دلسرد نشد.

دبیر شورای اطلاع‌رسانی دولت:

روابط عمومی‌ها راهبرد مدون می‌خواهند

احسان جهاندیده، دبیر شورای عالی اطلاع‌رسانی دولت، با اشاره به اینکه از سال ۸۶ در تقویم کشور روز ۲۷ اردیبهشت‌ماه به نام روز ارتباطات و روابط عمومی ثبت شده است. به تبیین شعار همایش امسال پرداخت و گفت: شعار همایش امسال که «روابط عمومی؛ افق جهانی، اثرگذاری ملی، شکوفایی فرهنگی -

اما از یک سو شاهدیم که هنوز در نگاه مدیران برای انتخاب مسؤولان روابط عمومی توجه به تخصص و تجربه در این عرصه وزن و جایگاه شایسته خود را پیدا نکرده است و از سوی دیگر ثبات مدیریتی مسؤولان روابط عمومی‌ها نیز در حد مطلوب نیست.



غرور و اعتماد به نفس ملی ایجاد کند و مردم آگاه باشند که حرکت رو به رشدی وجود دارد که آینده را می‌سازد.

وزیر فرهنگ و ارشاد اسلامی:

ضعف‌ها را باید توضیح داد، نه اینکه توجیه کرد

سیدمحمد حسینی، وزیر فرهنگ و ارشاد اسلامی به عنوان نخستین سخنران در آغاز گفت: قصد بیان معضلات و مشکلات این حوزه را دارم.

وی افزود: اگر روابط عمومی‌ها ضعف‌ها را نبینند و به موقع پاسخ ندهند؛ ابهاماتی که به وجود می‌آید به یک باره ذهنیتی برای مخاطب ایجاد می‌کند که دیگر هیچ تلاشی برای رفع آن پایده ندارد.

وزیر فرهنگ و ارشاد اسلامی ادامه داد: روابط عمومی‌ها باید ضعف‌ها را به درستی بیان کنند، نه اینکه آن‌ها را بپوشانند. اگر ضعف‌ها اصلاح نشوند و بخواهیم آن‌ها را توجیه کنیم، مشکلات بعدی ایجاد می‌شود؛ ضعف‌ها را باید توضیح داد نه اینکه توجیه کرد.

حسینی اظهار کرد: روابط عمومی‌ها با چالش‌های جدی مواجهند که باید در برابر آن‌ها آگاه باشند. این نهادها نقش آئینه‌ای را دارند که نه مقعر است، نه محدب؛ به ویژه در حال حاضر که عصر ارتباطات است و ممکن است انتقال ناصحیح اطلاعات حتی مدیران را دچار سردرگمی کند.



وی تصریح کرد: روابط عمومی باید دیده بیدار، زبان گویا و گوش‌شنوا باشد تا واقعیت‌ها را ببیند، تجزیه و تحلیل کند و آنرا در اختیار افرادی که با آن نهاد سر

یک مجموعه ارتباطی و رسانه‌ای باشد، بنابراین ارتباطات و رسانه با موفقیت مجموعه‌ها سرشته شده است نه اینکه فقط یک ابزار موفقیت باشد.

دبیر شورای اطلاع‌رسانی دولت تصریح کرد: ما انتظار داریم که در هر برنامه و تصمیم دولت، روابط عمومی‌ها به عنوان زمینه‌ساز مهم اجرای آن به عنوان یک رکن اصلی دیده شوند و حتی در مراحل تصمیم‌سازی نیز سهیم شوند تا بتوانند برای چاره‌اندیشی در زمینه چالش‌ها و مشکلات احتمالی آتی از ابتدا برنامه‌ریزی کرده و در خلال این برنامه‌ریزی تا حد امکان نسبت به پیشگیری از مشکلات اقدام کنند. به عبارت دیگر انتظار داریم دولت برای هر طرح و تصمیم خود دستگاه مجری را ملزم به تدوین و ابلاغ پیوست رسانه‌ای نماید.

او افزود: هرگونه فعالیت روابط عمومی‌ها باید در یک قالب کلی و هدفمند انجام بگیرد چرا که پراکنده کاری‌ها فقط به شکل‌گیری آشفتگی‌ها و سردرگمی‌ها منجر می‌شود نه روشن‌گری‌ها و حرکت آفرینی‌ها.

احسان جهان‌دیده با بیان اینکه در جهان امروز ارتباط با دیگران آنقدر اهمیت پیدا کرده که دیگر نمی‌توان به اطلاع‌رسانی به افکار عمومی متمرکز شد، اظهار کرد: باید برای اطلاع‌یابی از مطالبات و دیدگاه‌ها و باورهای مردم نیز به اندازه اطلاع‌رسانی به آن‌ها سرمایه‌گذاری کرد و روابط عمومی‌ها باید به عنوان یک تکلیف در پی دوطرفه کردن ارتباط خود با مردم و مخاطبان خاص باشند.

به گفته جهان‌دیده کشور جمهوری اسلامی ایران به عنوان ام‌القرای جهان اسلام باید در زمینه ارتباطات و روابط عمومی نیز دارای یک بینش جهانی باشد، و در این راستا توجه به تربیت نیروی انسانی و پرورش نخبگان و توجه به صاحب نظران و کرسی‌های دانشگاهی این عرصه امری ضروری است که متأسفانه اکنون در وضع شایسته‌ای قرار ندارد.

وی خاطر نشان کرد: یک اصل مهم را نباید فراموش کنیم و آن اینکه امروزه فعالیت روابط عمومی فرآیندی و فراگیر است. در عرصه‌های اطلاع‌رسانی، اعتمادآفرینی و مشارکت‌طلبی همه اجزای یک مجموعه از رأس تا ذیل باید مشارکت داشته باشند. پس نباید در هنگام بروز مشکل در امر اطلاع‌رسانی همه انگشت‌های تقصیر به سوی روابط عمومی متوجه شود.

جهان‌دیده ادامه داد: اگر سازمانی در امر روابط عمومی و اطلاع‌رسانی مشکل دارد، باید رفع آن را نه در یک بخش بلکه بواسطه همکاری و همدلی تک تک اجزا و همه مدیریت‌ها جست‌وجو کند. در این راستا به دولت پیشنهاد می‌کنیم ایجاد شورای اطلاع‌رسانی در تمامی دستگاه‌ها به ریاست بالاترین مقام دستگاه و دبیری مدیر کل روابط عمومی و داشتن اعضای مشخص و فعال را به‌عنوان مصوبه دولت بررسی و در صورت صلاحدید ابلاغ کنند.

وی گفت: بدیهی است وقتی جایگاه سازمانی و اعتبار و منزلت تشکیلاتی یک مجموعه تناسبی با بار مسوولیت‌های آن نداشته باشد، انگیزه و تمایل کم‌تری برای افراد خبره و توانمند برای پیوستن به چنین مجموعه‌ای باقی می‌ماند. بی‌تردید تا چنین اعتبار و منزلتی به یک باور محکم در ذهن و عمق فکر مدیران

زمینه‌ساز پیشرفت و عدالت» تعریف شده است، بر اساس ضرورت‌ها و اقتضات روز روابط عمومی‌ها طراحی و انتخاب شده است و می‌توان گفت؛ چکیده‌ای از اهداف کلی و چشم‌اندازی است که همکاران ما در روابط عمومی‌ها باید برای تحقق آن تلاش کنند.



وی در راستای بیان برخی موانع تحقق چشم‌انداز روابط عمومی‌ها گفت: مهمترین مسأله روابط عمومی و اطلاع‌رسانی در کشور ما نداشتن یک استراتژی یا راهبرد مدون برای این بخش خطیر است. امروز لزوم طراحی و اجرای راهبرد برای هر امر کلانی امری مشخص و پذیرفته شده است و اصولاً دستیابی به اهداف کلان یا همان چشم‌انداز ترسیم شده بدون داشتن استراتژی مدون غیرممکن است.

جهان‌دیده افزود: امروز به طور حداقلی می‌توان گفت، در عرصه اطلاع‌رسانی و روابط عمومی شاید راهبرد یا استراتژی ناآگاهانه و بر اساس شرایط روز و مقتضیات زمانی داشته باشیم اما قطعاً فاقد استراتژی مدون و طراحی شده هستیم و به همین دلیل به جای آنکه همیشه در موضع فعالانه و دارای قدرت ابتکار عمل باشیم، بیش‌تر مواقع در موضع انفعال قرار می‌گیریم.

دبیر شورای اطلاع‌رسانی دولت تصریح کرد: باید بپذیریم در دنیای امروز مقوله روابط عمومی یک مقوله کاملاً تخصصی و حتی کاملاً پیچیده است که می‌تواند نقش رگ حیاتی یک مجموعه را در برقراری ارتباط هدفمند و تعاملی با محیط اطراف ایفا کند. اما از یک سو شاهدیم که هنوز در نگاه

مدیران برای انتخاب مسوولان روابط عمومی توجه به تخصص و تجربه در این عرصه وزن و جایگاه شایسته خود را پیدا نکرده است و از سوی دیگر ثبات مدیریتی مسوولان روابط عمومی‌ها نیز در حد مطلوب نیست.

وی تأکید کرد: نمی‌خواهم بگویم که باید همه مدیران روابط عمومی - حتی آنانکه ضعیف باشند، تثبیت شوند - اما باید به این امر توجه داشت که رسیدن به موفقیت نیاز به یک مدت زمانی معقول دارد و کسانی که در این عرصه موفق بوده‌اند، یکی از عوامل موفقیتشان داشتن زمان کافی و ثبات بوده است.

جهان‌دیده در ادامه گفت: مجموعه‌ای می‌تواند در مسیر موفقیت قرار گیرد که ارتباطات و رسانه را در بطن خود داشته باشد و به معنای واقعی کلمه

وی افزود: اعتماد مردم بالاترین سرمایه برای روابط عمومی‌ها است و روابط عمومی‌ها باید کانال گفت‌وگوی دو سویه باشند.

سخنگوی دولت در ادامه تصریح کرد: روابط عمومی‌ها در تکریم مراجعه‌کننده‌ها نقش محوری دارند و از آن‌ها انتظار می‌رود با استفاده از فن‌آوری‌های جدید مانع سردرگمی مردم شوند.

رحیمی در پایان اظهار کرد: دولت قرار است برای دارندگان مدرک روابط عمومی تسهیلاتی قائل شود.

تبدیل نشود، هزاران آیین‌نامه و منشور روابط عمومی هم نمی‌توانند در عمل چندان کارساز واقع شوند.

او افزود: از سوی دیگر از دولت تقاضا می‌کنیم برای فراهم کردن الزام آموزش مدیران و کارکنان روابط عمومی‌ها و عدم مقاومت دستگاه‌ها به امر آموزش حوزه روابط عمومی نیز به ما کمک کنند و در این باره نیز زمینه و بستر لازم را فراهم کنند.

وی در پایان ملزم کردن دستگاه‌ها به اجرای دقیق مصوبات دولت در حوزه روابط عمومی‌ها را خواستار شد.

برگزیدگان روابط عمومی‌های دستگاه‌های اجرایی

در بخش پایانی این همایش، مسؤولان برگزیده روابط عمومی‌ها معرفی شدند و با اهدا تندیس و لوح سپاس از آنان قدردانی شد.



پس از فراخوان ارسال آثار روابط عمومی‌ها در یک سال منتهی به برگزاری همایش، دبیرخانه شورای اطلاع‌رسانی دولت به بررسی و ارزیابی عملکرد آثار روابط عمومی‌های وزارتخانه‌ها و دستگاه‌های اجرایی پرداخت و پس از داوری، برترین آثار تولیدی و فعالیت‌های انجام گرفته را برگزید.

و وجود جایگاهی با عنوان روابط عمومی به معنای این است که دولت مالک اطلاعات نیست بلکه امانت‌دار آن است.

این داوری در ۸ بخش شامل ارزیابی آثار، فعالیت‌ها و تلاش‌های روابط عمومی‌های عضو «شورای هماهنگی مدیران روابط عمومی‌های دستگاه‌های اجرایی» که در بازه زمانی اردیبهشت‌ماه ۱۳۸۸ تا اردیبهشت‌ماه سال ۱۳۸۹ به انجام رسیده است، صورت پذیرفت. بر اساس این گزارش نفرتا برگزیده و برتر این جشنواره به این ترتیب معرفی شدند:

بخش: پیوست رسانه‌یی

رتبه اول: جعفری، مدیر کل روابط عمومی وزارت مسکن و شهرسازی
رتبه دوم: غلامرضا ظریفیان یگانه، مدیر کل تبلیغات دفاعی وزارت دفاع و پشتیبانی نیروهای مسلح
رتبه سوم: علی متقیان، مدیر کل روابط عمومی معاونت علمی و فن‌آوری ریاست جمهوری

بخش: پژوهشی

رتبه اول: حسین پارسان، مدیر کل روابط عمومی وزارت نفت

محمدرضا رحیمی:

نظام روابط عمومی‌ها را در دولت دهم اجرایی خواهیم کرد

دولت دهم نظام روابط عمومی‌ها را اجرایی خواهیم کرد و سعی می‌شود افزایش بودجه روابط عمومی‌ها نظام‌مند شود و همچنین براساس یک توافق‌نامه، ۲ درصد بودجه ستادی هر نهاد و سازمان در اختیار روابط عمومی‌ها قرار می‌گیرد.

محمدرضا رحیمی، معاون اول محمود احمدی‌نژاد که به نمایندگی از وی در این همایش حاضر شده بود با اعلام خبرهای بالا ادامه داد: روابط عمومی‌ها در تکریم مراجعه‌کننده‌ها نقش محوری دارند و از آن‌ها انتظار می‌رود با استفاده از فن‌آوری‌های جدید مانع سردرگمی مردم شوند.

سخنگوی دولت افزود: انصاف و حق‌جویی اقتضا می‌کند که ما از مسیر معین منحرف نشویم، حق را بگوییم و در جست‌وجوی عدالت باشیم.



رحیمی در ادامه به نقش روابط عمومی‌ها اشاره کرد و گفت: روابط عمومی می‌تواند سختی‌ها و دشواری‌هایی که در مسیر خدمات دولت وجود دارد به مردم منعکس کند تا آن‌ها با این مشکلات بیشتر آشنا شده و دولت را یاری کنند.

وی خطاب به روابط عمومی‌ها اظهار کرد: در عصر حاضر ما باید جهانی فکر کنیم و از چهار دیواری و محدودیت‌هایی که دور خود به وجود آورده‌ایم، خارج شویم تا زمینه‌ساز کسی باشیم که همگان در انتظار او هستند.

محمدرضا رحیمی در ادامه با بیان چند نکته یادآور شد: مطابق آیات قرآن کریم حکومت امانتی از جانب مردم است، پس صاحبان حق دارند از چگونگی اداره آن مطلع شوند و وجود جایگاهی با عنوان روابط عمومی به معنای این است که دولت مالک اطلاعات نیست بلکه امانت‌دار آن است.

رتبه سوم: آقایان احسان ارکانی، مدیر کل روابط عمومی وزارت کار و امور اجتماعی و حمید قاسمی، سرپرست اداره کل روابط عمومی سازمان تربیت بدنی همچنین در این بخش فرزین رحیم نظری، مدیر کل روابط عمومی ستاد مبارزه با مواد مخدر شایسته قدردانی شناخته شد.



بخش: مکتوب

رتبه اول: سیدعلیرضا شجاعی، مدیر کل روابط عمومی وزارت بازرگانی
رتبه دوم: سیدحسین پیمان، مدیر کل روابط عمومی وزارت امور اقتصادی و دارایی
رتبه سوم: حسین پور، مدیر کل روابط عمومی وزارت ارتباطات و فن آوری اطلاعات

در بخش پایانی این همایش، مسؤولان برگزیده روابط عمومیها معرفی شدند و با اهدا تندیس و لوح سپاس از آنان قدردانی شد.
بخش: ویژه (به مناسبت سال ۱۳۸۸، سال اصلاح الگوی مصرف)
هیات داوران در این بخش هیچ یک از آثار ارسالی را به عنوان رتبه برتر شناخت و تنها غلامرضا ظریفیان یگانه، مدیر کل تبلیغات دفاعی وزارت دفاع و پشتیبانی نیروهای مسلح را شایسته قدردانی دانست.

سرپرست سازمان اوقاف و امور خیریه در دیدار هیات مدیره انجمن روابط عمومی عنوان کرد:

فراخوان سازمان اوقاف برای فرهنگ سازی و اطلاع رسانی

نتایج یک نظر سنجی: ۷۰ درصد مخاطبان با ماهیت وقف آشنا نیستند
اعلام آمادگی انجمن روابط عمومی ایران برای ارتقاء کمی و کیفی تلاش های فرهنگی و ارتباطی سازمان اوقاف و امور خیریه

به منظور آشنایی با برنامه ها و مناسبت های ارتباطی، فرهنگی سازمان اوقاف و امور خیریه و بنا به دعوت اداره کل روابط عمومی و امور بین الملل این سازمان؛ رئیس و اعضای هیات مدیره انجمن روابط عمومی ایران در خرداد ماه سال جاری در محل ستاد مرکزی این سازمان حضور یافتند و در نشست با نماینده ولی فقیه و سرپرست سازمان اوقاف و امور خیریه شرکت کردند.
در این نشست ابتدا ربیعی، مدیر کل روابط عمومی سازمان گزارشی اجمالی از

رتبه دوم: محمدحسین انصاری فرد، مدیر کل وزارت جهاد و کشاورزی
رتبه سوم: رحیم نریمانی، مدیر کل روابط عمومی بنیاد شهید و امور ایثارگران

بخش: چند رسانه‌یی

رتبه اول: پرویز کرمی، مدیر کل روابط عمومی وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی
رتبه دوم: حسن علیزاده، مدیر کل روابط عمومی وزارت نیرو
رتبه سوم: حسین پرسان، مدیر کل روابط عمومی وزارت نفت
همچنین در این بخش مهرداد پارسا، سرپرست اداره کل روابط عمومی نهاد ریاست جمهوری شایسته قدردانی شناخته شد.



بخش: اجرای آئین نامه روابط عمومی

رتبه اول: محمد حسین انصاری فرد، مدیر کل وزارت جهاد و کشاورزی
رتبه دوم: حسین پرسان، مدیر کل روابط عمومی وزارت نفت
رتبه سوم: سید علیرضا شجاعی، مدیر کل روابط عمومی وزارت بازرگانی



بخش: پاسخگویی

رتبه اول: مهدی آذر مکان، مدیر کل روابط عمومی وزارت کشور
رتبه دوم: حسن علیزاده، مدیر کل روابط عمومی وزارت نیرو
رتبه سوم: قاسم بی‌نیاز، مدیر کل روابط عمومی وزارت راه و ترابری

بخش: پایگاه اطلاع رسانی

رتبه اول: خانم مریم ارشدی، مدیر کل روابط عمومی مرکز امور زنان و خانواده
رتبه دوم: علی شیرزادیان، مدیر کل روابط عمومی سازمان انرژی اتمی



اختصاص دهد؟

وی تاکید کرد: یکی از عوامل اصلی دور ماندن وقف و امور خیریه از جایگاه واقعی و متناسب خود، گسترش نیافتن فرهنگ وقف در جامعه و عدم آشنایی کافی مردم با اهداف و مأموریت های سازمان اوقاف است. حجت الاسلام و المسلمین محمدی برخی از مهمترین مأموریت های سازمان را رسیدگی به ایتم و خانواده های بی سرپرست، معالجه بیماران صعب العلاج، کمک به دانش آموزان و دانشجویان مستعد و نیازمند حمایت، کمک به فقرا و مستمندان و ضعفا، تبلیغ فعالیت

های قرآنی و برگزاری مجالس گرامی داشت اهل بیت بر شمرد و افزود:

در نظر سنجی به عمل آمده پیرامون میزان آشنایی مردم با فعالیت های سازمان اوقاف و امور خیریه از یک جامعه نمونه ۲۴۰۰ نفری بیش از ۷۰ درصد اطلاعی از ماهیت وقف نداشتند. این واقعیت، گویای اهمیت سرمایه گذاری سازمان در توسعه فعالیت های ارتباطی و اطلاع رسانی و فرهنگ سازی در میان آحاد جامعه می باشد. وی همچنین از تعامل نزدیک اداره کل روابط عمومی سازمان اوقاف و امور خیریه با انجمن روابط عمومی ایران و بهره گیری از دیدگاه ها و نظرات مشورتی انجمن برای ارتقاء کمی و کیفی فعالیت های فرهنگی، ارتباطی سازمان استقبال کرد و از رسانه های جمعی برای همکاری موثر در توسعه فرهنگ وقف استمداد طلبید. در پایان این نشست رئیس و اعضای هیات مدیره انجمن به بیان نظرات خود پرداختند و بر آمادگی انجمن در جهت همراهی با تلاش های تخصصی - حرفه ای روابط عمومی سازمان مذکور تاکید نمودند.

مأموریت ها و فعالیت های سازمان اوقاف و امور خیریه و تلاش

های ارتباطی - اطلاع رسانی صورت گرفته ارائه کرد. آنگاه کاظمی دینان رئیس انجمن روابط عمومی ایران با اشاره به تاریخچه فعالیت های انجمن، بر اهمیت توسعه فعالیت های ارتباطی در سازمان مذکور با هدف شفاف سازی، پاسخگویی، اطلاع رسانی و جلب رضایتمندی مخاطبان تاکید و آمادگی انجمن را برای ارائه مشاوره های تخصصی جهت کارآمدی بیشتر بخش ارتباطات اجتماعی سازمان ابراز نمود.

سپس حجت الاسلام و المسلمین محمدی، نماینده ولی فقیه و سرپرست

سازمان با ابراز خرسندی از دیدار هیئت مدیره انجمن روابط عمومی ایران طی سخنانی به تعیین جایگاه و نقش و مأموریت های این سازمان پرداخت و اظهار داشت:

وقف یک مجموعه مردمی است که گذشتگان آن را به وجود آوردند و امری واردات نیست. هر چند وقف قبل از اسلام هم در آیین ها و مکاتب الهی مطرح بوده است، اما بعد از ظهور اسلام و بر اساس مشی اولین و اوفان یعنی رسول اکرم (ص)، امام علی (ع)، حضرت فاطمه (س) و سپس ائمه معصومین، این شیوه حسنه استمرار یافته است.

وی اضافه کرد: در کشورهای غیر اسلامی اما پیشرفته صنعتی، چه در اروپا و چه در آمریکا، موسسات خیریه نقش عام المنفعه خود را در جایگاهی روشن ایفا می کنند. به عنوان مثال دانشگاه های بزرگ و معتبری مانند هاروارد یا آکسفورد وابسته به موسسات بزرگ خیریه هستند. اما باید دید چرا نظام وقف، در جامعه اسلامی ایران نتوانسته است چنان جایگاهی در اذهان عمومی به خود