



مقطع تحصیلی: کاردانی □ کارشناسی □ × ...: روابط عمومی ...: ...: سال تحصیلی: -

.. نام و نام خانوادگی مدرس: **رضوان مشاهری فرد**...

email: rezvan271355@gmail.com.....: تلفن همراه مدرس: ..

.....: .. مربوط به هفته : چهارم □ □ □ × □
 □ × □ □ :power point □ □ :voice □ □ × □ :text
 تلفن همراه مدیر :

رابطه بین روابط عمومی و رسانه را اغلب از دو منظر می توان بازشناسی کرد ◀ :

الف -مقابل هم

در نگاه اول روابط عمومی نقطه مقابل رسانه قرار دارند به صورتی که هر دو منافع و مصالحی دارند که با یکدیگر در تناقض است در این رقابت گاه آسیبهای فراوانی به منافع اجتماعی و ملی مردم وارد خواهد شد . چرا که یک وزارتخانه یا سازمان، واحدی مستقل از اجتماع نیست و نمی تواند باشد در این میان نقش حفاظت گری روابط عمومی از سازمان متبوعه اش براین رقابت دامن می زند چرا که گاهی روابط عمومی ها یا سرپوش گذاشتن برضعفها و سوء مدیریتها و فسادها (اخبار بد) و یا توسل به شیوه های پنهان کاری مانع از دستیابی رسانه ها به اطلاعات واقعی و شکل گیری انتقاد علیه سازمان متبوع خود هستند.

ب- در کنار هم

در نگاه دوم می توان روابط عمومی و روزنامه نگاری را دوشاخه از یک ریشه به نام ارتباطات دانست که بجای رقابت و ستیز در خدمت و مکمل هم باشند هر دو نهاد نیازها و منافع متقابلی دارند که با ارتباط گری صحیح این نیازها را تأمین کرده و مرتفع می کنند.

دستیابی به زمان و مکان رایگان در رسانه ها برای انتشار اخبار و اطلاعاتی که روابط عمومی به هر علت اعلام و انعکاس آنها را ضروری می داند از سویی و از سوی دیگر دستیابی به اخبار و اطلاعات سهل الوصول، رایگان و تازه به وسیله رسانه ها .

اگرچه همه اخباری که بوسیله روابط عمومی های در اختیار رسانه ها قرار می گیرند واجد ویژگیهای لازم از قبیل تازگی، فراگیری و اهمیت برای مخاطب نیستند ولی حجم این قبیل اخبار یعنی اخبار ارسالی به وسیله روابط عمومی ها برای رسانه ها معمولاً آنقدر زیاد است که رسانه ها و بویژه مطبوعات می توانند مهمترین و با ارزش ترین آنها را انتخاب و منتشر کنند.



نقش ارتباط با رسانه ها در جامعه ◀

۱- نقش پاسخگو بودن دولت:

روابط عمومی با ارتباط صحیح و کارآمد با مردم و افکار عمومی از طریق رسانه ها می تواند در تامین این حق برای مردم نقش مؤثری ایفا کند.

۲- عقلایی ساختن افکار عمومی:

یکی از مهمترین کارکردهای ارتباطی روابط عمومی ها کمک به گردش اطلاعات با ارزش، صحیح و کافی در جامعه و در نتیجه گرایش جامعه به خردورزی، تعقل و اندیشه نقاد و منطقی است. این امر نوعی تعادل و توازن اجتماعی را میان نیروها و نیز بین مردم و دولت بوجود می آورد.

۳- آگاه سازی و اطلاع رسانی:

روابط عمومی با اطلاع رسانی صحیح و به موقع و شفاف سازی سازمان از نظر ارتباطی، می تواند در این زمینه به ایفای نقش بپردازد، چراکه از ویژگیهای یک جامعه مدنی، حضور شهروندانی آگاه، مطلع و محرم است.

۴- مقابله با عوام گرایی:

روابط عمومی ها می توانند ظرفیت کارشناسی و علمی جامعه را بارور کرده و آن را در خدمت دستگاههای ذی ربط قرار دهند و این امر جز با حضور نیروهای علمی و فکری در بطن و متن تصمیم سازیها و تصمیم گیری ها محقق نمی شود.

۵- افزایش اعتماد:

صداقت ارتباطی و شفافیت اطلاعاتی، اعتماد و باور عمومی را نسبت به حسن نیت و عملکردهای دولت بالا می برد و روشهای خشونت بار اجتماعی جای خود را به روشهای مسالمت آمیز می دهد.

۶- مقابله با فرهنگ تملق و تظاهر:

روابط عمومی با تولید و توزیع اطلاعات با ارزش، به موقع و کافی قادر است عرصه را برای گروه تنگ سازد و این خود یکی از شرایط تحقق جامعه مدنی است.

۷- تحقق شایسته سالاری:

نقش اطلاعاتی و ارتباطاتی روابط عمومی می تواند شرایط ارزیابی و نقادی صحیح را از عملکرد مسئولان و نیز خواستها، نیازها و انتظارات مردم، فراهم آورد. در چنین شرایطی خودبخود افراد ضعیف به حاشیه رانده می شوند و افراد لایق و توانا جای آنها را می گیرند.



۸- جلب مشارکت مردمی:

چگونگی عملکرد روابط عمومی ها در عرصه اطلاع رسانی و ارتباطات می تواند مشارکت پذیری یا مشارکت گریزی مردم را در پی داشته باشد. مردمی که احساس عدم صداقت، پنهانکاری و دروغگویی از سوی سازمانهای دولتی و بالطبع روابط عمومی ها راداشته باشند، خود عملاً به یکی از موانع توسعه تبدیل می شوند.

۹- حرمت گذاری به انسان:

مردمی که احساس کنند مسئولان خود، را مؤلفه، به پاسخگویی و رفع نیازهای آنها می دانند به عنوان یک شهروند، صاحب حق و منزلت هستند، و به جایگاه خویش، به و نماینده خداوند در زمین که صاحب احترام است واقف می شوند و این « انسان » عنوان خود یکی از مشخص ههای جامعه مدنی است.

۱۰- در جامعه مردم دارای حق کسب اطلاع هستند

روابط عمومی یکی از ابزارهای مهم تأمین حق کسب اطلاع مردم است. مردم حق دارند که بدانند واقعیتهای محیط زندگی شان چیست و روابط عمومی در استیفای این حق، سهم مهمی دارد.

۱۱- جلوگیری از شکل گیری و رواج شایعه:

شایعه به طور کلی محصول شکاف اطلاعاتی است در جامعه ای که از نظر نیاز اطلاعات و ابهام شفافیت باشد شایعه مجالی برای تولید و حرکت باز نمی یابد.



نمونه سوالات:

- ۱- عقلایی ساختن افکار عمومی توسط رسانه ها به چه معنی است؟ توضیح دهید.
- ۲- رسانه ها و افکار عمومی چگونه می توانند از بروز شایعات و شکل گیری آن در جامعه جلوگیری کنند؟ توضیح دهید.