



«مردم‌داری و اخلاق در روابط عمومی: الزامات و چالش‌ها»

سمینار تخصصی و آموزشی «راهبردهای مردم‌داری: هنر گفت و گو، پلی به سوی اعتماد، تفاهم و وفاق» توسط اتاق تبریز و با همکاری انجمن روابط عمومی آذربایجان شرقی و با تدریس احمد یحیایی ایله‌ای، چهره ماندگار روابط عمومی ایران، در اتاق بازرگانی تبریز برگزار شد.

به گزارش روابط عمومی اتاق بازرگانی تبریز، ساسان نیک رفتار خیابانی؛ مدیر روابط عمومی اتاق تبریز در ابتدای این نشست ضمن تاکید بر نقش روابط عمومی در سازمان‌ها، هدف از برگزاری این رویداد را آشنایی بیشتر فعالان این حوزه استراتژیک با مفهوم «راهبردهای مردم‌داری» عنوان کرد.

هنر روابط عمومی به معنای هنر مردم‌داری است

وی تاکید کرد: روابط عمومی رسانه نیست، روابط عمومی همچنین مترادف تبلیغات نیست، بلکه پل ارتباطی بین مردم و سازمان‌ها به شمار می‌رود، بنابراین رعایت اصل مردم‌داری، به عنوان اصلی‌ترین شاکله روابط عمومی‌ها در دنیای امروز یک ضرورت است. نیک رفتار خیابانی با بیان اینکه ارتباط موثر، مناسب و مستمر روابط عمومی‌ها با مخاطبان، تاثیر زیادی در موفقیت سازمان‌ها دارد، خاطرنشان کرد: یکی از شروط جلب رضایت مشتری‌ها، علاوه بر تولید محصولات باکیفیت، برقراری ارتباط موثر، تعامل گرایانه و دو طرفه است. وی گفت: پس از جنگ جهانی دوم هر چقدر که در دهه‌ها پیش می‌آییم، وزن دریافت‌کنندگان، مخاطبان، مشتریان و در کل مردم افزایش می‌یابد و همین امر ضرورت تغییر رویکردها و اتکا به علم مردم‌داری را دوچندان می‌سازد. مدیر روابط عمومی اتاق تبریز در پایان تصریح کرد: وزن و اهمیت مردم‌داری در نظام‌های دموکراتیک هر چه بیشتر فزونی می‌یابد و در تعاریف جدید، هنر روابط عمومی به معنای هنر مردم‌داری است.

لازمه جلب رضایت مشتریان، برقراری ارتباطی دو سویه است

در ادامه احمد یحیایی ایله‌ای؛ مدرس و فعال حوزه روابط عمومی به تشریح اصول و ضوابط مردم‌داری پرداخت. وی با بیان اینکه ارتباط در جامعه امروزی ما بیشتر حالت یک طرفه پیدا کرده است، بر لزوم برقراری ارتباط دوجانبه بین تولیدکنندگان، سازمان‌ها و نهادها با مردم، مخاطبان و مشتریان تاکید کرد. یحیایی ایله‌ای رعایت اصول اخلاقی را یکی از ضروریات روابط عمومی‌ها دانست و افزود: در جامعه امروزی ما با مخاطب بیش فعال سر و کار داریم و لازمه جلب رضایت مشتریان، برقراری ارتباطی دو سویه است. وی مردم‌داری را به نوعی رعایت حقوق بشر و حقوق انسانی دانست و تاکید کرد: روابط عمومی‌ها به عنوان چشم گوش و زبان هر سازمانی هستند که می‌توانند با ارائه ایده‌های نو، سازمان‌های خود را متحول سازند. یحیایی ایله‌ای گفت: مردم‌داری باید در کنار مفهوم مردم‌یاری به کار گرفته شود و منظور از کلمه مردم‌یاری این است که روابط عمومی می‌توانند با راهنمایی خوب، اطلاع‌رسانی دقیق و به موقع بخشی از مشکلات مراجعان را حل کنند. وی تاکید کرد: روابط عمومی‌ها باید به دنبال بهبود روابط باشند، نه ارتباطات و با تغییر رویکرد از یک طرف اهداف سازمانی را پیش برده و از طرف دیگر مخاطبان خود را راضی نگه دارند.

یحیایی ایله‌ای، مثبت‌اندیشی، صداقت، فروتنی و انتقادپذیری را از جمله ویژگی‌های روابط عمومی‌های اخلاق مدار عنوان کرد.

ه، ب، ن، ه، گ، ا، ز، ت، ک، ن، ک، ه، ا، به، ا، از، حمله، د، ز، مینه، نه، گ، ا، از، راهبردها، مردم‌داری، اعتمادآفند، اعتمادآفند، مشاوره، تصمیم‌ساز، تاکید کرد.
mardomdari.pdf.1/uploads/user/377/files/1403/