

ضرورت تبدیل (اندیشه ادراکی) به (کنش ادراکی) در روابط عمومی ها

حسین طالبی

مدیر روابط عمومی

شرکت معدنی و صنعتی چادرملو



امروزه شناخت مخاطب همان مفهوم گذشته از مخاطب نیست. مخاطب امروزه کسی نیست که پیام های منتشر شده در رسانه های گروهی را ببیند و بشنود و یا بخواند و بی کم و کاست آنرا ببیند، بلکه مخاطب امروز، فهم پیام را بر مبنای مفاهیم شکل گرفته در ذهن خود دریافت می کند. دکتر محسنیان راد از استادیو نظریه پردازان علوم ارتباطات کشورمان با ارائه مدل منبع معنی بر این باور است که اگر در ترسیم مدل ارتباط، نظمی منطقی و مبتنی بر رعایت درجات بزرگنمایی یک میکروسکوپ فرضی دنبال شود، می توان بیشترین اشتراک معنی را ایجاد کرد. این نظریه بر این امر تأکید دارد که «معنی در ذهن است، نه در پیام» بسیاری از محققان و پژوهشگران و روانشناسان نیز معتقدند معنی را باید در «حافظه» افراد جست و جو کرد به عبارتی «مشابهت معنی متجلی شده در ارتباط گیر با معنی مورد نظر ارتباط گر» مهم ترین عامل سنجش یک ارتباط موثر است. این پیچیدگی ادراکی پیام گیرنده، نقش و جایگاه و توانمندی پیام دهنندگان را بسیار حائز اهمیت می نماید. از این رویکرد مدیر موفق در روابط عمومی راهی جز تقویت مهارت ادراکی خود ندارد. مهارت ادراکی، توانایی فهم این نکته است که کارکردهای مختلف هر پیام و نوع و شکل انتشار آن را موثر و پویا سازی کند و بیش از هر اقدامی برای ارسال پیام، برآیند اثرگذاری آن در ذهن مخاطبان را پیش بینی نماید. البته مهارت ادراکی چیزی نیست که بتوان آن را یک دوره آموزش نظری آن را ایجاد کرد بلکه فکر شما باید تغییر کند و در واقع (اندیشه ادراکی) تبدیل به (کنش ادراکی) شود. به طور کلی تقویت مهارت ادراکی به شما کمک می کند تا قدرت شناخت عناصر شکل دهنده پیام را به طور سیستماتیک در خودتان تقویت کنید. قدرت درک روابط بین اطلاعات و مولفه ها را کسب کنید. بتوانید تصویر کلی از اطلاعات به دست آورید. با درک روابط منطقی بین داده ها، به تفکر منطقی مجهز شوید و در نهایت به قدرت پیش بینی باخورد ها دست می یابید. بسیاری از مدیران روابط عمومی همواره تلاش دارند که سازمان متنوع و مقام ارشد آن و با محصولات و خدمات خود را در هر فرصتی رسانه ای کنند. از انتشار آگهی به طور گسترده گرفته تا انجام مصاحبه ها و کنفرانس های خبری. این ساده ترین کارکرد روابط عمومی است. انتخاب رسانه، زمان و محتوای مناسب مهمترین اقدامات ذکر شده است. فرض کنید قرار است یک جعبه مداد رنگی تبلیغ کنید؟ برای اینکه اطلاع رسانی موثری داشته باشید و بتوانید مخاطب را به سمت بازاریاران هدایت کنید، باید قبل از هر چیز گروه هدفتان را انتخاب کنید. مهم نیست که چه کسانی مصرف کننده نهایی محصول شما هستند بلکه شما باید به خریداران اصلی محصول توجه کنید. بچه ها مصرف کننده نیستند. خریداران شما والدین هستند که اقدام به تهیه لوازم التحریر می نمایند. پس باید پیام را برای والدین طراحی کنید در حقیقت قرار دهید که تعداد بیشتری آن را ببینند و توجه شان جلب شود. همان طور که بیشتر اشاره شد باید توجه داشت مخاطب همواره تحت تأثیر پس زمینه های ذهنی و مفاهیم درک شده در گذشته است بنابراین در هر خورد با هر پیامی ابتدا در ضمیر خود آگاه و ناخود آگاه خود به دنبال درک مفهوم پیام می گردد و نزدیکترین مفهوم ذهنی خود را برای آن متصور می شود. پس در هر پیامی لازم است درک صحیحی از باورها، فرهنگ، تاریخ، شرایط اجتماعی، اقتصادی و... مخاطبان داشته باشیم. یکی از نکاتی که می تواند در درک مفاهیم مورد نظر فرستنده و گیرنده موثر واقع شود. بیات روایت گونه است به عبارتی هر روابط عمومی باید روایتی را از مجموعه فعالیت خود طراحی کند تا بتواند ذهنیت مخاطب و افکار عمومی را بر مبنای آن نسبت به سازمان متبوع خود شکل دهد. یک حرفه ای روابط عمومی با یک سازمان، شرکت، دولت یا فرد همکاری می کند تا داستانی را بیان کند که اعتبار، ایده، محصول، موقعیت یا موفقیتی را به تصویر بکشد. بنابراین، به یک معنا، می توان گفت حرفه ای های روابط عمومی به عنوان داستان پردازان خلقی هستند که بر خلاف تبلیغ کنندگان، روایتی خود را در نماهای مختلف متشکل از اجزای به هم مرتبط طراحی، تدوین و پردازش می کنند و در یک پروسه زمانی از طریق کانال های ارتباطی موثر با زوگی می کنند. به عبارتی مجموعه روایت های شما باید همچون قطعات یک پازل عمل کند تا وقتی مخاطب این قطعات را می بیند متصل می کند تصویر و ایده و یکپارچه و مرتبط، از کلیت بنگاه یا سازمان در ذهن وی شکل بگیرد که هم جذابیت بصری داشته باشد و هم مفهوم مورد نظر شما شکل ببیند. در حقیقت روابط عمومی روایتگر هرگز برای مشتری پیشنهادی و یا انتخابی نمی کند. بلکه تلاش دارد با ترسیم یک داستان منسجم به او کمک کند بیاندیشد. دایره تحلیل او را گسترش دهد، خود را در فضای داستان قرار دهد، و انتخاب کند. هرگز تلاش نکند تا به مخاطب و مشتری القاء کند که بهترین هستید، باید روایت های خودتان را به گونه پیش برید که آنها شما را بهتر بدانند و برای بهتر ماندن هم با افکار عمومی صادق باشید. بی تردید برقراری روابط دوستانه با متولیان رسانه های گروهی بعنوان کانال ارتباطی شما با جامعه مخاطبان نقش قابل توجهی در انتقال پیامتان دارد. یک مدیر روابط عمومی برای ایجاد اعتماد در بین فعالان حوزه رسانه باید وقت بگذارد. این کار با روابط رو در رو شکل می گیرد. در مراودات و گفت وگوها است که فضای اعتماد ایجاد می شود، اینکه تصور کنید ارتباط مالی بین رسانه و شما کافیست می کند نگرش قابل پذیرش نیست. اجازه دهید رسانه ها همراه شما باشند تا در بیان روایتها به یاری شما بیایند. بسیاری از مدیران روابط عمومی ها وقتی خبری خوب است توجه رسانه ها را جلب می کند و وقتی اوضاع بد پیش می رود از کانون توجه فرار می کنند. از این شیوه ارتباط جدا پرهیزید. سخن آخر اینکه هر روابط عمومی فارغ از اینکه در چه سازمان و یا بنگاه اقتصادی فعالیت دارد باید یک استراتژی ارتباطی منطبق با اهداف کلان سازمانی برای خود طراحی و پیاده سازی نماید.

آرمان ملی - صدقیقه بهزاد پور: تحقق شاخص های مورد

تأکید مقام معظم رهبری در شعار سال، از جمله مسائلی است که به گفته صاحب نظران در صورت توجه و تحقق آن بخش بزرگی از مشکلات پیش رو به ویژه در حوزه اقتصادی رفع خواهد شد. افزایش مشارکت های مردمی، از پارامترهای مورد تأکید در شعار سال جاری بوده است که قطعاً با به کارگیری ظرفیت های بخش خصوصی محقق می شود. این مهم با توجه به توانمندی های بخش خصوصی در حوزه ساخت پالایشگاه، نیروگاه، اجرای پروژه های نفت، پتروشیمی، گاز و... در داخل و خارج از کشور می تواند ارزآوری مطلوبی برای اقتصاد به همراه داشته باشد. برنامه ریزی و ایجاد مکانیسم های اجرایی، تشویقی و تسهیلی برای بهره مندی از ظرفیت های مشارکت های خصوصی - عمومی در پیشبرد اهداف مربوط به طرح ها و پروژه های مهم با ایجاد سازوکارهای انگیزشی و کسب و کاری لازم و مشوق های قانونی مختلف و کاهش سایر هزینه ها در جهت سیاست ضدتورمی بودجه از جمله رویکردی است که به گفته کارشناسان می تواند موجب خلق درآمدهای جدید در کشور شود.

جولان خصولتی ها به جای خصوصی ها در پروژه های انرژی

ارشد نجفی رئیس کمیسیون انرژی اتاق بازرگانی ایران ضمن ابراز نارضایتی از جایگزینی خصولتی ها به جای بخش خصوصی در پروژه های حوزه انرژی به «آرمان ملی» گفت: تاکنون با وجود رایزنی های صورت گرفته با مسئولین بلند پایه وزارت دارایی برای افزایش سطح مشارکت ها در اجرای پروژه های حوزه انرژی، به دلیل کارشنکی در مراحل کارشناسی و بررسی چگونگی مشارکتها، هیچ اقدام عملی در این خصوص انجام نشده و توافق نامه های اولیه صورت گرفته به نتیجه مطلوبی منتهی نشده است و به نظر می آید راه های در این زمینه برای افزایش تولید و رشد عملکرد در راستای تعامل با بخش خصوصی و استفاده بهینه از ظرفیت های موجود وجود ندارد. هر چند حسن نیت اولیه در گام های نخست مذاکرات با وزارت مسکن و شهرسازی و همچنین وزارت اقتصاد و دارایی وجود دارد که در میانه راه با بن بست های کارشناسان عقیم می ماند. لذا به نظر می آید که پیرو فرمایشات مقام معظم رهبری زیرساخت ها بهبود یابد و در این راستا آموزش کارشناسان در هر حوزه ای ارتقا یابد تا شیوه های تعاملی به منظور یکاگرایی ظرفیت های موجود در جامعه جهت توسعه را بیاموزند.

جای خالی مشارکت های واقعی بخش خصوصی در انرژی

اوا افزود: نگران آن هستیم که تأکیدات مقام معظم رهبری مبنی بر افزایش سطح مشارکت های مردمی که شامل حضور موثر بخش خصوصی نیز در بخش های مختلف است، مورد غفلت قرار گیرد، بدیهی است بسترسازی و ایجاد زیرساخت های مناسب برای رونق تولید و افزایش مشارکت ها از رشد و شناسایی و به کارگیری توانمندی های بخش خصوصی و مردمی شکل می گیرد. اما قطعاً این رویکرد با حضور مدیران و کارشناسان آشنا و آگاه به شرایط حاکم بر جامعه و حلاهای موجود در آن عملیاتی می شود تا با رویکرد معقول و پژوهش مدارانه نسبت به تفاهم

«آرمان ملی» درباره قراردادهای دولت در پروژه های حوزه انرژی گزارش می دهد

دوگانگی شعار و عمل در قراردادهای نفتی

عزت نشینی اجباری بخش خصوصی در حوزه انرژی



نامه ها و پروژه ها در بخش های مختلف وارد عمل شده و نتایج آن را نیز به خوبی شاهد باشیم.

بخش خصوصی متولی دست دوم پروژه های انرژی کشور

نجفی درباره توانمندی های بخش خصوصی در حوزه انرژی به ویژه نفت، برق، پتروشیمی گفت: بهینه سازی مصرف انرژی، ارتقاء سطح عملکرد در حوزه نفت، گاز و... از جمله بخش هایی است که بخش خصوصی تا کنون بارها نشان داده که از توانمندی های خوبی برخوردار است اما آنچنان که باید و شاید نسبت به آن ها توجه و اقبال نشان داده نشده است. البته با وجود قابلیت های خوب بخش خصوصی در حوزه پروژه های کلان، به هیچ وجه از ظرفیت این بخش به طور مستقیم استفاده نشده است. هر چند همواره شرکت های دیگر با استفاده از رانت و... موفق به دریافت پروژه های به هنگام توزیع شده اند و در نهایت برای اجرای آن متوسل به بخش خصوصی فعال در حوزه انرژی شده اند. اما راجع پروژه های دست اول هیچ گاه در مرحله نخست به بخش خصوصی صورت نگرفته است. اما واگذاری پروژه ها از سوی برخی از شرکت های دیگر در کشور به بخش های فعال بخش خصوصی در بخش انرژی، خود گویایی توانمندی های مطلوب آنهاست که می توان با حذف واسطه ها شاهد سیاست برد - برد (دولت و بخش خصوصی) در این زمینه بود.

دولت تمایلی به تعامل با بخش خصوصی در اجرای پروژه ها ندارد

رئیس کمیسیون انرژی اتاق بازرگانی ایران اظهار کرد: به صراحت ابراز می کنم که دولت هیچ تمایلی به تعامل با بخش خصوصی در اجرای پروژه ها ندارد و خصولتی ها جایگزین

رئیس کل بانک مرکزی خبر داد

راه اندازی بازار ارز توافقی برای صادرکنندگان



نیاز و به منظور تنظیم و ایجاد ثبات در بازار ارز توافقی نیز مداخله خواهد کرد. رئیس کل بانک مرکزی همچنین با اشاره به حضور جدی بانک مرکزی در حوزه سرمایه گذاری های ارزی در داخل تأکید کرد: برنامه ریزی شده است تا در سال جاری ۳ میلیارد دلار تأمین مالی از طریق انتشار اوراق مراحیه ارزی انجام شود. این رقم در سال گذشته و برای اولین بار با انتشار اوراق ۱۰۰ میلیون دلاری در مرکز مبادله ارز و طلا به فروش رسید. دکتر فرزین با اشاره تأمین مالی ۶۰۰ میلیون دلاری برای توسعه زیرساخت های نفتی توسط بانک مرکزی در سال گذشته اظهار کرد: طبق توافق با وزارت نفت این مبلغ در سال جاری به سه میلیارد دلار افزایش خواهد یافت تا تولید نفت در کشور در مسیر رشد قرار گیرد. رئیس کل بانک مرکزی در ادامه با اشاره به وضعیت خوب منابع ارزی کشور تأکید کرد: با گنجایش های انجام شده در حوزه ارزی و دسترسی به منابع آزاد شده مسدودی در سایر کشورها، به لحاظ منابع ارزی در وضعیت مطلوبی قرار داریم که این مسأله، باعث کنترل نوسانات بازار ارز و با توجه تنش های نظامی، سیاسی و امنیتی در منطقه طی ماه های گذشته شده است. فرزین با اشاره به شرایط تأمین ارز کالاها اساسی، سرمایه ای و واسطه ای در سال گذشته و افزایش رشد تأمین در این حوزه گفت: بانک مرکزی نیز در این بستر به عنوان ناظر و رگولاتور حضور خواهد داشت و در صورت

رئیس کل بانک مرکزی از راه اندازی تالار ارز اشخاص (بازار ارز توافقی) با هدف رفع مشکلات صادرکنندگان بخش خصوصی در آینده ای نزدیک خبر داد و گفت: حجم صادرات بخش خصوصی به حدود هشت تا ۹ میلیارد دلار در سال می رسد که عمده مشکلات ارزی در زمینه رفع تعهد نیز به این گروه مربوط می شود. محمدرضا فرزین رئیس کل بانک مرکزی در دیدار پنج ساعته نمایندگان منتخب در دوازدهمین دوره مجلس شورای اسلامی، دغدغه های جدی نمایندگان برای تسریع در حل مشکلات و معیشت اقتصادی مردم و گذر از چالش های اقتصادی برجای مانده از دهه گذشته در حوزه های مختلف اقتصادی را دغدغه دولت و بانک مرکزی دانست و تأکید کرد: ساماندهی و تعیین تکلیف بانک های ناتراز، اجرای دقیق برنامه های عملیاتی برای کاهش نرخ رشد نقدینگی و پایه پولی به عنوان عوامل اثرگذار بر تورم و گذر موفق از شرایط نگران کننده گذشته، هدایت هدفمند اعتبارات بانکی و تأمین مالی بخش تولید، اجرای سیاست تثبیت در جهت بازگرداندن زمینه رفع تعهد نیز به این گروه مربوط می شود. وی افزود: به بررسی این موضوع و در راستای اصلاح و کارآمدی بیشتر سیاست تثبیت ارزی، با همکاری وزارت صمت تصمیم گرفته شد تا تالار ارز اشخاص در مرکز مبادله ارز و طلا ایران در آینده نزدیک راه اندازی شود. فرزین با تأکید بر اینکه امسال با ایجاد ساز و کار لازم در مرکز مبادله ارز و طلا ایران، استفاده از ارز اشخاص توسعه خواهد یافت گفت: هم اکنون نرم افزارهای مورد نیاز این برنامه در مرکز مبادله ارز و طلا ایران آماده شده است و حداکثر تا پایان خرداد ماه به بهره برداری می رسد. رئیس کل بانک مرکزی تصریح کرد: با راه اندازی سامانه تبادل ارز اشخاص در مرکز مبادله، صادرکنندگان خرد بخش خصوصی می توانند ارز خود را با قیمت توافقی در این بازار رسمی و ضابطه مند عرضه کنند. رئیس شورای پول و اعتبار همچنین با اشاره به عوامل اصلی تشکیل این بازار در مرکز مبادله ارز و طلا ایران گفت: بانک مرکزی نیز در این بستر به عنوان ناظر و رگولاتور حضور خواهد داشت و در صورت

دریچه

قیمت مصوب لاستیک اعلام شد

سختگویی اتاق اصناف ضمن تشریح موضوع پیش ثبت نام تایر از طریق سامانه جامع تجارت و اخذ کد رهگیری برای دریافت سریع تر و آسان تر از واحدهای عرضه کننده، میزان افزایش قیمت رخ داده را موثر در راستای بهتر شدن سطح تولید دانست و تأکید کرد که چنانچه تولیدکنندگان امکان پاسخگویی متناسب با نیاز بازار را ندارند، توانایی واردات آن بلافاصله وجود دارد. به گزارش ایسنا، مهدی امیدوری - سختگویی اتاق اصناف ایران - در گفت وگویی با موضوع ثبت نام تأیر خودروها و بررسی نکات پیرامون آن، اظهار کرد: در هر بازار و هر تولید و مصرفی، اگر قرار باشد که کار به صورت اصولی انجام شود، با بستنی نظام عرضه و تقاضا در آن متعادل باشد؛ تأیر خودروها نیز مستثنی نبوده و لاستیک نیز همچون بسیاری دیگر از کالاها، زمانی که تولید نتواند پاسخگوی تقاضا باشد، قطعاً مشکل ایجاد خواهد شد. این عضو هیات رئیسه اتاق اصناف ایران، خاطرنشان کرد: در عین حال اصل بازار بر این است که در شرایط و مقطعی که تولید متناسب با تقاضا نبوده، بایستی بلافاصله واردات داشت و بازار را در اصطلاح بالانس و متعادل کنیم.

رئیش ۱ هزار واحدی شاخص کل

شاخص کل بورس در پایان معاملات چهارشنبه (۲۶ اردیبهشت) با افت ۰.۱۷۵، ۶۹ واحدی و به ۲.۲۱۶۴.۴۹۷ واحد رسید. از تغییر شاخص های دیگر بورس می توان به ریزش ۱۰۶۹.۶۵ واحدی شاخص کل هم وزن اشاره کرد. همچنین حجم معاملات دیروز ۳۴۵.۰۶ میلیارد سهم بود که طی ۳۴۵.۰۶ معامله داوودست شد و ارزش کل این معاملات نیز به ۴۸.۱۰۸۹.۸۲۷ میلیارد ریال رسید. ارزش کل بازار بورس نیز بالغ بر ۵۸۵.۷۴۵.۰۸۸ میلیارد ریال شد. نمادهای «فملی»، «فارس» و «وامید» بیشترین تأثیر منفی را بر شاخص کل گذاشتند.

وصول مطالبات؛ با هدف ایجاد رفاه عمومی

وصول مطالبات که با هدف ایجاد رفاه عمومی در جامعه است، از اولویت های استانداری اصفهان بوده و باعث تحقق شعار سال نیز خواهد شد. معاون هماهنگی امور اقتصادی استانداری اصفهان در جلسه کمیته ویژه وصول مطالبات شرکت گاز استان وصول مطالبات واحدهای تولیدی و صنعتی را از مهم ترین اولویت های استانداری اصفهان برشمرد و گفت: گاز محور توسعه، پیشرفت و موتور محرک اقتصاد و کلید توسعه پایدار در چرخه تولید است. از این رو وصول مطالبات که از هدف ایجاد رفاه عمومی در جامعه است، از اولویت های استانداری اصفهان بوده و باعث تحقق شعار سال نیز خواهد شد. وی افزود: در همین راستا در ۶ ماهه دوم سال ۱۴۰۲ در ستاد تسهیل استان جلساتی با محوریت شرکت گاز برگزار شده که موفقیت های ارزشمندی در این حوزه حاصل شده است. در ادامه نیز رئیس کمیته وصول مطالبات شرکت ملی گاز ایران در این جلسه با اشاره به تأکید معاون وزیر و مدیرعامل شرکت ملی گاز ایران مبنی بر وصول بدهی مشترکین، وصول مطالبات را اقدامی مهم در راستای تأمین مالی طرح های توسعه ای و تأمین رفاه عمومی کشور برشمرد و از استاندار اصفهان و شرکت گاز استان اصفهان به منظور مشارکت فعال و پیگیری با اقدامات انجام شده در راستای وصول مطالبات تشکر و قدردانی کرد و تشکیل این جلسه به منظور تشریح وصول بدهی واحدهای تولیدی و صنعتی را بسیار مهم دانست.

جزئیات جدید از اصلاح قانون بیمه

بیکاری

مدیر کل روابط کار و جبران خدمت وزارت کار از پیشنهاد کاهش مدت زمان استفاده از بیمه بیکاری و امکان سهیم شدن کارگران در پرداخت حق بیمه بیکاری در لایحه اصلاح قانون بیمه بیکاری خبر داد. احمد غریبوی در گفت وگویی ایسنا، درباره پیشنهاد مطرح شده در خصوص لایحه اصلاح قانون بیمه بیکاری، اظهار کرد: در ماده ۵ قانون بیمه بیکاری، حق بیمه بیکاری به میزان ۳ درصد مزد بیمه شده است که توسط کارفرما پرداخت می شود ولی خود کارگران میلی را پرداخت نمی کنند که در این اصلاحیه پیشنهاد شده بود کارگران هم به نوعی سهم داشته باشند. البته لایحه تکمیلی در مراحل پایانی است و باید تأیید هیات وزیران نرسیده که در صورت تأیید به مجلس ارائه می شود. وی درباره جزئیات تفاهم نامه سه جانبه میان معاونت روابط کار و وزارت کار، سازمان آموزش فنی و حرفه ای و سازمان تأمین اجتماعی در خصوص مقرری بیمه بیکاری توضیح داد: طبق این تفاهم نامه سه جانبه بنا داریم کارگرانی که از مقرری بیمه بیکاری استفاده می کنند توانمند و از آموزش های مهارتی به روز بهره مند شوند تا به چرخه بازار کار برگردند. همچنین امکان استفاده طیف دیگری از کارگران از این امتیاز وجود داشته باشد که کار با بیمه، مدیرکل روابط کار و جبران خدمت وزارت کار، از تغییرات ایجاد شده در جدول پرداخت مقرری بیمه بیکاری خبر داد و گفت: در اصلاحیه قانون بیمه بیکاری تغییراتی در جدول پرداخت مقرری و مدت زمان استفاده از بیمه بیکاری ایجاد شده است که هنوز نهایی نشده و باید به تصویب هیات وزیران برسد تا ببینیم لایحه چه سرنوشتی پیدا می کند.