



روابط عمومی راهبردی؛ از مدیریت افکار عمومی تا فرهنگ سازی در حوزه آب

مدیر دفتر روابط عمومی و آموزش همگانی شرکت آب و فاضلاب آذربایجان شرقی با اشاره به نقش راهبردی روابط عمومی در مدیریت ارتباطات سازمانی، بر ضرورت اطلاع رسانی حرفه‌ای، تحلیل افکار عمومی و توسعه آموزش‌های همگانی برای صیانت از منابع آب تأکید کرد.

بسم الله الرحمن الرحيم

۲۷ اردیبهشت ماه، روز جهانی روابط عمومی و ارتباطات، فرصتی ارزشمند برای بازاندیشی در نقش و کارکردهای این حوزه راهبردی در نظام مدیریتی سازمان هاست. امروزه روابط عمومی دیگر صرفاً یک واحد اطلاع رسانی نیست، بلکه بخشی از فرآیند تصمیم سازی و مدیریت افکار عمومی به شمار می آید که با تحلیل داده های ارتباطی، رصد فضای رسانه ای و تعامل هدفمند با ذی نفعان، به ارتقای کارآمدی سازمان کمک می کند.

در صنعت آب و فاضلاب که با یکی از اساسی ترین زیرساخت های زندگی اجتماعی و توسعه پایدار ارتباط دارد، روابط عمومی نقشی چندبعدی بر عهده دارد. از یک سو مسئول تبیین دقیق خدمات گسترده و تلاش های شبانه روزی مجموعه برای تأمین و توزیع پایدار آب شرب و توسعه شبکه های جمع آوری و تصفیه فاضلاب است و از سوی دیگر باید با بهره گیری از ابزارهای نوین ارتباطی، زمینه مشارکت آگاهانه شهروندان در مدیریت مصرف آب را فراهم سازد.

در این میان، آموزش های همگانی و فرهنگ سازی هدفمند یکی از مهم ترین مأموریت های روابط عمومی در صنعت آب محسوب می شود. طراحی و اجرای برنامه های آموزشی، تولید محتوای تخصصی و قابل فهم برای عموم، تعامل مؤثر با رسانه ها، نهادهای آموزشی و سازمان های مردم نهاد و همچنین بهره گیری از ظرفیت شبکه های اجتماعی، از جمله اقداماتی است که می تواند به ارتقای سواد آبی جامعه و شکل گیری رفتارهای مسئولانه در مصرف این منبع حیاتی منجر شود.

روابط عمومی در چنین شرایطی باید با رویکردی علمی و مبتنی بر برنامه ریزی ارتباطی، ضمن انعکاس شفاف خدمات و اقدامات سازمان، به رصد مستمر افکار عمومی، مدیریت ارتباط با ذی نفعان، پاسخگویی مؤثر و تقویت اعتماد اجتماعی بپردازد؛ چرا که سرمایه اجتماعی و اعتماد مردم، پشتوانه اصلی موفقیت در مدیریت منابع آب است.

اینجانب ضمن گرامیداشت روز روابط عمومی و ارتباطات، از تلاش های صادقانه و حرفه ای همکاران حوزه روابط عمومی در شرکت آب و فاضلاب آذربایجان شرقی و همراهی ارزشمند اصحاب رسانه قدردانی می کنم و امیدوارم با بهره گیری از دانش ارتباطات، فناوری های نوین رسانه ای و رویکردهای علمی در مدیریت ارتباطات، بتوانیم در مسیر آگاهی بخشی، فرهنگ سازی و تقویت تعامل سازنده با جامعه گام های مؤثرتری برداریم.