



فصل ششم

روابط عمومی

چشم‌انداز خوب برای روابط عمومی

روابط عمومی‌ها چشم‌وچراغ هر سازمان محسوب می‌شوند. در دانشگاه واحدهای زیادی در زمینه‌های مختلف مشغول فعالیت هستند و دستاوردهایی دارند که باید در قالب فیلم، خبر، داستان و مستند و... به نمایش گذاشته شود و این وظیفه مسئولان روابط عمومی دانشگاه و واحدهای تابعه است که این کار را انجام دهند. یکی از واحدهایی که در تمامی صحنه‌های دوران کرونا پایه‌پای پزشکان، پرستاران و حوزه خدماتی حضور داشته و دارد روابط عمومی است، این در حالی که ممکن است خودشان در معرض خطر قرار بگیرند و آسیب ببینند همکاران روابط عمومی هستند.

کوشش کنید روابط عمومی در دانشگاه برند شود

روابط عمومی سازمان خود را برند و شاخص می‌کند و کارکردها و دورنمای آن را نشان می‌دهد. روابط عمومی باید مواردی را که از چشم دیگران دور افتاده کشف کرده و آن را برجسته کند و در معرض دید بینندگان قرار دهد. این بینندگان قشرهایی مختلفی مانند دانشجویان، استادان، کارکنان و شهروندان دانشگاه هستند. باید نگاه بین‌المللی به موضوع روابط عمومی، مد نظر مسئولان قرار گیرد و جنبه‌های مختلف عملکردی آن نشان داده شود. با توجه به گستره دانشگاه سیستم اطلاع‌رسانی باید با قوت هر چه تمام، نوآوری‌ها و رویدادها را در حوزه‌های آموزشی، پژوهشی، درمانی و خدماتی به تصویر بکشد.

روابط عمومی آینه‌وار و پرتوافکن

روابط عمومی و سرمایه‌هایی که در این حوزه مشغول فعالیت هستند دو وظیفه

مهم برعهده دارند. اول این که باید عملکرد آینه را داشته باشند و تمام حوادث و اتفاقات، پیشرفت‌ها و تولیدات علمی را همچون آینه منعکس کنند؛ اما این کافی نیست و در کنار آن باید همچون نورافکن به قسمت‌های تاریک واحدها و هزاران هزار کاری که در عرصه‌های مختلف انجام می‌شود ولی ممکن است دیده نشود بتابند و آن‌ها را قابل‌رؤیت کنند.

جایگاه مسئولان روابط عمومی در محل کار آن‌ها تعریف نمی‌شود، بلکه عملکرد و رفتار آن‌ها جایگاهشان را تعیین می‌کند. آنان باید به سراغ رویدادها بروند و فعالیت‌ها را به تصویر بکشند و در این زمینه بسیار فعال و با حس مسئولیت‌پذیری بالا عمل کنند.

ارزش کار روابط عمومی را دست‌کم نگیرید

همه افراد در دوران مسئولیت و جایگاهی که در آن قرار می‌گیرند تلاش می‌کنند، اما با گذشت زمان افرادی با ایده‌های جدید می‌آیند و به مجموعه اضافه می‌شوند. دانشگاه نیز از ایده‌ها حمایت می‌کند تا مسائل و چالش‌ها در چارچوب اختیارات دانشگاه برطرف شود.

حتی اگر ده‌ها رئیس دانشگاه، بیمارستان و دانشکده بیایند و بروند افرادی که پتانسیل و ظرفیت دارند و ارزان‌فروشی نمی‌کنند، باقی می‌مانند. بسیاری از سرمایه‌های انسانی دانشگاه به دلیل شرایط خاص کشور از نظر مادی در مضیقه هستند و مسئولان باید حتماً به فکر آنان باشند.

باید به سرمایه‌های انسانی که در روابط عمومی‌ها مشغول به کار هستند با نگاه متفاوت نگریست. این یک اصل دوطرفه است. ابتدا افرادی که در این مسئولیت هستند باید مهارت و تجربه این کار را کسب و جایگاهشان را تعریف کنند. در این صورت خودبه‌خود مسئولان واحدها نیز جایگاه آن‌ها را می‌پذیرند. از سوی دیگر



افرادی که جذب روابط عمومی‌ها می‌شوند، قطعاً عشق و علاقه‌ای به کار دارند که باعث می‌شود بدون توجه به مبلغ دریافتی خود در ساعات مختلف شبانه‌روز کار کنند. هر چند که این امر نافی مسئولیت دانشگاه در حل مشکلات معیشتی آن‌ها نیست. هدف از تشکیل نشست‌هایی که با روابط عمومی دانشگاه برگزار می‌کنیم، ابراز تشکر قلبی، خدا قوت و خسته نباشید به همکاران روابط عمومی و شنیدن درد دل‌ها و مسائل آنان است. زیرا روابط عمومی یکی از واحدهایی که در تمامی صحنه‌ها پایه‌پای پزشکان، پرستاران و حوزه خدماتی حضور دارند در حالی که ممکن است خودشان در معرض خطر قرار بگیرند و آسیب ببینند.

رویکرد دانشگاه صداقت در کلام و درستی در رفتار

وظیفه دانشگاه این است که مطابق با رفتار و منشی که از دوران قدیم در دانشگاه وجود داشته است، براساس اصل صداقت سخن گفته و کارها در آن به درستی انجام شود. با این رویکرد آمارهایی که در دانشگاه وجود دارد مانند روند مراجعین به مراکز تابعه و غیره نیز باید براساس اصل شفافیت و صداقت باشد.

رونمایی از کتاب مسیرنمای مدیریت کووید ۱۹، طراحی جدید

سایت دانشگاه و جلد سوم کتاب چهل استاد

کتاب مدیریت کووید ۱۹، یک سند تاریخی برای آیندگان است. از مدیریت روابط عمومی دانشگاه و تمامی افرادی که در ثبت این اثر ارزشمند، همکاری داشتند قدردانی می‌شود. دکتر ترابی به همراه تیمشان مجموعاً ۲۲۲ مصاحبه از تمامی رده‌های دانشگاه انجام دادند و خیلی روزها تا پاسی از شب حتی کار می‌کردند تا بتوانند تجربیات ماه‌های اخیر را در قالب کتابی ماندگار که به زیبایی تقدیم شده

به شهدای مدافع سلامت گردآوری کرده و به چاپ برسانند. سال‌ها بعد این کتاب یک سند تاریخی برای آیندگان خواهد شد که یادآور سال‌های کرونایی کشور است. در این کتاب سعی شده بر اساس صحبت‌های همه مصاحبه‌شوندگان، تجربیات و دانش مجموعه دانشگاه در کنار هم دیده شود تا قابل استفاده برای همگان باشد.

نسخه سوم کتاب *چهل استاد* منتشر شد. دو جلد قبلی این کتاب در دوره ریاست دکتر جعفریان چاپ شده که برگرفته از خاطرات استادان نامی دانشگاه و افراد تأثیرگذار در حوزه سلامت کشور است. این کتاب شامل خاطرات، تجربیات و سخنان شفاف این عزیزان است که برخی از ایشان، امروز دیگر حضور ندارند و یادشان گرامی داشته می‌شود. طراحی سایت دانشگاه، مطابق با استانداردهای جهانی و به روز بودن مطالب آن است. طراحی سایت دانشگاه باید به گونه‌ای باشد که علاوه بر دسترسی آسان مخاطب به اخبار و اطلاعات واحدهای مختلف آن، به‌سادگی و در یک نگاه بتواند قدرت و وسعت دانشگاه و گستره فعالیت حوزه‌های آموزشی، پژوهشی، دانشجویی، پشتیبانی، فرهنگی اجتماعی، بهداشت، درمان، غذا و دارو را به نمایش بگذارد. امروز پس از ماه‌ها فعالیت با تلاش و پیگیری مدیریت روابط عمومی و همکاری مدیریت IT دانشگاه، خوشبختانه به ثمر نهشته و رونمایی شد.





روایت
همگرای

۳۵۲





